

EVERY CONFERENCE BRINGS NEW HORIZONS

IETC

IDEC

INTERNATIONAL EDUCATIONAL TECHNOLOGY CONFERENCE

INTERNATIONAL DISTANCE EDUCATION CONFERENCE

INTE

INTERNATIONAL CONFERENCE ON NEW HORIZONS IN EDUCATION

IQC 2021

INTERNATIONAL QUALITY CONFERENCE

ISTEC

INTERNATIONAL SCIENCE AND TECHNOLOGY CONFERENCE

ITICAM

INTERNATIONAL TRENDS AND ISSUES IN COMMUNICATION & MEDIA CONFERENCE

ITEC

INTERNATIONAL TEACHER EDUCATION CONFERENCE

IWSC 2021

International Conference on Contemporary Women's Studies

JULY 29-30, 2021

Nicosia/Turkish Republic of Northern Cyprus

SEPTEMBER 02-03, 2021

Lefkoşa (Nicosia) / Turkish Republic of Northern Cyprus

PROCEEDINGS BOOK

ISSN: 2146-7366

Dear Colleagues,

IETC-IDEC, INTE, IQC, ITEC, ISTEK, IWSC & ITICAM 2021 Conferences are now well-known international academic events and the number of paper submissions and attendees are increasing every year.

We have lots of participants from 20 different countries. These participants presented their papers during two days.

Also, we would like to thank to our distinguished guests, keynote speakers, reviewers for their collaborations and contributions to the success of these conferences. And we would like to thank all of you for coming, presenting, and joining in these academic activities.

Should you have any enquiries regarding conferences, please do not hesitate to contact with us for any additional information you may require.

November 20, 2021

Thank you...

Coordinators

Prof. Dr. Aytekin ISMAN

Prof. Dr. Douglas FRANKLIN

Prof. Dr. Paolo Di Sia

Assoc. Prof. Dr. Ahmet ADALIER

Assoc. Prof. Dr. İrfan ŞİMŞEK

Assoc. Prof. Dr. Tolgay KARANFİLLER

Assist. Prof. Dr. Mustafa ÖZTUNÇ

Assist. Prof. Dr. Mahir BİBER

KEYNOTES



Prof. Dr. Muzaffer Elmas
President, Higher Education Quality Council, Turkey



Prof. Dr. Douglas Franklin
Ohio University, United States



Prof. Dr. Carlos Francisco De Sousa Reis
University of Coimbra, Portugal



Prof. Dr. Badrul KHAN
President, McWeadon Education, United States



Prof. Dr. Teresa Franklin
Ohio University, United States



Prof. Dr. Jozef Colpaert
Universiteit Antwerpen, Belgium



Prof. Dr. Jako Olivier
North-West University, South Africa



Assoc. Prof. Dr. Ágnes N. TOTH
Eötvös Loránd University, Hungary



Prof. Dr. Amirul Mukminin
Universitas Jambi, Indonesia



Prof. Dr. Gwo-Dong Chen
National Central University Chung-Li, Taiwan



Prof. Dr. Paolo Di Sia
University of Padova, Italy



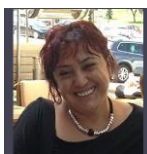
Dr. Leonora Anyango-Kivuva
Community College of Allegheny County, United States



Prof. Dr. Durmuş Günay
Maltepe Üniversitesi, Türkiye



Prof. Dr. Chaiyong Brahmawong
Bangkok Thonburi University, Thailand



Prof. Dr. Buket Akkoyunlu
Cankaya University, Turkey



Assoc. Prof. Dr. Norlidah Alias
University of Malaya, Malaysia



Assist. Prof. Dr. Thosporn Sangsawang
Rajamangala University of Technology Tanyaburi, Thailand



Ronny Heintze
Senior Consultant / Commissioner for International Affairs at AQAS, Germany

WORKSHOPS (ATÖLYELER)



Prof. Dr. Meltem Huri Baturay
Atılım University, Turkey



Prof. Dr. Dinçay Köksal
Çanakkale Onsekiz Mart University, Turkey



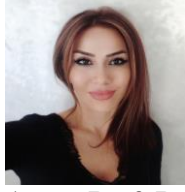
Prof. Dr. Gonca Yangın Ekşi
Gazi University, Turkey



Assoc. Prof. Dr. Nesrin Akıncı Çötök
Sakarya University, Turkey



Assoc. Prof. Dr. Veysel Demirer
Suleyman Demirel University, Turkey



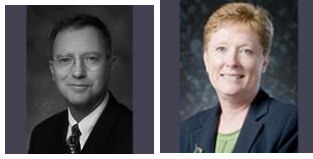
Assoc. Prof. Dr. Elif Sezgin
Uludag üniversitesi, Turkey



Assoc. Prof. Dr. Aylin Tutgun Ünal
Üsküdar Üniversitesi, Turkey



Assoc. Prof. Dr. Leyla Ulus
İstanbul Üniversitesi, Turkey



Prof. Dr. Teresa Franklin & Prof. Dr. Douglas Franklin
Ohio University, United States



Assoc. Prof. Dr. Muzaffer Özdemir
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turkey

IQC, ITEC, ISTEÇ, & ITICAM 2021 CONFERENCES

Organizing Committee

General Coordinators

- ❖ Prof. Dr. Aytakin İŞMAN, Sakarya University, Turkey
- ❖ Prof. Dr. Teresa FRANKLIN, Ohio University, United States
- ❖ Prof. Dr. Douglas FRANKLIN, Ohio University, United States
- ❖ Prof. Dr. Halil İbrahim YALIN, Cyprus International University, Turkish Republic of Northern Cyprus
- ❖ Prof. Dr. J. Ana DONALDSON, AECT Former President, United States
- ❖ Prof. Dr. Fatoő SİLMAN, Cyprus International University, Turkish Republic of Northern Cyprus
- ❖ Prof. Dr. Colleen SEXTON, Governors State University, United States
- ❖ Prof. Dr. John HITCHCOCK, University of Indiana, United States
- ❖ Prof. Dr. Güven N. BÜYÜKBAYKAL, Istanbul University, Turkey
- ❖ Prof. Dr. Özgür GÖNENÇ, Istanbul University, Turkey
- ❖ Prof. Dr. Meltem Huri BATURAY, Atılım University, Turkey

Coordinators

- ❖ Prof. Dr. Buket AKKOYUNLU, Cankaya University, Turkey
- ❖ Prof. Dr. Paolo DI SIA, University of Padova, Italy
- ❖ Prof. Dr. Aslı YAPAR GÖNENÇ, Istanbul University, Turkey
- ❖ Prof. Dr. Ceyda ILGAZ BÜYÜKBAYKAL, Istanbul University, Turkey
- ❖ Assoc. Prof. Dr. Ahmet ADALIER, Cyprus International University, TRNC
- ❖ Assoc. Prof. Dr. Tolgay KARANFİLLER, Cyprus International University, TRNC
- ❖ Assoc. Prof. Dr. Fahme DABAJ, EMU, TRNC
- ❖ Assoc. Prof. Dr. İrfan ŞİMŞEK, Istanbul University - Cerrahpasa, Turkey
- ❖ Assist. Prof. Dr. Tuncer CAN, Istanbul University - Cerrahpasa, Turkey
- ❖ Assist. Prof. Dr. Mustafa ÖZTUNÇ, Sakarya University
- ❖ Assist. Prof. Dr. Mahir BİBER, Istanbul University-Cerrahpasa, Turkey
- ❖ Assist. Prof. Dr. Hüseyin ESKİ, Sakarya University, Turkey

Conference Secretary

- ❖ Lecturer Sabriye TOPAL, Cyprus International University, TRNC
- ❖ Lecturer Omaç RÜŞTİOĞLU, Cyprus International University, TRNC

IQC, ITEC, ISTE, & ITICAM 2021**Editorial Board**

Prof. Dr. Abdullah KUZU	Anadolu University	Turkey
Prof. Dr. Ahmet ESKİCUMALI	Sakarya University	Turkey
Prof. Dr. Akihiro Yamamura	Akita University	Japan
Prof. Dr. Alejandro Rodriguez Valle	Universidad Veracruzana	Mexico
Prof. Dr. Ana Andrade	Instituto Politécnico de Viseu, CI & DETS, ESSV	Portugal
Prof. Dr. Antoinette J. MUNTJEWERFF	University of Amsterdam	Netherlands
Prof. Dr. António Madureira	Instituto Politécnico de Viseu, CI&DETS, ESSV	
Prof. Dr. Arvind SINGHAL	University of Texas	United States
Prof. Dr. Asaf VAROL	Firat Univerity	Turkey
Prof. Dr. Aytekin İşman	Sakarya University	Turkey
Prof. Dr. Brent G. WILSON	University of Colorado at Denver	United States
Prof. Dr. Buket AKKOYUNLU	Cankaya University	Turkey
Prof. Dr. Carmencita L. Castolo	Open University System of the Polytechnic University of the Philippines	Phillipines
Prof. Dr. Cengiz Hakan AYDIN	Anadolu University	Turkey
Prof. Dr. Chih-Kai CHANG	National University of Taiwan	
Prof. Dr. D.P. MISHRA	Indian Institute of Technology Kanpur	India
Prof. Dr. Don M. FLOURNOY	Ohio University	United States
Prof. Dr. Douglas D. BURLEIGH	La Jolla Cove Consulting, San Diego CA 92117, USA	USA
Prof. Dr. Eralp ALTUN	Ege University	Turkey
Prof. Dr. Fahad AlShahrani	Jubal Industrial College	Saudi Arabia
Prof. Dr. Feng-Chiao CHUNG	National Pingtung University	Taiwan
Prof. Dr. Ferhan ODABAŞI	Anadolu University	Turkey
Prof. Dr. Feza ORHAN	Yıldız Technical University	Turkey
Prof. Dr. Finland CHENG	National Pingtung University	Taiwan
Prof. Dr. Francine Shuchat SHAW	New York University	United States
Prof. Dr. Frank S.C. TSENG	National Kaohsiung First University of Science and Technology	Taiwan
Prof. Dr. Gianni Viardo VERCELLI	University of Genova	Italy
Prof. Dr. Gilbert Mbotho MASITSA	University of The Free State	South Africa
Prof. Dr. Giuseppe Visaggio	Università di Bari	Italy
Prof. Dr. Gregory ALEXANDER	University of The Free State	South Africa
Prof. Dr. Gwo-Dong CHEN	National Central University Chung-Li	Taiwan

Prof. Dr. Gwo-Jen HWANG	National Taiwan University of Science and Technology	Taiwan
Prof. Dr. Han XIBIN	Tsinghua University	China
Prof. Dr. Hao-Chiang LIN	National University of Tainan	Taiwan
Prof. Dr. Hao-Chiang LIN	National University of Tainan	Taiwan
Prof. Dr. Heli RUOKAMO	University of Lapland	Finland
Prof. Dr. Henry H.H. CHEN	National Pingtung University	TAIWAN
Prof. Dr. Hülya ÇALIŞKAN	Istanbul University	Turkey
Prof. Dr. Hüseyin YARATAN	Final International University	TRNC
Prof. Dr. Ing. Giovanni ADORNI	University of Lapland	Finland
Prof. Dr. J. Ana DONALDSON	AECT Former President	United States
Prof. Dr. J. Michael SPECTOR	University of North Texas	United States
Prof. Dr. Jaroslav Vesely	BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY	Czech Republic
Prof. Dr. Jerry WILLIS	Manhattanville College	United States
Prof. Dr. Jie-Chi YANG	National Central University	Taiwan
Prof. Dr. João Duarte	Instituto Politécnico de Viseu, CI&DETS, ESSV	Portugal
Prof. Dr. José Gijón Puerta	Faculty of Education, Granada University	Spain
Prof. Dr. Julia Bello	UIUC	United States
Prof. Dr. KAHIT Fatima Zahra	Université Badji Mokhtar Annaba	Algeria
Prof. Dr. Karel RYDL	Pardubice University	Czech Republic
Prof. Dr. Kay A. PERSICHITTE	Elected AECT President	United States
Prof. Dr. Kiyoshi NAKABAYASHI	Chiba Institute of Technology	Japan
Prof. Dr. Kumiko AOKI	The Open University of Japan	Japan
Prof. Dr. Kuo-En CHANG	National Taiwan Normal University	Taiwan
Prof. Dr. Kuo-Hung TSENG	Meiho Institute of Technology	Taiwan
Prof. Dr. Kuo-Robert LAI	Yuan-Ze University	Taiwan
Prof. Dr. Liu MEIFENG	Beijing Normal University	China
Prof. Dr. Luis Dourado	University of Minho	Portugal
Prof. Dr. Marina Stock MCISAAC	Arizona State University	United States
Prof. Dr. MAURIZIO RIJA	Università della Calabria	Italy
Prof. Dr. Mei-Mei CHANG	National Pingtung University	Taiwan
Prof. Dr. Min JOU	National Taiwan Normal University	Taiwan

Prof. Dr. Ming-Puu CHEN	National Taiwan Normal University	Taiwan
Prof. Dr. Mingchang WU	National Yunlin University of Science and Technology	Taiwan
Prof. Dr. Mohamed El Homrani	Faculty of Education, Granada University, Spain	Turkey
Prof. Dr. Mustafa S. DUNDAR	Sakarya University	Turkey
Prof. Dr. Nabi Bux JUMANI	International Islamic University	Pakistan
Prof. Dr. Nian-Shing CHEN	National Sun Yat-Sen University	Taiwan
Prof. Dr. Paolo Di Sia	University of Padova	Italy
Prof. Dr. Pi-Hsia HUNG	National University of Tainan	Taiwan
Prof. Dr. Prof. Dr. Manuel Fernández Cruz	Faculty of Education, Granada University, Spain	Turkey
Prof. Dr. Roger HARTLEY	University of Leeds	United Kingdom
Prof. Dr. Rozhan M. IDRUS	University Sains Malaysia	Malaysia
Prof. Dr. S. Sadi SEFEROĞLU	Hacettepe University	Turkey
Prof. Dr. Saedah SIRAJ	University of Malaya	Malaysia
Prof. Dr. Sandrina Teixeira	ISCAP/IPP	Portugal
Prof. Dr. Servet BAYRAM	Yeditepe University	Turkey
Prof. Dr. Shan-Ju Lin CHANG	National Taiwan University	Taiwan
Prof. Dr. Sharon SMALDINO	Northern Illinois University	United States
Prof. Dr. ShenQuan YU	Beijing Normal University	China
Prof. Dr. Shi-Jer LOU	National Pingtung University	Taiwan
Prof. Dr. Shu-Hsuan CHANG	National Changhua University of Education	Taiwan
Prof. Dr. Shu-Sheng LIAW	China Medical University	Taiwan
Prof. Dr. Stefan AUFENANGER	University of Mainz	Germany
Prof. Dr. Stephen J. H. YANG	National Central University	Taiwan
Prof. Dr. Steve HARMON	Georgia Institute of Technology	United States
Prof. Dr. Sun FUWAN	China Central Radio and TV University	China
Prof. Dr. Sunny S.J. LIN	National Chiao Tung University	Taiwan
Prof. Dr. Teresa FRANKLIN	Ohio University	United States
Prof. Dr. Terry ANDERSON	Athabasca University	Canada
Prof. Dr. Toh Seong CHONG	University of Sains Malaysia	Malaysia
Prof. Dr. Toshio OKAMOTO	University of Electro-Communications	Japan
Prof. Dr. Tzu-Chien LIU	National Central University	Taiwan
Prof. Dr. Xibin HAN	Tsinghua University	China
Prof. Dr. Yavuz AKPINAR	Boğaziçi University	Turkey

Prof. Dr. Yen-Hsyang CHU	National Central University	Taiwan
Prof. Dr. Yuan-Chen LIU	National Taipei University of Education	Taiwan
Prof. Dr. Yuan-Kuang GUU	National Pingtung University	Taiwan
Prof. Dr. Zhao XINGLONG	Beijing Normal University	China
Prof. Dr. A. Aşkim KURT	Anadolu University	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Anthony Y. H. LIAO	Asia University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Betül ÖZKAN	University of Arizona	United States
Assoc. Prof. Dr. Birova Jana	Pegas Journal	Slovakia
Assoc. Prof. Dr. Chen-Chung LIU	National Central University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Chen-Huei LIAO	National Taichung University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Cheng-Huang YEN	National Open University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Ching Hui Alice CHEN	Ming Chuan University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Ching-Fan CHEN	Tamkang University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Chiung-Sui CHANG	Tamkang University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Danguole RUTKAUSKIENE	Kauno Technology University	Lithuania
Assoc. Prof. Dr. David Tawei KU	Tamkang University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Dawood Al Hamdani	Sohar University	Oman
Assoc. Prof. Dr. Eric MENG	National Pingtung University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Erkan TEKİNARSLAN	Bolu Abant İzzet Baysal University	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Ezendu ARIWA	London Metropolitan University	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Hakan TÜZÜN	Hacettepe University	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Hsin-Chih LIN	National University of Tainan	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Huey-Ching JIH	National Hsinchu University of Education	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. I-Wen HUANG	National University of Tainan	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Ian SANDERS	University of the Witwatersrand	South Africa
Assoc. Prof. Dr. Iman OSTA	Lebanese American University	Lebanon
Assoc. Prof. Dr. İNANÇ İŞİL YILDIRIM	Beykent University	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Işıl KABAKÇI	Anadolu University	Turkey
Assoc. Prof. Dr. John I-Tsun CHIANG	National Changhua University of Education	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Ju-Ling SHIH	National University of Tainan	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Kateřina Vitásková	Palacký University, Faculty of Education, Institute of Special Education Studies	Czech Republic
Assoc. Prof. Dr. Kuo-Chang TING	Ming-hsin University of Science and Technology	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Kuo-Liang OU	National Hsinchu University of Education	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Larysa M. MYTSYK	Gogol State University	Ukraine
Assoc. Prof. Dr. Levent Eraslan	Anadolu University	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Li YAWAN	The Open University of China	China
Assoc. Prof. Dr. Li-An HO	Tamkang University	Taiwan

Assoc. Prof. Dr. Mike JOY	University of Warwick	United Kingdom
Assoc. Prof. Dr. Ming-Charng JENG	National Pingtung University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Murat ATAİZİ	Anadolu University	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Norazah Mohd SUKI	University Malaysia Sabah	Malaysia
Assoc. Prof. Dr. Partow IZADI	University of Lapland	Finland
Assoc. Prof. Dr. Ping-Kuen CHEN	National Defense University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Pramela KRISH	University Kebangsaan Malaysia	Malaysia
Assoc. Prof. Dr. Razvan-Lucian ANDRONIC	Spiru Haret University	Romania
Assoc. Prof. Dr. Selma KOÇ	Cleveland State University	United States
Assoc. Prof. Dr. Tang Keow Ngang Tang	Khon Kaen University	Thailand
Assoc. Prof. Dr. Tulen SANER	Neareast University	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Tzu-Hua WANG	National Hsinchu University of Education	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Wellington Didibhuku THWALA	University of Johannesburg	South Africa
Assoc. Prof. Dr. Wu-Yuin HWANG	National Central University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Ya-Ling WU	National Pingtung University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Zhi-Feng LIU	National Central University	Taiwan
Assist. Prof. Dr. ALICIA GONZALEZ-PEREZ	UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA	Spain
Assist. Prof. Dr. Andreja Istenic STARCIC	University of Primorska	Slovenia
Assist. Prof. Dr. Anita G. WELCH	North Dakota State University	United States
Assist. Prof. Dr. Antonis LIONARAKIS	Hellenic Open University	Greece
Assist. Prof. Dr. Cara Williams	Emirates College for Advanced Education	United Arab Emirates
Assist. Prof. Dr. Chiaki IWASAKI	Kansai University	Japan
Assist. Prof. Dr. Chiu-Pin LIN	National Hsinchu University of Education	Taiwan
Assist. Prof. Dr. Chun-Ping WU	Tamkang University	Taiwan
Assist. Prof. Dr. Chun-Yi SHEN	Tamkang University	Taiwan
Assist. Prof. Dr. Chung-Yuan HSU	National Pingtung University	Taiwan
Assist. Prof. Dr. Dararat KHampusaen	KKU	Thailand
Assist. Prof. Dr. Denis Mušić	Faculty of Information Technologies	Bosnia and Herzegovina
Assist. Prof. Dr. Fahme DABAJ	EMU	Turkey
Assist. Prof. Dr. Guan-Ze LIAO	National Hsinchu University of Education	Taiwan
Assist. Prof. Dr. Hsiang CHIN-HSIAO	Shih-Chien University	Taiwan
Assist. Prof. Dr. Hsieh PEI-HSUAN	National Cheng Kung University	Taiwan

Assist. Prof. Dr. Huei-Tse HOU	National Taiwan University of Science and Technology	Taiwan
Assist. Prof. Dr. Jagannath. K DANGE	Kuvempu University	India
Assist. Prof. Dr. K. B. PRAVEENA	University of Mysore	India
Assist. Prof. Dr. Kanvaria Vinod KUMAR	University of Delhi	India
Assist. Prof. Dr. Marko RADOVAN	University of Ljubljana	Slovenia
Assist. Prof. Dr. Mustafa ÖZTUNÇ	Sakarya University	Turkey
Assist. Prof. Dr. Özlem Atalan	Celal Bayar university	Turkey
Assist. Prof. Dr. Pavlina Částková	Palacky University in Olomouc	
Assist. Prof. Dr. Pey-Yan LIOU	National Central University	Taiwan
Assist. Prof. Dr. Phaik Kin. CHEAH	University Tunku Abdul Rahman	Malaysia
Assist. Prof. Dr. Ping-yeh TSAI	Tamkang University	Taiwan
Assist. Prof. Dr. S. ARULCHELVAN	Anna University	India
Assist. Prof. Dr. Shiful ISLAM	University of Dhaka	Bangladesh
Assist. Prof. Dr. Tsung-Yen CHUANG	National University of Tainan	Taiwan
Assist. Prof. Dr. Vahid MOTAMEDI	Tarbiat Moallem University	Iran
Assist. Prof. Dr. WonJoon Chung	Carleton University	
Assist. Prof. Dr. Xiongyi Liu	Cleveland State University	United States
Assist. Prof. Dr. Yu-Ju LAN	National Taiwan Normal University	Taiwan
Assist. Prof. Dr. Zachary Walker	National Institute of Education, Singapore	Singapore
Assist. Prof. Dr. Zerrin AYVAZ REIS	Istanbul University	Turkey
Dr. Ahmad Mohammad AL-SHABATAT	Al-Baha University	Saudi Arabia
Dr. Aijaz Ahmed GUJJAR	Sindh Madressatul Islam University	Pakistan
Dr. Ali AL MAZARI	Alfaisal University	Saudi Arabia
Dr. Anwer Al-Zahrani	Royal Commission for Jubail and Yanbu	Saudi Arabia
Dr. Brendan TANGNEY	Trinity College	Ireland
Dr. Chan Shiau Wei	Universiti Tun Hussein Onn Malaysia	Malaysia
Dr. Chin-Yeh WANG	National Central University	Taiwan
Dr. Chun-Hsiang CHEN	National Central University	Taiwan
Dr. Elnaz ZAHED	University of Waterloo	United Arab Emirates
Dr. Farhan OBISAT	University of Bank. and Finan. Sci	Jordan
Dr. Farrah Dina YUSOP	University of Malaya	Malaysia
Dr. Fawaz AL-QARNI	Memorial University of Newfoundland	Canada
Dr. Han-Chieh CHAO	Natioanal Ilan University	Taiwan
Dr. HJ. Mohd Arif Hj. ISMAIL	National University of Malaysia	Malaysia
Dr. Ira Irawati	Padjadjaran University	Indonesia
Dr. Issham ISMAIL	University of Sains Malaysia	Malaysia
Dr. Jan Kubrický	Department of Technical education and Information technology	Czech Republic
Dr. Jarkko SUHONEN	University of Eastern Finland	Finland

Dr. Jialin YI	Indiana University at Bloomington	United States
Dr. JordanEa JordanEa	JordanEa	Chile
Dr. Li YING	China Central Radio and TV University	China
Dr. Maha Atallah Salman	Kuwait University	Kuwait
Dr. Marcela Göttlichová	Tomas Bata University in Zlín	Czech Republic
Dr. Milla Sepliana Setyowati	University of Indonesia	
Dr. Muhammad SAFDAR	International Islamic University	Pakistan
Dr. Nadeem SAQLAIN	Memorial University of Newfoundland	Canada
Dr. Norlidah ALIAS	University of Malaya	Malaysia
Dr. Paivi Perkkila	Kokkola University Consortium Chydenius	
Dr. Sheng-Yi WU	National Central University	Taiwan
Dr. SUKUMAR SENTHILKUMAR	Vellore Institute of Technology-University	India
Dr. Tam Shu SIM	University of Malaya	Malaysia
Dr. Tiong GOH	Victoria University of Wellington	Afghanistan
Dr. Tomas Moravec	University of Economics in Prague	
Dr. Velciu Magdalena	National Research Institute for Labour and Social Protection	
Dr. Yazid BEDOUH	BADJI Mokhtar University	Algeria

IETC, INTE & IWSC 2021 CONFERENCES

Organizing Committee

General Coordinators

- ❖ Prof. Dr. Aytekin İŞMAN, Sakarya University, Turkey
- ❖ Prof. Dr. Teresa FRANKLIN, Ohio University, United States
- ❖ Prof. Dr. Douglas FRANKLIN, Ohio University, United States
- ❖ Prof. Dr. J. Ana DONALDSON, AECT Former President, United States
- ❖ Prof. Dr. Colleen SEXTON, Governors State University, United States

Coordinators

- ❖ Prof. Dr. Buket AKKOYUNLU, Cankaya University, Turkey
- ❖ Prof. Dr. Meltem Huri BATURAY, Atılım University, Turkey
- ❖ Prof. Dr. Carlos Francisco De Sousa REIS, Portugal
- ❖ Assoc. Prof. Dr. Nesrin AKINCI ÇÖTOK, Sakarya University, Turkey
- ❖ Assoc. Prof. Dr. Ayşe Derya KAHRAMAN, Istanbul University - Cerrahpasa, Turkey
- ❖ Assoc. Prof. Dr. Ahmet ADALIER, Cyprus International University, TRNC
- ❖ Assoc. Prof. Dr. Tolgay KARANFİLLER, Cyprus International University, TRNC
- ❖ Assoc. Prof. Dr. Fahme DABAJ, EMU, TRNC
- ❖ Assoc. Prof. Dr. İrfan ŞİMŞEK, Istanbul University - Cerrahpasa, Turkey
- ❖ Assist. Prof. Dr. Tuncer CAN, Istanbul University - Cerrahpasa, Turkey
- ❖ Assist. Prof. Dr. Mustafa ÖZTUNÇ, Sakarya University
- ❖ Assist. Prof. Dr. Hüseyin ESKİ, Sakarya University, Turkey

Conference Secretary

- ❖ Lecturer Sabriye TOPAL, Cyprus International University, TRNC
- ❖ Lecturer Omaç RÜŞTİOĞLU, Cyprus International University, TRNC

IETC, INTE & IWSC 2021 Editorial Board		
Prof. Dr. Abdullah KUZU	Anadolu University	Turkey
Prof. Dr. Ahmet ESKİCUMALI	Sakarya University	Turkey
Prof. Dr. Akihiro Yamamura	Akita University	Japan
Prof. Dr. Alejandro Rodriguez Valle	Universidad Veracruzana	Mexico
Prof. Dr. Ana Andrade	Instituto Politécnico de Viseu, CI & DETS, ESSV	Portegual
Prof. Dr. Antoinette J. MUNTJEWERFF	University of Amsterdam	Netherlands
Prof. Dr. António Madureira	Instituto Politécnico de Viseu, CI&DETS, ESSV	
Prof. Dr. Arvind SINGHAL	University of Texas	United States
Prof. Dr. Asaf VAROL	Firat Univerity	Turkey
Prof. Dr. Aytekin İşman	Sakarya University	Turkey
Prof. Dr. Brent G. WILSON	University of Colorado at Denver	United States
Prof. Dr. Buket AKKOYUNLU	Cankaya University	Turkey
Prof. Dr. Carmencita L. Castolo	Open University System of the Polytechnic University of the Philippines	Phillipines
Prof. Dr. Cengiz Hakan AYDIN	Anadolu University	Turkey
Prof. Dr. Chih-Kai CHANG	National University of Taiwan	
Prof. Dr. D.P. MISHRA	Indian Institute of Technology Kanpur	India
Prof. Dr. Don M. FLOURNOY	Ohio University	United States
Prof. Dr. Douglas D. BURLEIGH	La Jolla Cove Consulting, San Diego CA 92117, USA	USA
Prof. Dr. Eralp ALTUN	Ege University	Turkey
Prof. Dr. Fahad AlShahrani	Jubal Industrial College	Saudi Arabia
Prof. Dr. Feng-Chiao CHUNG	National Pingtung University	Taiwan
Prof. Dr. Ferhan ODABAŞI	Anadolu University	Turkey
Prof. Dr. Feza ORHAN	Yıldız Technical University	Turkey
Prof. Dr. Finland CHENG	National Pingtung University	Taiwan
Prof. Dr. Francine Shuchat SHAW	New York University	United States
Prof. Dr. Frank S.C. TSENG	National Kaohsiung First University os Science and Technology	Taiwan
Prof. Dr. Gianni Viardo VERCELLI	University of Genova	Italy
Prof. Dr. Gilbert Mbotho MASITSA	Universirty of The Free State	South Africa
Prof. Dr. Giuseppe Visaggio	Università di Bari	Italy
Prof. Dr. Gregory ALEXANDER	University of The Free State	South Africa
Prof. Dr. Gwo-Dong CHEN	National Central University Chung-Li	Taiwan

Prof. Dr. Gwo-Jen HWANG	National Taiwan University of Science and Technology	Taiwan
Prof. Dr. Han XIBIN	Tsinghua University	China
Prof. Dr. Hao-Chiang LIN	National University of Tainan	Taiwan
Prof. Dr. Hao-Chiang LIN	National University of Tainan	Taiwan
Prof. Dr. Heli RUOKAMO	University of Lapland	Finland
Prof. Dr. Henry H.H. CHEN	National Pingtung University	TAIWAN
Prof. Dr. Hülya ÇALIŞKAN	Istanbul University	Turkey
Prof. Dr. Hüseyin YARATAN	Final International University	TRNC
Prof. Dr. Ing. Giovanni ADORNI	University of Lapland	Finland
Prof. Dr. J. Ana DONALDSON	AECT Former President	United States
Prof. Dr. J. Michael SPECTOR	University of North Texas	United States
Prof. Dr. Jaroslav Vesely	BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY	Czech Republic
Prof. Dr. Jerry WILLIS	Manhattanville College	United States
Prof. Dr. Jie-Chi YANG	National Central University	Taiwan
Prof. Dr. João Duarte	Instituto Politécnico de Viseu, CI&DETS, ESSV	Portugal
Prof. Dr. José Gijón Puerta	Faculty of Education, Granada University	Spain
Prof. Dr. Julia Bello	UIUC	United States
Prof. Dr. KAHIT Fatima Zahra	Université Badji Mokhtar Annaba	Algeria
Prof. Dr. Karel RYDL	Pardubice University	Czech Republic
Prof. Dr. Kay A. PERSICHITTE	Elected AECT President	United States
Prof. Dr. Kiyoshi NAKABAYASHI	Chiba Institute of Technology	Japan
Prof. Dr. Kumiko AOKI	The Open University of Japan	Japan
Prof. Dr. Kuo-En CHANG	National Taiwan Normal University	Taiwan
Prof. Dr. Kuo-Hung TSENG	Meiho Institute of Technology	Taiwan
Prof. Dr. Kuo-Robert LAI	Yuan-Ze University	Taiwan
Prof. Dr. Liu MEIFENG	Beijing Normal University	China
Prof. Dr. Luis Dourado	University of Minho	Portugal
Prof. Dr. Marina Stock MCISAAC	Arizona State University	United States
Prof. Dr. MAURIZIO RIJA	Università della Calabria	Italy
Prof. Dr. Mei-Mei CHANG	National Pingtung University	Taiwan
Prof. Dr. Min JOU	National Taiwan Normal University	Taiwan

Prof. Dr. Ming-Puu CHEN	National Taiwan Normal University	Taiwan
Prof. Dr. Mingchang WU	National Yunlin University of Science and Technology	Taiwan
Prof. Dr. Mohamed El Homrani	Faculty of Education, Granada University, Spain	Turkey
Prof. Dr. Mustafa S. DUNDAR	Sakarya University	Turkey
Prof. Dr. Nabi Bux JUMANI	International Islamic University	Pakistan
Prof. Dr. Nian-Shing CHEN	National Sun Yat-Sen University	Taiwan
Prof. Dr. Paolo Di Sia	University of Padova	Italy
Prof. Dr. Pi-Hsia HUNG	National University of Tainan	Taiwan
Prof. Dr. Prof. Dr. Manuel Fernández Cruz	Faculty of Education, Granada University, Spain	Turkey
Prof. Dr. Roger HARTLEY	University of Leeds	United Kingdom
Prof. Dr. Rozhan M. IDRUS	University Sains Malaysia	Malaysia
Prof. Dr. S. Sadi SEFEROĞLU	Hacettepe University	Turkey
Prof. Dr. Saedah SIRAJ	University of Malaya	Malaysia
Prof. Dr. Sandrina Teixeira	ISCAP/IPP	Portugal
Prof. Dr. Servet BAYRAM	Yeditepe University	Turkey
Prof. Dr. Shan-Ju Lin CHANG	National Taiwan University	Taiwan
Prof. Dr. Sharon SMALDINO	Northern Illinois University	United States
Prof. Dr. ShenQuan YU	Beijing Normal University	China
Prof. Dr. Shi-Jer LOU	National Pingtung University	Taiwan
Prof. Dr. Shu-Hsuan CHANG	National Changhua University of Education	Taiwan
Prof. Dr. Shu-Sheng LIAW	China Medical University	Taiwan
Prof. Dr. Stefan AUFENANGER	University of Mainz	Germany
Prof. Dr. Stephen J. H. YANG	National Central University	Taiwan
Prof. Dr. Steve HARMON	Georgia Institute of Technology	United States
Prof. Dr. Sun FUWAN	China Central Radio and TV University	China
Prof. Dr. Sunny S.J. LIN	National Chiao Tung University	Taiwan
Prof. Dr. Teresa FRANKLIN	Ohio University	United States
Prof. Dr. Terry ANDERSON	Athabasca University	Canada
Prof. Dr. Toh Seong CHONG	University of Sains Malaysia	Malaysia
Prof. Dr. Toshio OKAMOTO	University of Electro-Communications	Japan
Prof. Dr. Tzu-Chien LIU	National Central University	Taiwan
Prof. Dr. Xibin HAN	Tsinghua University	China
Prof. Dr. Yavuz AKPINAR	Boğaziçi University	Turkey

Prof. Dr. Yen-Hsyang CHU	National Central University	Taiwan
Prof. Dr. Yuan-Chen LIU	National Taipei University of Education	Taiwan
Prof. Dr. Yuan-Kuang GUU	National Pingtung University	Taiwan
Prof. Dr. Zhao XINGLONG	Beijing Normal University	China
Prof. Dr. A. Aşkim KURT	Anadolu University	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Anthony Y. H. LIAO	Asia University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Betül ÖZKAN	University of Arizona	United States
Assoc. Prof. Dr. Birova Jana	Pegas Journal	Slovakia
Assoc. Prof. Dr. Chen-Chung LIU	National Central University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Chen-Huei LIAO	National Taichung University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Cheng-Huang YEN	National Open University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Ching Hui Alice CHEN	Ming Chuan University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Ching-Fan CHEN	Tamkang University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Chiung-Sui CHANG	Tamkang University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Danguole RUTKAUSKIENE	Kauno Technology University	Lithuania
Assoc. Prof. Dr. David Tawei KU	Tamkang University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Dawood Al Hamdani	Sohar University	Oman
Assoc. Prof. Dr. Eric MENG	National Pingtung University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Erkan TEKİNARSLAN	Bolu Abant İzzet Baysal University	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Ezendu ARIWA	London Metropolitan University	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Hakan TÜZÜN	Hacettepe University	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Hsin-Chih LIN	National University of Tainan	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Huey-Ching JIH	National Hsinchu University of Education	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. I-Wen HUANG	National University of Tainan	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Ian SANDERS	University of the Witwatersrand	South Africa
Assoc. Prof. Dr. Iman OSTA	Lebanese American University	Lebanon
Assoc. Prof. Dr. İNANÇ İŞİL YILDIRIM	Beykent University	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Işıl KABAKÇI	Anadolu University	Turkey
Assoc. Prof. Dr. John I-Tsun CHIANG	National Changhua University of Education	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Ju-Ling SHIH	National University of Tainan	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Kateřina Vitásková	Palacký University, Faculty of Education, Institute of Special Education Studies	Czech Republic
Assoc. Prof. Dr. Kuo-Chang TING	Ming-hsin University of Science and Technology	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Kuo-Liang OU	National Hsinchu University of Education	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Larysa M. MYTSYK	Gogol State University	Ukraine
Assoc. Prof. Dr. Levent Eraslan	Anadolu University	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Li YAWAN	The Open University of China	China
Assoc. Prof. Dr. Li-An HO	Tamkang University	Taiwan

Assoc. Prof. Dr. Mike JOY	University of Warwick	United Kingdom
Assoc. Prof. Dr. Ming-Charng JENG	National Pingtung University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Murat ATAİZİ	Anadolu University	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Norazah Mohd SUKI	University Malaysia Sabah	Malaysia
Assoc. Prof. Dr. Partow IZADI	University of Lapland	Finland
Assoc. Prof. Dr. Ping-Kuen CHEN	National Defense University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Pramela KRISH	University Kebangsaan Malaysia	Malaysia
Assoc. Prof. Dr. Razvan-Lucian ANDRONIC	Spiru Haret University	Romania
Assoc. Prof. Dr. Selma KOÇ	Cleveland State University	United States
Assoc. Prof. Dr. Tang Keow Ngang Tang	Khon Kaen University	Thailand
Assoc. Prof. Dr. Tulen SANER	Neareast University	Turkey
Assoc. Prof. Dr. Tzu-Hua WANG	National Hsinchu University of Education	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Wellington Didibhuku THWALA	University of Johannesburg	South Africa
Assoc. Prof. Dr. Wu-Yuin HWANG	National Central University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Ya-Ling WU	National Pingtung University	Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Zhi-Feng LIU	National Central University	Taiwan
Assist. Prof. Dr. ALICIA GONZALEZ-PEREZ	UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA	Spain
Assist. Prof. Dr. Andreja Istenic STARCIC	University of Primorska	Slovenia
Assist. Prof. Dr. Anita G. WELCH	North Dakota State University	United States
Assist. Prof. Dr. Antonis LIONARAKIS	Hellenic Open University	Greece
Assist. Prof. Dr. Cara Williams	Emirates College for Advanced Education	United Arab Emirates
Assist. Prof. Dr. Chiaki IWASAKI	Kansai University	Japan
Assist. Prof. Dr. Chiu-Pin LIN	National Hsinchu University of Education	Taiwan
Assist. Prof. Dr. Chun-Ping WU	Tamkang University	Taiwan
Assist. Prof. Dr. Chun-Yi SHEN	Tamkang University	Taiwan
Assist. Prof. Dr. Chung-Yuan HSU	National Pingtung University	Taiwan
Assist. Prof. Dr. Dararat KHampusaen	KKU	Thailand
Assist. Prof. Dr. Denis Mušić	Faculty of Information Technologies	Bosnia and Herzegovina
Assist. Prof. Dr. Fahme DABAJ	EMU	Turkey
Assist. Prof. Dr. Guan-Ze LIAO	National Hsinchu University of Education	Taiwan
Assist. Prof. Dr. Hsiang CHIN-HSIAO	Shih-Chien University	Taiwan
Assist. Prof. Dr. Hsieh PEI-HSUAN	National Cheng Kung University	Taiwan

Assist. Prof. Dr. Huei-Tse HOU	National Taiwan University of Science and Technology	Taiwan
Assist. Prof. Dr. Jagannath. K DANGE	Kuvempu University	India
Assist. Prof. Dr. K. B. PRAVEENA	University of Mysore	India
Assist. Prof. Dr. Kanvaria Vinod KUMAR	University of Delhi	India
Assist. Prof. Dr. Marko RADOVAN	University of Ljubljana	Slovenia
Assist. Prof. Dr. Mustafa ÖZTUNÇ	Sakarya University	Turkey
Assist. Prof. Dr. Özlem Atalan	Celal Bayar university	Turkey
Assist. Prof. Dr. Pavlina Částková	Palacky University in Olomouc	
Assist. Prof. Dr. Pey-Yan LIOU	National Central University	Taiwan
Assist. Prof. Dr. Phaik Kin. CHEAH	University Tunku Abdul Rahman	Malaysia
Assist. Prof. Dr. Ping-yeh TSAI	Tamkang University	Taiwan
Assist. Prof. Dr. S. ARULCHELVAN	Anna University	India
Assist. Prof. Dr. Shiful ISLAM	University of Dhaka	Bangladesh
Assist. Prof. Dr. Tsung-Yen CHUANG	National University of Tainan	Taiwan
Assist. Prof. Dr. Vahid MOTAMEDI	Tarbiat Moallem University	Iran
Assist. Prof. Dr. WonJoon Chung	Carleton University	
Assist. Prof. Dr. Xiongyi Liu	Cleveland State University	United States
Assist. Prof. Dr. Yu-Ju LAN	National Taiwan Normal University	Taiwan
Assist. Prof. Dr. Zachary Walker	National Institute of Education, Singapore	Singapore
Assist. Prof. Dr. Zerrin AYVAZ REIS	Istanbul University	Turkey
Dr. Ahmad Mohammad AL-SHABATAT	Al-Baha University	Saudi Arabia
Dr. Aijaz Ahmed GUJJAR	Sindh Madressatul Islam University	Pakistan
Dr. Ali AL MAZARI	Alfaisal University	Saudi Arabia
Dr. Anwer Al-Zahrani	Royal Commission for Jubail and Yanbu	Saudi Arabia
Dr. Brendan TANGNEY	Trinity College	Ireland
Dr. Chan Shiau Wei	Universiti Tun Hussein Onn Malaysia	Malaysia
Dr. Chin-Yeh WANG	National Central University	Taiwan
Dr. Chun-Hsiang CHEN	National Central University	Taiwan
Dr. Elnaz ZAHED	University of Waterloo	United Arab Emirates
Dr. Farhan OBISAT	University of Bank. and Finan. Sci	Jordan
Dr. Farrah Dina YUSOP	University of Malaya	Malaysia
Dr. Fawaz AL-QARNI	Memorial University of Newfoundland	Canada
Dr. Han-Chieh CHAO	Natioanal Ilan University	Taiwan
Dr. HJ. Mohd Arif Hj. ISMAIL	National University of Malaysia	Malaysia
Dr. Ira Irawati	Padjadjaran University	Indonesia
Dr. Issham ISMAIL	University of Sains Malaysia	Malaysia
Dr. Jan Kubrický	Department of Technical education and Information technology	Czech Republic
Dr. Jarkko SUHONEN	University of Eastern Finland	Finland

Dr. Jialin YI	Indiana University at Bloomington	United States
Dr. JordanEa JordanEa	JordanEa	Chile
Dr. Li YING	China Central Radio and TV University	China
Dr. Maha Atallah Salman	Kuwait University	Kuwait
Dr. Marcela Göttlichová	Tomas Bata University in Zlín	Czech Republic
Dr. Milla Sepliana Setyowati	University of Indonesia	
Dr. Muhammad SAFDAR	International Islamic University	Pakistan
Dr. Nadeem SAQLAIN	Memorial University of Newfoundland	Canada
Dr. Norlidah ALIAS	University of Malaya	Malaysia
Dr. Paivi Perkkila	Kokkola University Consortium Chydenius	
Dr. Sheng-Yi WU	National Central University	Taiwan
Dr. SUKUMAR SENTHILKUMAR	Vellore Institute of Technology-University	India
Dr. Tam Shu SIM	University of Malaya	Malaysia
Dr. Tiong GOH	Victoria University of Wellington	Afghanistan
Dr. Tomas Moravec	University of Economics in Prague	
Dr. Velciu Magdalena	National Research Institute for Labour and Social Protection	
Dr. Yazid BEDOUH	BADJI Mokhtar University	Algeria

TABLE OF CONTENT

A COMPARATIVE ANALYSIS ON TAMIL AND ENGLISH LEARNING SKILLS AMONG CHILDREN WITH AUTISM USING PECS (PICTURE EXCHANGE COMMUNICATION SYSTEM) <i>K.MANJULA, T.GEETHA</i>	1
A COMPARATIVE STUDY OF STUDENTS' LISTENING COMPREHENSION TAUGHT THROUGH CAPTIONED VIDEO AND AUDIO <i>Niloofar HOSSEİNİ, Mehdi GHASEMI</i>	5
A STUDY OF THE RELATIONSHIP BETWEEN SECONDARY SCHOOL STUDENTS' COMPUTATIONAL THINKING SKILLS AND CREATIVE PROBLEM-SOLVING SKILLS <i>Muhammed PAF, Beste DİNÇER</i>	9
ADVERGAMELERİN SATIN ALMA DAVRANIŞI ÜZERİNE ETKİSİ: LIPTON HER ŞEYİ BİLEN KADIN OYUNU <i>Aytekin İŞMAN, Yasemin Dila AYGEN</i>	23
AN ANALYSIS ON THE FACTORS AFFECTING THE DECISION-MAKING PROCESS OF PROSPECTIVE SOCIAL STUDIES TEACHERS ON SOCIOSCIENTIFIC ISSUE <i>Canan TUNÇ ŞAHİN</i>	39
AN INVESTIGATION INTO THE PRE-SERVICE SCIENCE TEACHERS' MATERIAL DESIGN SKILLS AND ATTITUDES TOWARDS THE COURSE AND VIEWS <i>Emre YILDIZ, Nesrin ÜRÜN ARICI</i>	49
BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR ÖĞRETMENLİĞİ BÖLÜMÜ ÖĞRETMEN ADAYLARININ ÇOKLU ZEKA ALANLARININ İNCELENMESİ; KKTC ÖRNEĞİ <i>Çiğdem KARAGÜLMEZ SAĞLAM</i>	58
BİREYLERİN GÜNLÜK BOŞ ZAMAN KULLANIM SÜRELERİNİN TÜRKİYE-OECD ÜLKELERİNDE KÜMELEME ANALİZİ İLE İNCELENMESİ <i>M. Enes IŞIKGÖZ</i>	69
BIRTH, DEVELOPMENT AND APPLICATIONS OF QUANTUM PHYSICS: A TRANSDISCIPLINARY APPROACH <i>Paolo DI SIA</i>	78
COMPETENCE OF THE EDUCATIONIST, A MAJOR TREND IMPACTING EDUCATION <i>Ggbonna Emmanuel NNAMUCHI</i>	87
COVID 19 SÜRECİ, SINIF ÖĞRETMENLERİNİN TEKNOLOJİ ENTEGRASYONU VE ÇEVİRİMİÇİ ÖĞRETİMDE KARŞILAŞTIKLARI SORUNLARIN İNCELENMESİ: RİZE İLİ ÖRNEĞİ <i>Hilal ÇALIŞIR, Nermin KARABACAK</i>	89
COVID-19 DÖNEMİNDE BEDEN EĞİTİMİ ÖĞRETMEN ADAYLARININ ÇEVİRİMİÇİ ÖĞRENME ORTAMLARINDAKİ SINIF TOPLULUĞU HİSSİNİN ÇEŞİTLİ DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ <i>M. Enes IŞIKGÖZ</i>	97
COVID-19 İLE İLGİLİ REKLAMLARIN GÖSTERGEBİLİMSEL AÇIDAN İNCELENMESİ: PEGASUS, KOÇ HOLDİNG, PETROL OFİSİ REKLAMLARI <i>Aytekin İŞMAN, Yeşim YARDIMCI</i>	104
COVID-19 PANDEMİ SÜRECİNDE BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR YÜKSEKOKULU ÖĞRENCİLERİNİN EŞ ZAMANLI SANAL SINIF ORTAMLARINI KULLANIM NİYETLERİNİN İNCELENMESİ <i>M. Enes IŞIKGÖZ</i>	124
DİJİTAL OYUNLARIN BİREYLERİN SOSYALLEŞMESİNE ETKİSİ: MMORPG TÜRÜ ÖRNEĞİ <i>Aytekin İŞMAN, Oğuzhan AYGÜN</i>	132
DİJİTAL REKLAMCILIĞIN POPÜLER KÜLTÜRE ETKİSİ <i>Çiğdem ÇALAPKULU, Nurul ZELDA APRILLA</i>	147
DOĞAL AFETLERE HAZIRLIK VE AFET YÖNETİMİ İÇİN ARTIRILMIŞ GERÇEKLİK UYGULAMALARINA DAYALI EĞİTİM PROGRAMI ÖNERİSİ <i>Ufuk Cem KOMŞU, Meryem Samırkaş KOMŞU, Zehra Alakoç BURMA</i>	159

EĞİTİM FAKÜLTELERİNİN AKREDİTASYONU ÜZERİNE BİR İNCELEME <i>Nermin KARABACAK, Şenol SEZER</i>	169
ELEŞTİREL SÖYLEM ÇÖZÜMLEMESİ BAĞLAMINDA HABER METİNLERİNİN İNCELENMESİ: COVID-19 AŞI ÇALIŞMALARINA DAİR HABERLER ÖRNEĞİ <i>Mustafa ÖZTUNÇ, Neslihan AÇMACI, Mesut EKER</i>	175
ERGENLERİN KİMLİK OLUŞUMUNDA INSTAGRAM FENOMENLERİNİN ETKİSİ: REYNMEN VE DANLA BİLİÇ ÖRNEĞİ <i>Aytekin İŞMAN, Ülkü AKYOL</i>	193
ESTABLISHING A QUALITY ASSURANCE SYSTEM AT SCHOOL OF FOREIGN LANGUAGES: ANKARA YILDIRIM BEYAZIT UNIVERSITY CASE <i>Mümin ŞEN, Müge AKGEDİK</i>	209
EVALUATION OF THE ELECTRONIC APPLICATIONS USED IN THE TURKISH EDUCATION SYSTEM IN THE CONTEXT OF SCHOOL ADMINISTRATION <i>Abdullah BALIKÇI</i>	213
EXAMINATION OF MIDDLE SCHOOL 8TH GRADE STUDENTS' PROBLEM SOLVING ATTITUDES IN TERMS OF VARIOUS VARIABLES <i>Eylem ÇELİK, Halil Coşkun ÇELİK, Furkan ÖZDEMİR</i>	227
EXAMINATION OF SOCIAL SCIENCE TEACHERS' OPINIONS ON DIGITAL CITIZENSHIP <i>Hakan AKDAĞ</i>	236
EXAMINATION OF SOCIAL SCIENCE TEACHERS' OPINIONS ON THE EDUCATION OF STUDENTS WITH SPECIAL LEARNING DEFICIENCY <i>Hakan AKDAĞ</i>	242
EXAMINATION OF THE OPINIONS OF TURKISH TEACHER CANDIDATES ON LISTENING EDUCATION COURSE CONDUCTED THROUGH EMERGENCY DISTANCE EDUCATION <i>İsmail Yavuz ÖZTÜRK</i>	247
EXAMINING THE PRIMARY-SCHOOL TEACHERS' MOTIVATION LEVELS DURING THE COVID-19 PANDEMIC <i>Dila LEYLAK, Elif CATAL, Serkan SAY</i>	266
FİLMSEL ANLATIDA YAPAY ZEKÂ DİSTOPYASININ GÖSTERGEBİLİMSEL ÇÖZÜMLEMESİ: P'M MOTHER (BEN ANNEYİM) FİLMİ ÖRNEĞİ <i>Aytekin İŞMAN, Ayşe Gül ZEREN KOSAL</i>	274
GENERIC COMPETENCES AT UNIVERSITY. AN INNOVATIVE CURRICULAR SUBJECT PROPOSAL FOR THEIR DEVELOPMENT <i>Paula CRESPI</i>	295
HOW CAN THE UNCONSCIOUS MIND OF THE NEW PSYCHOLOGICAL DEFINITION BE ANALYZED AND CAN THE FORMATION OF THOUGHT BE CLOSED TO PERCEPTION AND MANIPULATION AT THE BEGINNING BY USING ALGÜL DIGITAL-MANUAL/ANALOG PSYCHO-SEMIOTIC LANGUAGE PARSERS? <i>Nevin ALGÜL</i>	300
İLKOKUL 4. SINIF ÖĞRENCİLERİNİN ÖDEV MOTİVASYONLARI İLE AİLE KATILIMI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ: RİZE İLİ ÖRNEĞİ <i>Ayşegül ŞEKER, Nermin KARABACAK</i>	306
İLKÖĞRETİM OKULLARINDA GÖREV YAPAN ÖĞRETMENLERİN ÖRGÜTSEL BAĞLILIKLARI ALGILARININ İNCELENMESİ <i>Figen YAMAN LESİNGER, Gamze PELER ŞAHOĞLU, Behcet ÖZNACAR</i>	314
IMPACTS OF GLOBALISATION ON INTERNATIONALISATION OF HIGHER EDUCATION - A REVIEW <i>Ogbonna Emmanuel NNAMUCHI</i>	324
IMPROVED SOCIAL SPIDER ALGORITHM BASED ON WEIGHT FACTOR <i>Emine BAŞ, Erkan ÜLKER</i>	329

INFORMATION TECHNOLOGY TEACHERS' VIEWS ON THE USE OF TINKERCAD <i>Selami ERYILMAZ, Gülhanım DENİZ</i>	338
INSTRUCTORS' VIEWS ON DISTANCE EDUCATION DURING THE PANDEMIC PERIOD <i>Betül ÖZAYDIN ÖZKARA</i>	349
INVESTIGATION OF PRIMARY-SCHOOL TEACHERS' ATTITUDES TOWARDS EDUCATIONAL GAME ACCORDING TO DIFFERENT VARIABLES <i>Serkan SAY, Serdar AKBULUT</i>	361
KEY PROMPTS FOR BOOSTING STUDENTS' ENGAGEMENT IN ONLINE WRITING CLASSES <i>Gulnara Chingiz HAJIYEVA</i>	367
LONG-TERM EFFECTS ON THE SELF-PERCEPTION OF BIOLOGY TEACHERS ABOUT THEIR PEDAGOGICAL TECHNOLOGICAL CONTENT KNOWLEDGE (TPACK) PRODUCED BY AN ONLINE TEACHER DEVELOPMENT PROGRAM <i>Daniel Fábio SALVADOR, Luiz Gustavo Ribeiro ROLANDO, Roberta Flavia Ribeiro Rolando VASCONCELLOS Mauricio Roberto Motta Pinto Da LUZ</i>	371
MAĞAZA KİŞİLİĞİ KAVRAMI VE TÜKETİCİ TERCİHLERİNE ETKİSİ ÜZERİNE BİR İRDELEME <i>Aslıhan YAVUZALP MARANGOZ</i>	381
MAINTAINING THE CONTINUOUS FOCUS ON ENGINEERING SKILLS THROUGHOUT THE LIFE CYCLE OF ENGINEERING STUDY AT UNIVERSITIES <i>Nedal A.M JABARI</i>	386
MANAGEMENT POWER <i>Ayhan DATLI</i>	395
MARKALARIN KURUMSAL KOKULARININ 18-25 YAŞ ARALIĞINDAKİ TÜKETİCİ SATIN ALMA DAVRANIŞINA ETKİSİ: KOKUSAL PAZARLAMA <i>Aytekin İŞMAN, Ceren GÜVENCİ</i>	398
MESLEK LİSESİ ÖĞRETMENLERİNİN EĞİTİM BİLİŞİM AĞINA YÖNELİK GÖRÜŞLERİ İLE DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ <i>Selami ERYILMAZ</i>	417
MOBILE LEARNING MOTIVATION AND MOBILE SELF-EFFICACY OF PRE-SERVICE TEACHERS <i>Kübra OKUMUŞ DAĞDELER, Burak DELİCAN</i>	424
OKUL ÖNCESİ EĞİTİM ALAN 60-72 AYLIK ÇOCUKLARIN ERKEN GEOMETRİ BECERİLERİNİ KAZANMALARINDA SINIF İÇİ ETKİNLİKLERİN ETKİSİ <i>Ayşegül DURMAZ, Emine YILMAZ BOLAT</i>	437
ÖĞRENCİLERİN SOSYAL MEDYA KULLANIM ALIŞKANLIKLARININ AİLE İÇİ İLETİŞİME ETKİSİ: INSTAGRAM ÖRNEĞİ <i>Aytekin İŞMAN, Fatma ALP</i>	447
POWERFUL HECUBA: A HEROINE IN ACTION <i>Andrea Navarro NOGUERA</i>	470
PRIMARY SCHOOL TEACHER CANDIDATES PERSPECTIVES OF ALTERNATIVE EDUCATION PRACTICES <i>İlkay AŞKIN TEKKOL</i>	476
SECONDARY SCHOOL TEACHERS' AND STUDENTS' ATTITUDES TOWARDS THE USE OF INTERACTIVE WHITEBOARD IN EFL CLASSROOMS <i>Hasret ÇEKİCİ, Ayfer SU-BERGİL</i>	482
SELF-REGULATION IN OBLIGATORY ONLINE EDUCATION: A DISCUSSION FROM SOCIAL INTERACTION PERSPECTIVE <i>Nuray OKUMUS CEYLAN</i>	495
SİBER ZORBALIK KAVRAMI ÜZERİNDEN BİR FİLM İNCELEMESİ: CYBERBULLY (SANAL ZORBALIK) <i>Aytekin İŞMAN, Neslihan AÇMACI</i>	503

SOSYAL MEDYA KULLANIM AMAÇLARI: 18-25 YAŞ ARASI GENÇLERİN İNSTAGRAM KULLANIM ÖRNEĞİ <i>Aytekin İŞMAN, Sümeyye AKDAĞ</i>	528
SOSYAL MEDYADA SALGIN YÖNETİMİ: SAĞLIK BAKANI DR. FAHRETTİN KOCA’NIN ‘YENİ NORMAL’ ÖNCESİ VE SONRASI TWITTER KULLANIMININ KARŞILAŞTIRILMASI <i>Aytekin İŞMAN, Şuheda SOĞUKDERE</i>	548
SOSYAL MEDYADA YAPILAN PAYLAŞIMLARIN BEĞENİLME DUYGUSUNA ETKİSİ: INSTAGRAM ÖRNEĞİ <i>Aytekin İŞMAN, Esra ODABAŞI</i>	577
STUDENTS' EVALUATING ART EDUCATION THROUGHT DISTANCE EDUCATION DURING THE PANDEMIC PERIOD <i>Demirali Yaşar ERGİN, Aylın GÜRBÜZ, Gül SAKARYA</i>	596
TEACHERS’ VOICES: STRENGTHS AND WEAKNESSES OF THE CURRENT MODEL OF CONTINUING PROFESSIONAL DEVELOPMENT IN A RURAL SA DISTRICT <i>Lulama Mmodana-ZIDE, Matseliso L Mokhele-MAKGALWA</i>	608
TEACHING WITH EDUCATIONAL GAMES IN SOCIAL STUDIES: A TEACHER'S PERSPECTIVE <i>Burcu KARAMAN, Harun ER, Oğuzhan KARADENİZ</i>	620
THE ADAPTATION OF THE INSTAGRAM ADDICTION SCALE (TIAS) INTO TURKISH: VALIDITY AND RELIABILITY STUDIES <i>Aylın TUTGUN ÜNAL, Nevzat TARHAN, Patrizia MURADİ, Ayşe Sena KURT</i>	633
THE COMPLEX IMAGE OF TURKEY ON CHINESE MEDIA: THROUGH THE LENS OF XINHUA NEWS AGENCY <i>Austin AO</i>	642
THE EFFECT OF THE FLIPPED CLASSROOM MODEL ON UNDERSTANDING AND ACCESS TO THE NATURE OF SCIENCE BY STUDENTS <i>Merve KAYA, Fatih Serdar YILDIRIM</i>	649
THE EFFECTIVENESS OF BLENDED LEARNING ON STUDENTS ACHIEVEMENT AT SQU <i>Mohamed E. AMMAR, Ali S. Al MUSAWI</i>	660
THE EFFECTIVENESS OF PUBLIC EXPENDITURE ON HIGHER EDUCATION AND THE EMPLOYMENT IN MEXICO <i>Rubén Macías ACOSTA</i>	667
THE EVALUATION OF HONG KONG STUDENTS' PERCEPTION OF ONLINE TEACHING PRACTICE IN HIGHER EDUCATION <i>Hon Keung YAU, Chung To AU</i>	673
THE INTERRELATIONSHIP OF EDUCATION AND TECHNOLOGY: AN ANALYSIS OF 2020 NEP OF INDIA <i>Jabir Yousuf SHEIKH, Ranjana KANUNGO</i>	684
THE TANGLY STRUCTURE OF FUNCTIONS WITH ONE VARIABLE <i>Zhou MAI</i>	688
THEORETICAL AND ECONOMICAL ANALYSIS OF THE NATURAL VACUUM DESALINATION UNIT IN BAHRAIN <i>Yousif ALEZZI, Teoman AYHAN</i>	701
THERAPEUTIC EFFECTS OF TANNIC ACID ON MELANOMA <i>Asuman DEVECI OZKAN, Gamze GUNEY ESKILER</i>	709
TÜKETİCİNİN SATIN ALMA DAVRANIŞINDA ALGI YÖNETİMİNİN ROLÜ: YOUTUBE FENOMENİ MERVE ÖZKAYNAK’IN TÜKETİCİ DAVRANIŞLARINA ETKİSİ <i>Aytekin İŞMAN, Merve KARLIDAĞ</i>	713
TÜRKİYE’DE KADININ İŞ HAYATINDAKİ KONUMU: GÖZ ARDI EDİLENLER <i>Hande ORTAY</i>	733

ULUSLARARASI LİSANS ÖĞRENCİLERİNİN EĞİTİM GEREKSİNİMLERİ <i>Muhammet NARSEYİTOV, Nermin KARABACAK, Şenol SEZER</i>	744
ULUSLARARASI ÖĞRENCİ YAPISININ ANALİZİ: RECEP TAYYİP ERDOĞAN ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ <i>Nermin KARABACAK, Şenol SEZER</i>	752
USING INFOGRAPHICS IN TEACHING TURKISH AS A FOREIGN LANGUAGE <i>İsmail Yavuz ÖZTÜRK</i>	759
UZAKTAN EĞİTİM ÖĞRENCİLERİNİN KİTLESEL AÇIK ÇEVİRİMİÇİ DERSLER HAKKINDAKİ GÖRÜŞLERİ <i>Hanife ÇİVRİL, Emine ARUĞASLAN</i>	771
WHAT HE WOULD SAY IF <i>Silvio MORGANTI, Verena ZUDINI</i>	776
Y KUŞAĞININ SATIN ALMA DAVRANIŞLARININ İNCELENMESİNDE DİJİTAL REKLAMLAR: INSTAGRAM ÖRNEĞİ <i>Aytekin İŞMAN, Nida Özcan BURAN</i>	780
YAHYA AKENGİN'İN OĞUZ DEDE ADLI ÇOCUK ROMANI ÜZERİNE İNCELEME <i>Kadir KAPLAN</i>	795
YENİ MEDYA VE SİYASAL İLETİŞİM: İKTİDAR PARTİSİ VE ANA MUHALEFET PARTİSİ LİDERLERİNİN TWİTTER KULLANIMLARI <i>Aytekin İŞMAN, Uğur ÖZÇAKIR</i>	809
YENİ MEDYANIN HABER TÜKETİM ALIŞKANLIKLARINA ETKİSİ: İLETİŞİM FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİ ÖRNEĞİ <i>Aytekin İŞMAN, Mustafa AKSOY</i>	827
YÜKSEKÖĞRETİM KURUMLARININ ULUSLARARASILAŞMA STRATEJİLERİ: KARŞILAŞTIRMALI BİR ANALİZ <i>Sibel MEHTER AYKIN, Emel KAHRAMAN</i>	846
YÜKSEKÖĞRETİM SİSTEMİNDE AKADEMİK TEŞVİK PUANLARININ ANALİZİ <i>Nermin KARABACAK, Şenol SEZER</i>	862
Z KUŞAĞININ KİMLİK OLUŞUMUNDA SOSYAL MEDYANIN ETKİSİ: INSTAGRAM ÖRNEĞİ <i>Adem SARI</i>	868
DİJİTAL MEDYA ORTAMINDA GAZETECİLERİN ÇALIŞMA OLANAKLARI VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK <i>Olçay UÇAK</i>	888
COMMUNICATION SKILLS OF COMMUNICATION SCIENCES FACULTY TEACHER CANDIDATES <i>Azmiye YINAL</i>	895
INVESTIGATION OF ORGANIZATIONAL CULTURE AND BUSINESS VALUES IN EDUCATIONAL MANAGEMENT <i>Azmiye YINAL, Gülşen ÖZKÖK & Ayhan DATLI</i>	918
İLETİŞİM ORTAMLARININ SOSYALLEŞME ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNİN İNCELENMESİ <i>Azmiye YINAL & Figen YAMAN LESİNGER</i>	929

A COMPARATIVE ANALYSIS ON TAMIL AND ENGLISH LEARNING SKILLS AMONG CHILDREN WITH AUTISM USING PECS(PICTURE EXCHANGE COMMUNICATION SYSTEM)

K.MANJULA
Research Scholar

Dr.T.GEETHA
Professor
Department of Special Education
Avinashilingam University
Coimbatore- 641043. Tamil Nadu, India
k.manjulasesenthil@gmail.com

ABSTRACT

Autism is a complex range of disorder that severely limits one's capacity to participate in daily activities. It is one of the most frequent developmental disorders. Language, mobility, learning, self-help, and independent life are severely limited in these children. The Picture Exchange Communication System (PECS) was created to teach children with Autism Spectrum Disorders (ASD) and other developmental disabilities a functional communication system, which requires the user to approach and initiate interaction with a communicative partner before performing a referential communicative act. The current study has implied a comparison on students learning level through PECS in Tamil and English. The study was carried on 25 students engaged in Regular school and Special school and their age group was 3-10 years. The study found that students can understand better when the PECS method is followed in the Tamil language as most of the student's mother tongue is found to be Tamil.

INTRODUCTION

Children are in the midst of a rapid growth and development process. In India, children under the age of 15 make up around 35 percent of the overall population. Children are essential to the country's present and future. In all countries, the health of these priceless members of society is the top priority. Children are valued not only for who they are now but also for what they will become in the future. Childhood health sets the tone for adult health by reinforcing their worldview and establishing a crucial ethical, social, and economic context. Children who are healthy as children are more likely to grow up to be healthy adults. Children's illnesses are on the rise these days, with developmental abnormalities being a common occurrence. Autism is a complex range of illnesses that severely limits one's capacity to participate in daily activities. It is one of the most frequent developmental disorders. Language, mobility, learning, self-help, and independent life are all severely limited in these children. Autism is a neuro-developmental illness marked by a trio of symptoms including a lack of social interaction, verbal and nonverbal communication, and restricted and repetitive behavior. It is one of the five Pervasive Developmental Disorders that manifests in early childhood or adolescence and usually persists without remission. Children with Autism have a hard time forming social bonds and comprehending social communication.

The Picture Exchange Communication System (PECS) was created to teach children with Autism Spectrum Disorders (ASD) and other developmental disabilities a functional communication system (Bondy and Frost, 1998), which requires the user to approach and initiate interaction with a communicative partner before performing a referential communicative act (Bondy, 2001; CharlopChristy, Carpenter et.al 2002). To alleviate frustration and replace problematic or inappropriate behaviors, children with ASD require a clear and effective means of communication (Beukelman and Mirenda, 1998; Webb, 2000). For these youngsters, augmentation and alternative communication (AAC) therapies have generally focused on unaided communication (i.e. signs and gestures). Following that, the focus switched to aided communication devices that took advantage of people with ASD's visual-spatial processing skills (Light, et.al, 1998).

PECS is a Computer-Assisted, Picture Exchange Communication System that aims to improve the social exchange at the heart of all communicative acts. It aims to reduce prompt dependency by training children to communicate spontaneously by exchanging pictures to request a corresponding object or activity, while also offering consistent vocal examples to stimulate speech development (Bondy and Frost, 2002; Kravits et.al 2002). It starts with spontaneous requests and moves on to sentence structure, vocabulary topics, and comments. The capacity to indicate what he or she wants is the only requirement for PECS's instruction (e.g. by reaching for the desired item). PECS has been successfully utilized with children who do say some words but do not begin with these words, despite its popularity with nonverbal children with ASD (Bondy and Frost, 1998, 2002; Tincani, 2004).

ASD is a big and complicated disorder with numerous components, and children with an ASD diagnosis can exhibit a wide range of behaviors and challenges. The incidence of ASD has sparked alarm on a Local, National,

and International level, prompting action (Rice et al., 2012) the number of children with Autism has risen dramatically in the last decade around the world (Hasan, 2020). Some of these youngsters, particularly those with high-functioning Autism, are being integrated into mainstream educational institutions. Despite their limitations, this set of children has the right to be assisted in all aspects of their education, including learning English. Accordingly, several researchers also suggest the possibility of communication and education in a foreign/second language in children with Autism (Elder et al., 2006; Petersen, 2010; Reppond, 2015; Szymkowiak, 2013; etc.). Kuparinen (2017) highlights that “one does not need to be intellectually gifted to learn a foreign language. However, certain methods of language learning should be intelligently followed to make the language learning process more fruitful.” Also, Wire (2005) reviewed that even those who have little speech, possibly an elective mute, may have a good understanding of the foreign language and may be able to respond by actions in a role play, by nodding, drawing, and by practicing with a pocket translator. The focus of the current study was to compare the understanding ability of children with Autism regarding their language between Tamil and English.

THE OBJECTIVE OF THE STUDY

The current study is been carried out by the researcher with the following objective

To examine the general profile of the sample

To study PECS method learning among Children with Autism for English and Tamil language

To compare PECS learning mode among Children with Autism in Tamil and English language acquisition skills

METHODOLOGY

The present study employed a two-subject experimental method where the 25 students with Autism were selected for the study from Tiruppur District and their ability to learn and understand two subjects Tamil and English was compared. The result of the study was examined with help of frequency and percentage tests.

FINDINGS OF THE STUDY

The researcher at first tried to understand the general background of the sample as it will let the researcher know the basic history of the sample. The first aspect examined by the researcher was the age of the students which can be seen in Table (1)

Table: 1 General Background of the Sample

Variables		Frequency	Percentage
Age	3 to 6 years	10	40
	7 to 10 years	15	60
Gender	Boys	14	56
	Girls	11	44
Class	Preschool to Class 1	10	40
	2 to 5	15	60
School	Special	16	64
	Regular	9	36
Mother Tongue	Tamil	20	80
	Other Languages	5	20

The age of the sample is been identified under two different categories, the first category is 3 to 6 years of age and the second category is 7 to 10 years of age. Among the selected samples 60 percent (15 students) were belonging to the age group of 7-10 years of age and 40 percent (10 students) were from the age category 3-6 years of age.

The researcher tried to find out the gender of the selected group of students under the main category boys and girls. Among the sample group, 56 percent (14 students) were belonging to gender boys and 44 percent (11 students) were girls who were having the Autism Spectrum Disorder. It can be seen that among the selected students 40 percent (10 students) were engaged from Pre-school to 1st std and 60 percent (15 students) were studying from 2nd std to 5th std.

Most (64 percent) of the students were engaged in a Special school for their education and 36 percent were studying in a Regular school. As Special school provides special care and attention to the students most of the parents prefer putting their children in Special school while compared to that of Regular school.

To understand the language ability of the students knowing their mother tongue is important keeping this consideration the researcher tried to find out the mother tongue of the selected respondents. Among the 25 selected

students, 80 percent that is 20 students were having Tamil as their mother tongue and only 5 students were found to be having other languages namely Hindi, Malayalam, and Telugu as their mother tongue.

Table 2- Comparison of Language skills

Variables		Tamil		English	
		Frequency	Percentage	Frequency	Percentage
Identification of pictures	Yes	20	80	17	68
	No	5	20	8	32
Ability to frame sentence	Yes	22	88	15	60
	No	3	12	10	40
Ability to describe the word	Yes	19	76	16	64
	No	6	24	9	36
Reactions	Yes	23	92	21	84
	No	2	8	4	16

IDENTIFICATION OF PICTURES IN TAMIL AND ENGLISH

The researcher has examined the identification skill of the respondents for Tamil language and English language. The finding of the study can be seen in Table (2)

The above table shows the students' identification level for the languages. About 68 percent of the students were able to understand the pictures shown in the English language and in the case of the Tamil language, 80 percent of the students were able to understand it as they were having Tamil as their mother tongue. When a new concept is thought in their mother tongue the respondents can understand it clearly than a Foreign language.

ABILITY TO FRAME THE SENTENCES IN TAMIL AND ENGLISH

The ability of students to frame sentences after their PECS training was studied by the researcher. The result showed that 60 percent were able to frame sentences in English and 88 percent were able to frame sentences in Tamil.

ABILITY TO DESCRIBE THE WORDS IN TAMIL AND ENGLISH

The student's ability to describe the shown picture in Tamil and English was compared by the researcher and the result is shown in Table (2). Among the selected students, almost 64 percent were able to describe the shown figure in English and 76 percent were able to describe the picture in Tamil. Students can understand and react to language when it is in their mother tongue.

REACTIONS IN TAMIL AND ENGLISH

The student's reaction for their understanding and reacting ability of thought PECS in English and Tamil were studied. The result showed that 21 student was able to reach for the English language whereas when the concept was in Tamil 23 students were found to react.

CONCLUSION:

ASD is a big and complicated disorder with numerous components, and Children with an ASD diagnosis can exhibit a wide range of behaviors and challenges. Some of these youngsters, particularly those with high-functioning Autism, are being integrated into mainstream educational institutions. Despite their limitations, this set of children has the right to be assisted in all aspects of their education, including learning English. Accordingly, several researchers also suggest the possibility of communication and education in a foreign/second language in Children with Autism. PECS method is one of the best methods which is been introduced for making the students affected with ASD learn to like the other normal students. From the current study, it can be identified that students can learn, understand and react much better when PECS is been described in their mother tongue(Tamil). So along with foreign language when the concept is been thought in the Local language or their mother tongue the students will be able to understand it very effectively.

REFERENCE:

- Beukelman DR and Mirenda P (1998) Augmentative and alternative communication: Management of severe communication disorders in children and adults. 2nd edition. Baltimore, MD: Paul H Brookes
 A (2001) PECS: Potential benefits and risks. The Behaviour Analyst Today 2: 127-32
 Bondy A and Frost L (1998) The Picture Exchange Communication System. Seminars in Speech and Language 19: 373-89.
 Bondy A and Frost L (2002) A picture's worth. Newark, DE: Pyramid Educational Products.

- Elder, J. H., Seung, H., & Siddiqui, S. (2006). Intervention outcomes of a bilingual child with autism. *Journal of Medical Speech-Language Pathology*, 14(1), 53–63.
- Hasan, A. A. (2020). Assessment of family knowledge toward their children with autism spectrum disorder at Al-Hilla City, Iraq. *Indian Journal of Forensic Medicine & Toxicology*, 14(3), 1801. [Google Scholar]
- Kuparinen, T. (2017). Perceptions of EFL learning and teaching by autistic students, their teachers, and their school assistants [Master's Thesis]. University of Jyväskylä. <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/55292/1/URN%3ANBN%3Afi%3Ajyu-201709073681.pdf> [Google Scholar]
- Light JC, Roberts B, Dimarco R, and Greiner N (1998) Augmentative and alternative communication to support receptive and expressive communication for people with autism. *Journal of Communication Disorders* 31: 153–80
- Reppond, J.S. (2015). *English language learners on the autism spectrum: Identifying gaps in learning*. Hamline University. http://digitalcommons.hamline.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1241&context=hse_all
- Rice, C.E., Rosanoff, M., Dawson, G., Durkin, M.S., Croen, L.A., Singer, A., & Yeargin-Allsopp, M. (2012). Evaluating changes in the prevalence of autism spectrum disorders (ASDs). *Public Health Reviews*, 34(2), 17. <https://doi.org/10.1007/BF03391685> [Crossref], [Google Scholar]
- Szymkowiak, C. (2013). *Using effective strategies for the elementary English language learner with autism spectrum disorder: A curriculum project*. The State University of New York. [Google Scholar]
- Tincani M (2004) Comparing the Picture Exchange Communication System and sign language training for children with autism. *Focus on Autism and Other Developmental Disabilities* 19(3): 152–63.
- Webb T (2000) Can children with autism be taught to communicate using PECS? *Good Autism Practice (GAP)* 1(1): 29–43.
- Wire, V. (2005). Autistic spectrum disorders and learning foreign languages. *Support for Learning*, 20(3), 123–128. <https://doi.org/10.1111/j.0268-2141.2005.00375.x> [Crossref], [Google Scholar]

A COMPARATIVE STUDY OF STUDENTS' LISTENING COMPREHENSION TAUGHT THROUGH CAPTIONED VIDEO AND AUDIO

Niloofar HOSSEI

Farhangian University, Isfahan, Iran
n95.hosseini@gmail.com

MehdiGHASEMI

University of Isfahan, Iran
ghasemi94m@gmail.com

ABSTRACT

The aim of this study is to investigate whether there is a significant difference in students' listening comprehension performance of a foreign language when using two types of modalities (video or audio). For the purpose of this study, 54 male students of different public schools, who studied 7th grade of junior high school in Shahreza, Isfahan, were randomly selected and divided into two groups. While the control group listened to the audio files, the experimental group watched the video file of the same topics. The results were analyzed by SPSS24. The results show that there is no significant difference between using videos and audios in terms of listening comprehension, so the researchers discuss the reason behind the effectiveness of audio formats.

INTRODUCTION

There have been two major theories about language components; some believe that language is a system consisting of four skills i. e. listening, speaking, reading, and writing (Harmer, 1991). Others consider language as a whole system. based on child's first language acquisition, the order of second language learning is considered to be listening, speaking, reading, and writing (Isik and Yilmaz, 2007), and as Machado (2010, p.242) says the success of children's in three other skills depends on their listening ability. So, listening skills are vital in foreign language learning (Hamouda, 2013) and listening is the most fundamental skill (Oxford, 1993, p.205). In contrast to its importance, learners think that listening is difficult. Vandergrift (1999, p.167) says:

[Listening] is a complex, active process in which the listener must discriminate between sounds, understand vocabulary and grammatical structures, interpret stress and intonation, retain what was gathered in all of the above, and interpret it within the immediate as well as the larger sociocultural context of the utterance. Coordinating all of this involves a great deal of mental activity on the part of the listener.

Listening is hard work, and deserves more analysis and support. (p.168)

However Brown (1954) argued how instruction can help developing listening skills in a good way.

Audio materials were used for teaching listening skills for many years, but due to the development in terms of technology, the inefficiency of audio materials for listening instructional purposes was argued (Chen et al., 2014). Scholars have various ideas regarding the use of these two modalities for teaching listening skills. For instance, Barker and Trott (1985) are against using video modalities since it has visual distractions. Also some believe that using videos is more expensive than using audios (White et al., 2000), however, some are among the proponents because of different reasons. For instance Wilson (2008) believes that videos are better since they are contextual and show body language. Harmer (2001) emphasizes that the main advantage of video over audio is that learners can both listen and see the language. Ur (1984) points out that through using videos, learners can concentrate on both verbal and nonverbal information, so they will be motivated for improving their listening habits. Although both have some advantages and disadvantages, one of the best ways to encounter students with authentic input is using videos, since they are the combination of three mediums i.e. aural, visual, and textual (Ogasawara, 1994). Another effective way for instructing listening skills is using video Captioning especially in countries such as Iran that English is considered as a foreign language, so as a result students have limited chance for exposure to real spoken and written language (Gowhary et al., 2014). Captions present extra linguistic features like gestures and facial expression that may help learners listening comprehension (Chapple and Curtis, 2000).

The current study investigated the effects of using captioned videos in students' listening comprehension scores. Accordingly, this study is going to answer the following questions:

1. Is there a significant difference between teaching listening to EFL learners using audios and captioned videos?
2. Which format (audio or captioned video) is more beneficial for EFL learners and teachers?

To answer the research questions, researchers raise the null hypotheses that there is no significant difference in students listening comprehension performance by using captioned video formats and audio formats.

THE STUDY

This study included 54 male students ranged in age from 12-14 who were selected among 7th grade students from various public junior high schools in Shahreza, Isfahan. In order to have homogeneous groups, they were randomly divided into two groups (control and experimental).

For this study, five topics were extracted from GoGo educational cartoon series for both experimental and control groups. The chosen topics were colors, fruits, food, clothes, age, and dates because they corresponded to their textbook topics. Also a multiple choice test including 17 items was designed for both groups. The internal reliability of the test was calculated by Cronbach's Alpha which came out to be 0.53.

This research is a quantitative one with two group control and experimental design which was administered in the second half of academic year of 2020-2021. The students were informed about the purpose of the study in advance. To have homogeneous groups, the participants were randomly assigned to two groups to receive treatments. Although both groups had the same teacher, the first group i.e. control group listened to the audio files, while the experimental group watched the video format of the same files with English captions. After the presence of treatment, a multiple choice test including 5 topics with 17 questions was distributed to the participants. To evaluate the difference between two groups, two measures of central tendency i.e. mean and percentage and two measures of variability i.e. standard deviation and standard error mean were calculated. The results were analyzed by using Statistical Package for Social Science (SPSS).

FINDINGS

This study sought to investigate the difference in students' achievement to find out which type of the media i.e. audio or captioned video was the best

Table 1. Comparison of scores

	format	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
score	video	27	14.3704	2.15100	.41396
	audio	27	13.3704	1.80060	.34653

Tables 1 presents the comparison of scores in both groups. the mean of experimental group was 14.37 whereas the mean of control group was 13.37.

Table 2. Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means	
		F	Sig.	t	df
score	Equal variances assumed	1.392	.243	1.852	52
	Equal variances not assumed			1.852	50.438

Table 3. Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means			
		Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Difference	95% Confidence Interval of the Difference Lower
score	Equal variances assumed	.070	1.00000	.53985	-.08330
	Equal variances not assumed	.070	1.00000	.53985	-.08410

Table 4. Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means
		95% Confidence Interval of the Difference
		Upper
score	Equal variances assumed	2.08330
	Equal variances not assumed	2.08410

To investigate whether the different between the means of control and experimental group was significant, the independent- sample t-test was used. In a t-test, the difference between the two means is significant if the significance level (sig. 2-tailed) is less than 0.05 (Pallant, 2005, p.281). As presented in Tables 2, 3, and 4 since the significance level was 0.07 which is more than 0.05, the null hypotheses was accepted i.e. there is no significant difference in students' listening comprehension scores by using captioned video or audio formats.

CONCLUSION

This study investigated the effect of using audio and captioned video on learners' listening comprehension. As the result shows since 0.07 is more than $\alpha = 0.05$, so there is no significant difference in students' achievements by using these two modalities (audio, and captioned video), therefore a question arises about the fact that why audio formats are as effective as video ones. The researchers assume that animated cartoons in video formats may distract Learners' attention, but when they are encountered with audio formats, their only choice is listening and concentrating on the presented material. Due to these minor differences in using audio and video formats, it is financially reasonable to use audio formats in Iranian public Schools, especially since its counterpart is time consuming for teachers

Since the results of this study is not conclusive ,the researchers have some suggestions for future researchers in this topic .First, the results will be more reliable if the research is done on both males and females. Second, the participants of this study were 7th grade students of public junior high schools who study Prospect 1 as their English textbook. It is a good idea to conduct further researches on other levels i.e. students who study newly developed textbooks like Prospect 2, 3, and Vision 1 and 2

REFERENCES

- Barker, L., & Trott, D. (1985). The effects of visual distractions on listening.
- Basal, A., Gulozer, K., & Demir, I. (2015). Use of Video and Audio Text in EFL Listening Test. *Education and Training Studies*.
- Brown, J. I. (1954). Can listening be taught? *College English*.
- Chapple, L. &. (2000). Student Responses to Film. Hong Kong: Content Based Instruction.
- Chen, C., Wang, L., & Xu, L. (2014). A study of video effects on English listening comprehension. *Studies in literature and language*.
- Dehaki, M. M. (2017). the effect of watching videos on listening comprehension of Iranian intermediate EFL learners in public schools. *applied linguistics and language research*.
- Farhady, H. (2013). *Research Methods in Applied Linguistics 1 &2*. Tehran: Payamnoor Press.
- Gowhary, H., Pourhalashi, Z., Jamalinesari, A., & Azizfar, A. (2015). Investigating the Effect of Video Captioning on Iranian EFL Learners' Listening Comprehension. *Social and Behavioral Sciences*.
- Hamouda, A. (2013). An investigation of listening comprehension problems encountered by Saudi students in the EL listening classroom. *International Journal of academic Research in Progressive Education and Development*.
- Harmer, J. (1991). *The practice of English language teaching*. London and New york: Longman.
- Harmer, J. (2001). *The practice of english language teaching*. Longman.
- Isik, C., & Yilmaz, S. (2007). A computational approach to determining listening comprehension ability. *E-learning in life long education*.
- Logi Bellamari Puspita, Muhammad Sukirlan, Dedy Supriyadi. (n.d.). *a Comparative Study of Students' Listening Comprehension Taught through Video and Audio*.
- Machado, J. M. (2010). *Early childhood experiences in language arts*. Boston: Cengage Learning.
- Ogasawara, S. (1994). *Effectiveness of Using English Captioned Videos on Listening Comprehension Proficiency*.
- Oxford, R. L. (1993). *Research update on teaching listening*.
- Pallant, J. (2011). *SPSS Survival Manual*. Australia: Allen & Unwin.
- Puspita, L. (n.d.).
- Puspita, L., Sukirlan, M., & Supriyadi, D. (n.d.). *a Comparative Study of Students' Listening Comprehension Taught through Video and Audio*.

- Rahmatian, R., & Armiun, N. (2011). the Effectiveness of Audio and Video Documents in Developing Listening Comprehension Skill in a Foreign Language. *English Linguistics*.
- Sulaiman, N., Muhammad, A., & Ganapathy, N. (2017). a Comparison of Students' Performances Using Audio only and Video Media Method. *English Language Teaching*.
- Ur, P. (1984). *Teaching Listening Comprehension*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Vandergrift, L. (1999). Facilitating second language listening comprehension. *ELT Journal*.
- White, C., Easton, P., & Anderson, C. (2000). Students' perceived value of video in a multimedia language course. *Educational Media International*, 167-175.
- Wilson, J. J. (2008). *How to teach listening*. Pearson Education Limited.
- Yasin, B., Mustafa, F., & Permatasari, R. (2018). How Much Videos Win over Audios in Listening Instruction for EFL Learners. *Educational Technology*.
- Yousofi, N., Davoodi, A., & Razmeh, S. (2015). a Comparative Study of Audio and Video Listening Practices in a Private Language Institute in Iran. *Educational Investigation*.

A STUDY OF THE RELATIONSHIP BETWEEN SECONDARY SCHOOL STUDENTS' COMPUTATIONAL THINKING SKILLS AND CREATIVE PROBLEM-SOLVING SKILLS

Muhammed PAF*

Republic of Turkey Ministry of National Education, 09100 Aydin, Turkey,

e-mail: muhammedpaf@gmail.com,

ORCID: 0000-0002-4033-4115

Beste DİNÇER

Faculty of Education, Education Programs and Teaching, Aydin Adnan Menderes University, 09100 Aydin, Turkey,

e-mail: bestedincer@gmail.com,

ORCID: 0000-0002-9264-3665

*Correspondency: bestedincer@gmail.com

This research is based upon the master thesis titled "The Relationship Between Secondary School Students Computational Thinking Skills and Creative Problem Solving Skills" which is authored by Muhammed PAF and supervised by Dr. Beste DİNÇER.

ABSTRACT

The primary goal of this research is to investigate the relation between computational thinking skills and creative problem-solving skills in secondary school students over the 2018-2019 academic year (5th, 6th, 7th, and 8th grades). The study's sample size is made up of 1098 secondary school pupils. The T-test, one-way ANOVA, and multiple linear regression analysis were used. As can be observed from the research findings, the students' numerical thinking abilities and creative problem-solving skills average scores were strong in terms of total scores and sub-dimensions. According to the results, the mean scores of students' numerical thinking skills and creative problem-solving skills differed considerably in favour of girls. As the pupils' grade level progressed, statistically significant disparities in their computational thinking abilities scores appeared. Another major conclusion from the study is that there is a substantial link between students' thinking skills, creative problem-solving skills, and their capacity to keep up with technological advances. Furthermore, a somewhat favourable and substantial connection between students' computational thinking skills and creative problem-solving skills was discovered. Due to the findings of multiple linear regression analysis, sub-dimensions of creative problem-solving skills highly predicted computational thinking skills.

Keywords: creative problem-solving computational thinking; 21st century skills

INTRODUCTION

Scientific, social, economic, and technical advancements in various sectors appear to be changing the individual traits required and the abilities that must be held correspondingly in the twenty-first century. It may be argued that, particularly in the 2000s, when information technology evolved fast, an education strategy based on knowledge transfer was insufficient for individual growth. Many different styles of thinking arise as a child's brain grows and new life experiences are gained (Relkin, 2018). Modern times require individuals with high-level skills instead of individuals who memorize the information transmitted to them (Saracaloğlu, Yenice & Karasakaloğlu, 2009).

It is an indisputable reality that information technologies have a direct influence on individual behavior and modify our requirements in many aspects of our life. These innovations have an influence on education systems, and many talents that people should acquire must be adjusted. As a result, persons in the twenty-first century can think creatively and critically, generate unique answers to issues they meet, and adapt these solutions to new contexts. Individual and social requirements change because of the great advancement of information technology, making it critical for individuals to acquire certain abilities, referred to as 21st century skills.

According to Pakman (2018), 21st century talents include computational and creative thinking, as well as algorithmic thinking. Kuleli (2018) noted that in the twenty-first century, students and instructors must be technologically literate, problem solvers, researchers, and collaborators. Individuals entering the corporate world nowadays are expected to have certain abilities such as digital literacy, entrepreneurship, creativity, problem solving, and critical thinking (Kölemen, 2017). As Tanrıoğen and Sarpkaya (2011: 5) mentioned in their book, the major approach to build the targeted society and lifestyle in the twenty-first century, which is defined as the era of science, technology, and innovation, is via education through qualified manpower. Individuals that can think and regulate their cognitive processes are considered to adapt better to this altering environment (Dinçer, 2009). Individuals who create information, find proper information, and use information efficiently are needed in this setting.

In the report published by OECD (2018), it is stated that certain jobs will be replaced by new occupational categories during the next ten years. According to recent studies, many occupational groups that exist today will not exist in the future, and other occupational groups will arise. Many occupational categories that exist today will not exist in the future, according to current research, and other occupational groups will arise. Therefore, along with fundamental qualities such as algorithmic thinking skill, inovative thinking skill, logical cause, and effect relationship, and being a productive individual, being able to develop individuals with 21st century abilities should be our major aims.

Furthermore, the primary goal of education has been to raise individuals who can create, criticize, determine, question, and solve issues, and in recent years, the importance of teaching methods for higher order thinking abilities has grown. As a result, it is recognized in educational institutions that it is critical for students to prepare for new situations that may develop and to gain the necessary skills. As a result, when newly updated curriculum is evaluated, it is stressed that the content of all courses is designed to create persons with high level thinking skills. In this perspective, it is an important issue how these important skills that are emphasized in the revised curriculum have an impact on students.

More than in previous years, the Ministry of National Education (MNE) made a major and dramatic modification in the programs in 2005. It was discovered in the Ministry of National Education's revised curriculum that fostering computational thinking of students was one of the objectives of computer science (MNE, 2018a) and information technologies and software classes (MNE, 2018b). In this context, it can be said that computational thinking and creative problem solving are among the skills that individuals should have. Wing (2016) states computational thinking as a key skill for children in the 21st century. Therefore, computational thinking skills should be among the basic skills that students should have in the 21st century (ISTE, 2016; Yıldız, Çiftçi & Karal, 2017).

Being able to think in a computational way in daily life helps to learn the basic structure of the emerging problems and to perceive the repeated mistakes better. In addition, computational thinking skills can be taught with skills such as social interaction, communication, and working as a team. Problem solving and computational thinking are related skills and can be transferred to other numerical fields such as mathematics (Çiftçi, Çengel & Paf, 2018). As a result of this disclosed information, computational thinking has been an important skill to be examined in recent years. It is stressed in the literature that there is a continuous link between computational thinking, creative thinking, and problem solving, all of which are referred to be 21st century abilities. Individuals with creative thinking talents are also excellent problem solvers, according to this statement. Studies on 21st century abilities stress the need of developing students' creativity and innovative skills (Fox, 2011).

In the light of this information, computational thinking and creative thinking have become key skills of the 21st century. When the individuals, having creative thinking skills, encounter a problem in their daily lives, they can produce fast and creative solutions to this problem. For this reason, it is expressed as a requirement that students acquire higher order thinking skills since a young age.

In this context, answers to the following sub-problems were sought in the study:

- (1) What level is the computational thinking skills of secondary school students participating in the research?
- (2) Is there a substantial difference in computational thinking skills among secondary school pupils based on gender, class, or the degree to which they are following technology developments?
- (3) What level is the creative problem-solving skills of secondary school students?
- (4) Do creative problem-solving skills of secondary school students show a significant difference according to gender/class, the state of following the technological developments?
- (5) Is there a correlation between creative problem-solving talents and computational thinking skills in secondary school students?
- (6) Do sub-dimensions of creative problem-solving skills predict computational thinking skills in a meaningful way?

METHOD

RESEARCH DESIGN

The goal of this study was to examine the relation between computational thinking skills and creative problem-solving skills in secondary school pupils. This goal was achieved using a relational (correlational) model within the scope of the investigation.

POPULATION AND SAMPLE

The population of the study comprises of secondary students studying in the Germencik district of Aydın

province during the 2018-2019 academic year. According to the theoretical sample size table in determining the number of samples, the research universe consisting of 2000 people should have 322 with levels of $\alpha = .05$ significance and 5% tolerance; It is stated that it can represent 1661 people at the level of $\alpha = .01$ significance and 1% tolerance (Can, 2014: 28). Accordingly, the number of samples in this study represents 49% of the universe. While selecting the sample, two classes (A-B) were taken from each school as a cluster to increase the possibility of the study population to represent the sample group and a single-stage cluster sample was made. In single-stage cluster sampling, the main population (schools) is first divided into clusters, and the desired number of clusters (classes) are drawn randomly from these clusters (İslamoğlu & Alınçak, 2016). Since the number of classes and students in each school is not equal, two classes from all schools were included in the sample except two village schools. In this way, the study's sample group consists of 1098 secondary school students chosen by proportionate cluster sampling from the Germencik district of Aydın province during the 2018 – 2019 academic year.

On analysis of the distribution of high school pupils volunteering in the study, 570 of them girls (51.9%), 528 of them were boys (48.1 %). 269 of the children in the research were in the fifth grade (24.5 percent), 282 in the sixth grade (27.5 percent), 348 in the seventh grade (31.7 percent), and 199 in the eighth grade (18.1%) as it was presented in Table 1.

Table 1. Demographic Features of the Students

Variable	Group	N	%
Gender	Male	528	48.1
	Female	570	51.9
Class level	5 th Class	269	24.5
	6 th Class	282	25.7
	7 th Class	348	31.7
	8 th Class	199	18.1
Status of Following Technological Developments	Yes	697	63.5
	No	381	34.7
	Unknown	20	1.8
Total		1098	100

DATA COLLECTION TOOLS

The Computational Thinking Skills Scale (for Secondary School Students) developed by Korkmaz, Çakır and Özden, (2015) as well as the "Creative Problem-Solving Features Inventory" adapted to Turkish by Baran-Bulut, İpek, and Aygün (2018) were used to collect the data.

COMPUTATIONAL THINKING SKILLS SCALE

The scale, designed by Korkmaz, Çakır, and Özden (2015), and tested on secondary school students has a total of 22 items. Original scale developed in accordance with the university level, Korkmaz et al. (2015), validity and reliability at secondary school level were also examined.

In addition, because of confirmatory factor analysis, it was stated that the observed values of the scale model differed between .51 and .87 and showed an acceptable level of agreement. The validity and reliability of the scale were tested again with the data obtained within the scope of the research. As a result of the confirmatory factor analysis, it was observed that the standardized regression loads received different values between .52 and .73.

In accordance with the confirmatory factor analysis, fit indices were examined, and the values were determined as GFI = .995, AGFI = .947, CFI = .939, IFI = .939, NNFI = .927, RMSEA = .038, SRMR = .055. The model formed in this direction has been found to provide excellent fit indices. The Cronbach Alpha reliability coefficients calculated for the scale and its sub-dimensions are in the sub-dimension of "Creativity".62, in the sub-dimension of "Algorithmic Thinking".71, in the sub-dimension of "Cooperation".73, and "Critical Thinking".69, "Problem Solving" sub-dimension.75, and across the scale.83. Accordingly, when the value related to the scale is examined, it is seen that the measurement tool has high reliability.

CREATIVE PROBLEM-SOLVING INVENTORY

The Creative Problem-Solving Inventory, designed by Lin (2010) and converted to Turkish by Baran-Bulut, İpek, and Aygün (2018), has 40 items and five variables. The inventory has dimensions for convergent and divergent thinking, motivation, environment, general knowledge, and skills. As a result of the analysis, it is claimed that the 40-item inventory translated to Turkish meets the goal. The scale's validity and reliability were once again assessed using data collected as part of the study. Confirmatory factor analysis showed that standardized regression loads received different values between .31 and .76. In accordance with the confirmatory

factor analysis, the fit indices were examined, and the values were determined as GFI = .891, AGFI = .878, CFI = .888, IFI = .888, NNFI = .876, RMSEA = .045, SRMR = .071.

The model formed in this way has been found to have acceptable fit indices. The Cronbach Alpha reliability coefficients calculated for the scale and its sub-dimensions are as follows: "Divergent Thinking".80, "Convergent Thinking".76, "Motivation".74, "Environment" sub-dimension.87, "General Knowledge and Skills" sub-dimension.76, "for the whole scale was .93. In this direction, when the value related to the scale was analysed, it was seen that the measurement tool has a very high reliability.

DATA ANALYSIS

A statistical package application was used to analyze the research data. When interpreting the data, $p < .05$ significance level was taken as the basic criterion. More than one parameter was taken as a basis for the examination of the normal distribution of data.

In the examination of the test result, the degree of closeness of the average, mode and median values of the data; skewness and kurtosis coefficients, normal distribution (histogram), Normal Q-Q graphs were examined, and it was concluded that the data showed normal distribution. If it is examined in more detail; the average, mode and median values of the data were found to be very close to each other. Since this is a feature stated in the normality assumptions (Leech, Berrett & Morgan, 2005), it was accepted among the normality parameters within the scope of this research. Altman and Bland (1995) argued that when the sample is above certain limits, the assumption of normality can be neglected and when the size of the sample within the scope of this study is analyzed ($N = 1098$), it is seen that this assumption is sufficient to be fulfilled. In addition, according to George and Mallery (2019: 211) and Hair, Black, Babin and Anderson (2014: 39), it is acceptable for the normality assumption to be within the ± 1 range of skewness and kurtosis values. The scale's skewness and kurtosis values of the mean scores for the computational thinking skills scale $-.276$ to $-.523$; for creative problem-solving skills inventory $-.142$ to $-.524$. In this context, it was seen that the data were in the range of ± 1 . and the skewness and kurtosis coefficients, which were accepted as the biggest indicator for normality assumption, were accepted as another important parameter. In addition to this situation, normal distribution graph (histogram) and Normal Q-Q graph were examined, and the data was found to have a distribution that is acceptable as near to normal.

Considering the meeting status of the normal distribution assumptions described above and the size of the sample number ($N = 1098$), it was accepted that the data used in this study showed a normal distribution. As a result, parametric statistical approaches were used for data processing activities. The sample t-test, ANOVA, and Pearson correlation test were used to analyse the data in this way. Five-point Likert-type grading intervals were used to evaluate students' computational thinking and creative problem-solving abilities. As a result, the ranges 1.00 - 1.79 are considered "very low," 1.80 - 2.59 are considered "low," 2.60 - 3.39 are considered "mid," 3.40 - 4.19 are considered "high," and 4.20 - 5.00 are considered "extremely high."

FINDINGS

Table 2 displays descriptive data connected to the students' computational thinking ability levels in relation to the research's first sub-problem.

Table 2. Descriptive Statistics of Average Scores of Students' Computational Thinking Skill Levels and Sub-dimensions

Sub-Dimensions	N	\bar{X}	SS
Creativity	1098	4.07	.72
Algorithmic thinking	1098	3.70	.81
Collaboration	1098	4.08	.87
Critical thinking	1098	3.67	.87
Problem solvin	1098	3.53	.95
Computational Thinking(total)	1098	3.78	.58

Table 2 shows that the average scores of the students computational thinking ability levels are typically high ($\bar{X} = 3.78$). Furthermore, when the scores on the computational thinking abilities sub-dimensions were investigated, it was discovered that the greatest score was in the cooperation dimension ($\bar{X} = 4.08$), and the lowest score was in the problem-solving dimension ($\bar{X} = 3.53$).

THE DIFFERENCE IN COMPUTATIONAL THINKING SKILL LEVELS AMONG SECONDARY SCHOOL STUDENTS BASED ON GENDER VARIABLE

In accordance with the first variable of the second sub-problem of the research, a t-test for unrelated samples from parametric tests was performed to evaluate whether the computational thinking skills of secondary school pupils varied significantly by gender. Table 3 contains information on the test findings obtained in this context.

Table 3. The t-Test Results Related to the Differentiation Status of the Students' Computational Thinking Skill Levels and Sub-Dimensions According to the Gender Variable

Sub-Dimensions	Gender	N	\bar{X}	SS	t	Sd	P
Creativity	Female	570	4.18	.63			
	Male	528	3.95	.79	-5.32	1096	.000*
Algorithmic Thinking	Female	570	3.74	.76			
	Male	528	3.65	.85	-1.80	1096	.073
Colloberation	Female	570	4.22	.80			
	Male	528	3.92	.92	-5.74	1096	.000*
Critical thinking	Male	570	3.73	.87			
	Female	528	3.60	.86	-2.37	1096	.018*
Problem Solving	Male	570	3.68	.95			
	Female	528	3.37	.94	-5.39	1096	.000*
Computational Thinking in General	Male	570	3.89	.56			
	Female	528	3.67	.59	-6.31	1096	.000*

*p<.05

When the test results given in Table 3 were examined, that the average computational thinking scores of female students ($\bar{X} = 3.89$) were significantly higher than those of male students ($\bar{X} = 3.67$) was found. There was a significant difference in favour of girls ($t(1096) = -6.31, p < .05$). In this case, it can be stated that the gender variable has a significant effect on students' computational thinking skills generally.

Apart from the average scores of algorithmic thinking ($t(1096) = 1.80, p > .05$) sub-dimension; creativity ($t(1096) = -5.32, p < .05$), collaboration ($t(1096) = -5.74, p < .05$), critical thinking ($t(1096) = -2.37$ It is observed that, $p < .05$) and problem solving ($t(1096) = -5.39, p < .05$) sub-dimensions made a significant difference in favor of girls.

DIFFERENTIATION OF SECONDARY SCHOOL STUDENTS' COMPUTATIONAL THINKING SKILL LEVELS BASED ON CLASS VARIABLE

In accordance with the second variable of the second sub-problem of the research, one-way analysis of variance, which is one of the parametric tests, was done to evaluate if the computational thinking skills of secondary school pupils varied significantly by class. Information on the test findings obtained in this context was presented in Table 4.

Table 4. ANOVA Results Regarding Differentiation of Average Scores of Students' Computational Thinking Skill Levels and Sub-Dimensions by Class Variable

Sub-Dimensions	Groups	Sum of Squares	df	Mean Squares	F	p	Difference
Creativity	Between Groups	3.088	3	1.029	1.984	.115	
	Within Groups	567.559	1094	.519			
	Total	570.647	1097				
Algorithmic Thinking	Between Groups	.521	3	.174	.265	.850	
	Within Groups	715.773	1094	.654			
	Total	716.294	1097				
Colloberation	Between Groups	10.682	3	3.561	4.732	.003	
	Within Groups	823.169	1094	.752			5-7*
	Total	833.851	1097				5-8*
Critical thinking	Between Groups	1.114	3	.371	.495	.686	

	Within Groups	820.657	1094	.750			
	Total	821.771	1097				
	Between Groups	30.705	3	10.235			
Problem Solving	Within Groups	967.828	1094	.885	11.569	.000	5-6* 5-7*
	Total	998.534	1097				5-8*
Computational	Between Groups	6.571	3	2.190	6.568	.000	
Thinking in General	Within Groups	364.856	1094	.334			5-7*
	Total	371.426	1097				5-8*

* $p < .05$

As it was shown in table 4, the average scores of the secondary school students studying at different 4 grade levels regarding their computational thinking skills were compared with the One-way variance analysis for unrelated samples according to the class variable (5th, 6th, 7th and 8th grades). The results showed that the

averages of students in 5th grade is as ($\bar{x} \bar{X} = 3.66$), averages of students in 6th grade is ($\bar{x} \bar{X} = 3.77$), averages of

students in 7th grade ($\bar{x} \bar{X} = 3.85$) and averages of students in 8th grade have ($\bar{x} \bar{X} = 3.86$) statistically significant

differences between at least two ($F_{(3-1094)} = 6.56, p < .05$). The effect size ($\eta^2 = .02$) calculated that this difference is low. As a result of the Tukey multiple comparison test, it was observed that the difference was between the 5th and 7th grade students and the 5th and 8th grade students, and the differentiation was in favour of the 7th and 8th grades, respectively.

When the analysis results given in Table 4 were examined, creativity ($F_{(3-1094)} = 1.99, p > .05$), algorithmic thinking ($F_{(3-1094)} = .27, p > .05$) and critical thinking mean scores ($F_{(3-1094)} = .50, p > .05$) subscales did not make a significant difference according to the class variable; collaboration ($F_{(3-1094)} = 4.73, p < .05$) and problem solving ($F_{(3-1094)} = 11.57, p < .05$) it was found that there was a significant difference. As a result of the Tukey multiple comparison test, the problem solving sub-dimension between the 5th grades ($\bar{x} = 3.96$) and 7th ($\bar{x} = 4.17$) and 8th grades ($\bar{x} = 4.18$) in the collaboration sub-dimension of the significant difference It was observed that it was between 5th grade ($\bar{x} = 3.26$) and 6th ($\bar{x} = 3.53$), 7th ($\bar{x} = 3.66$) and 8th grades ($\bar{x} = 3.68$). When the average scores were analysed in this direction, it was seen that the differentiation occurred in favour of the upper classes.

DIFFERENTIATION OF SECONDARY SCHOOL STUDENTS' COMPUTATIONAL THINKING SKILL LEVELS BASED ON THE VARIABLE TO FOLLOW THE TECHNOLOGICAL DEVELOPMENTS

In accordance with the third variable of the second sub-problem of the research, a t-test was performed for unrelated samples from parametric tests to determine whether the computational thinking skills of secondary school students differ significantly depending on the state of the following technological developments. Data related to the test results carried out in this context are given in Table 5.

Table 5. T-Test Results Related to the Differentiation of the Average Scores of the Computational Thinking Skill Levels and Sub-Dimensions of the Students According to the Status of Following Technological Developments

Sub-Dimensions	Groups	N	\bar{X}	SS	T	sd	p
Creativity	Yes	697	4.12	.68	3.56	1076	.000*
	No	381	3.96	.78			
Algorithmic Thinking	Yes	697	3.76	.80	3.55	1076	.000*
	No	381	3.58	.81			
Collaboration	Yes	697	4.12	.84	2.62	1076	.009*
	No	381	3.97	.92			

Critical thinking	Yes	697	3.73	.89	2.98	1076	.003*
	No	381	3.56	.80			
Problem Solving	Yes	697	3.57	.97	1.75	1076	.080
	No	381	3.46	.92			
Computational Thinking in General	Yes	697	3.83	.57	4.02	1076	.000*
	No	381	3.68	.59			

* $p < .05$

As it is shown in table 5, according to the state of following the technological developments, significant differences were observed in all dimensions apart from problem solving sub-dimension of students' computational thinking skills scores. A significant difference was observed in favour of the students who stated that they followed the technological developments between the mean scores of students who indicated ($\bar{x} = 3.68$) ($t_{(1076)} = 4.02$, $p < .05$) in general. In this case, it can be said that the state of following technological developments had a significant effect on students' computational thinking skills.

Additionally, the average scores of problem solving ($t_{(1076)} = 1.75$, $p > .05$) sub-dimension did not make a significant difference according to the state of following the technological developments; but creativity ($t_{(1076)} = 3.56$, $p < .05$) algorithmic thinking ($t_{(1076)} = 3.55$, $p < .05$), collaboration ($t_{(1076)} = 2.62$, $p < .05$) and critical thinking ($t_{(1076)} = 2.98$, $p < .05$) sub-dimensions created significant differences in favour of students who state that they follow technological developments.

FINDINGS ON SECONDARY SCHOOL STUDENTS' CREATIVE PROBLEM-SOLVING SKILL LEVELS

In line with the third sub-problem of the research, descriptive statistics about students' creative problem-solving skill levels are given in Table 6.

Table 6. Descriptive Statistics of Students' Creative Problem-Solving Skill Levels

Sub-Dimensions	N	\bar{X}	SS
Divergent Thinking	1098	3.70	.78
Convergent Thinking	1098	3.86	.72
Motivation	1098	3.75	.81
Environment	1098	3.98	.78
General knowledge and Skills	1098	3.56	.86
Creative problem solving Skill in General	1098	3.81	.62

In Table 6, it was shown that the average scores of the students regarding their creative problem-solving skill levels were high ($\bar{x} = 3.81$). In this context, it could be stated that students' creative problem-solving skill levels were at high level ($\bar{x} = 3.81$). In addition, when the average scores of the creative problem-solving skills, sub-dimensions were examined, it was seen that the highest average score was in the environment ($\bar{x} = 3.98$), and the lowest average score was in the general knowledge and skills ($\bar{x} = 3.56$) dimension.

GENDER DIFFERENCE IN SECONDARY SCHOOL STUDENTS' CREATIVE PROBLEM-SOLVING SKILL LEVELS

In accordance with the first variable of the fourth sub-problem of the research, a t-test was performed on unrelated samples from parametric tests to evaluate if there was a significant difference in creative problem-solving skills among secondary school students based on gender. Findings related to the test results in this context are given in Table 7.

Table 7. t-Test Results of Differentiation of Secondary School Students' Creative Problem-Solving Skill Levels by Gender

Sub-Dimensions	Gender	N	\bar{X}	SS	t	sd	P
Divergent Thinking	Female	570	3.72	.78	-.55	1096	.585
	Male	528	3.69	.77			
Convergent Thinking	Female	570	3.93	.71	-2.98	1096	.003*
	Male	528	3.80	.73			
Motivation	Female	570	3.79	.81	-1.85	1096	.065
	Male	528	3.70	.82			
Environment	Female	570	4.09	.76	-5.04	1096	.000*
	Male	528	3.86	.77			
General knowledge and Skills	Female	570	3.53	.84	1.30	1096	.193
	Male	528	3.60	.87			
Creative Problem Solving	Female	570	3.86	.61	-2.91	1096	.004*
Skill In General	Male	528	3.75	.63			

*p<.05

When the test results given in Table 7 were examined, a significant difference was observed between creative solving average scores of female students ($\bar{x} = 3.86$) and those of male students ($\bar{x} = 3.75$) ($t_{(1096)} = -2.91$, $p < .05$) in favour of female students. Additionally, divergent thinking ($t_{(1096)} = -.55$, $p > .05$), motivation ($t_{(1096)} = -1.85$, $p > .05$) and general knowledge and skills ($t_{(1096)} = 1.30$, $p > .05$) sub-dimension did not make a significant difference according to gender; but convergent thinking ($t_{(1096)} = -2.98$, $p < .05$) and the environment ($t_{(1096)} = -5.04$, $p < .05$) sub-dimensions had significant differences in favour of girls. In this case, it can be stated that gender variable has some significant effects on students' creative problem-solving skills.

DIFFERENCE IN CREATIVE PROBLEM-SOLVING SKILL LEVELS AMONG SECONDARY SCHOOL STUDENTS BASED ON CLASS VARIABLE

In accordance with the second variable of the fourth sub-problem of the research, ANOVA, one of the parametric tests, was used to evaluate if the creative problem-solving skills of secondary school pupils varied significantly by class. Table 8 summarizes the findings linked to the test results in this context.

Table 8. ANOVA Results Regarding Differentiation of Average Scores of Students' Creative Problem-Solving Skills Levels and Sub-Dimensions by Class Variable

Sub-Dimensions	Groups	Sum of Squares	df	Mean Squares	F	p
Divergent Thinking	Between Groups	.655	3	.218	.363	.780
	Within Groups	658.568	1093	.602		
	Total	659.222	1097			
Convergent Thinking	Between Groups	.229	3	.076	.145	.933
	Within Groups	574.374	1094	.525		
	Total	574.602	1097			
Motivation	Between Groups	.919	3	.306	.462	.709
	Within Groups	725.039	1094	.663		
	Total	725.958	1097			
Environment	Between Groups	.516	3	.172	.285	.837
	Within Groups	661.306	1094	.604		
	Total	661.823	1097			

General Knowledge and Skills	Between Groups	3.059	3	1.020	1.394	.243
	Within Groups	800.386	1094	.732		
	Total	803.445	1097			
Creative Problem Solving Skill in General	Between Groups	.353	3	.118	.301	.825
	Within Groups	427.549	1094	.391		
	Total	427.902	1097			

When the analysis results given in Table 8 are examined, there were no statistically differences between divergent thinking ($F_{(3-1094)} = .36, p > .05$), convergent thinking ($F_{(3-1094)} = .15, p > .05$), motivation ($F_{(3-1094)} = .46, p > .05$), environment ($F_{(3-1094)} = .29, p > .05$) and general knowledge and skills ($F_{(3-1094)} = 1.39, p > .05$) of creative thinking scores and the class variable. It could be said that class level did not make significant effect on the students' creative problem-solving skills.

DIFFERENTIATION OF SECONDARY SCHOOL STUDENTS' CREATIVE PROBLEM-SOLVING SKILL LEVELS BASED ON TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT STATUS

In accordance with the third variable of the fourth sub-problem of the research, a t-test was performed on unrelated samples from parametric tests to determine whether secondary school students' creative problem-solving skills make a significant difference based on the state of the following technological developments. Table 9 summarizes the findings relating to the test results obtained in this context.

Table 9. T-Test Results Regarding the Differentiation of the Average Scores of the Students' Creative Problem-Solving Skill Levels and Sub-Dimensions According to the Variable Follow-Up Technological Status Variable

Sub-Dimensions	Groups	N	\bar{X}	SS	t	sd	p
Divergent Thinking	Yes	697	3.81	.76	5.99	1076	.000*
	No	381	3.52	.77			
Convergent Thinking	Yes	697	3.92	.69	3.78	1076	.000*
	No	381	3.75	.77			
Motivation	Yes	697	3.81	.81	3.48	1076	.001*
	No	381	3.63	.81			
Environment	Yes	697	4.04	.77	3.79	1076	.000*
	No	381	3.86	.79			
General knowledge and Skills	Yes	697	3.64	.84	3.84	1076	.000*
	No	381	3.43	.85			
Creative Problem Solving Skill in General	Yes	697	3.88	.61	5.39	1076	.000*
	No	381	3.67	.63			

* $p < .05$

When the test results given in Table 9 were examined, significant differences were found in all dimensions calculated as divergent thinking ($t_{(1076)} = 5.99, p < .05$), convergent thinking ($t_{(1076)} = 3.78, p < .05$), motivation ($t_{(1076)} = 3.48, p < .05$), environment ($t_{(1076)} = 3.79, p < .05$) and general knowledge and skills ($t_{(1076)} = 3.84, p < .05$) of creative problem solving skills of the students according to following up technological developments. It could be said that significant differences were in favour of students who state that they follow technological developments in the sub-dimensions.

SECONDARY SCHOOL STUDENTS' COMPUTATIONAL THINKING SKILLS AND CREATIVE PROBLEM-SOLVING SKILLS: FINDINGS AND COMMENTS

In accordance with the fifth sub-problem of the research, Pearson moments multiplication correlation analysis was used to investigate the link between students' computational thinking skills and creative problem-solving skills and sub-dimensions. Table 10 presents the results of the correlation study.

Table 10. Pearson Moments Product Correlation Analysis Results Related to the Correlation between Students' Computational Thinking Skills and Creative Problem-Solving Skills

Sub-Dimensions		Divergen t T.	Converg ent T.	Motivati on	Environ ment	GKS	CPS
Creativity	Correlation	.473**	.478**	.446**	.382**	.365**	.537**
	p	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	1098	1098	1098	1098	1098	1098
Algorithmic Thinking	Correlation	.488**	.462**	.465**	.378**	.493**	.558**
	p	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	1098	1098	1098	1098	1098	1098
Colloberation	Correlation	.326**	.382**	.323**	.351**	.239**	.417**
	p	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	1098	1098	1098	1098	1098	1098
Critical thinking	Correlation	.567**	.492**	.538**	.410**	.458**	.611**
	p	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	1098	1098	1098	1098	1098	1098
Problem Solving	Correlation	.184**	.206**	.174**	.133**	.174**	.213**
	p	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	1098	1098	1098	1098	1098	1098
Computational Thinking Skills in General	Correlation	.554**	.553**	.529**	.448**	.474**	.636**
	p	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	1098	1098	1098	1098	1098	1098

** $p < 0.01$ GKS = General Knowledge and Skills, CPS = Creative Problem Solving Skills in General

Table 10 evaluated the Pearson Moments Product Association Coefficient in evaluating the correlation between secondary school students' computational thinking skills and creative problem-solving skills, because the variables matched the requirements of normalcy. As a result, a somewhat positive and significant association ($r = .636$, $p < .01$) was discovered between students' computational thinking skills and creative problem-solving ability.

When the relationship between the computational thinking skills and the sub-dimensions of creative problem-solving skills were examined in line with the findings, it was found that there was a moderate positive and significant correlation with divergent thinking sub-dimension ($r = .554$, $p < .01$), convergent thinking sub-dimension ($r = .553$, $p < .01$), motivation sub-dimension ($r = .529$, $p < .01$), environment sub-dimension ($r = .448$, $p < .01$), and with the general knowledge and skills sub-dimension ($r = .474$, $p < .01$) and computational thinking skills.

In other words, as students' creative problem-solving skills increase, their computational thinking skills also have tendency to increase. Similarly, between critical thinking and divergent thinking sub-dimensions of the highest relationship among sub-dimensions; the lowest relationship was observed between problem solving and environmental sub-dimensions ($r = .133$, $p < .01$).

MULTIPLE LINEAR REGRESSION ANALYSIS RESULTS IN SUB-DIMENSIONS OF COMPUTATIONAL THINKING SKILLS AND CREATIVE PROBLEM-SOLVING SKILLS

Multiple linear regression analysis was used to see if computational thinking skill can be predicted based on creative problem-solving sub-dimensions. The problem of multiple coupling is the most difficult condition in multiple regression analysis. By examining the tolerance and VIF values, it was determined that there would be no multi collinearity problem (Leech, Barrett, & Morgan, 2005).

Table 11. Multiple Linear Regression Model Summary on predicting Computational Thinking Skill with sub-dimensions of creative problem-solving skills

Sub-Dimensions	B	Std. Error	β
Constant	1.536	.084	
Divergent Thinking	.159	.026	.211
Convergent Thinking	.157	.028	.195
Motivation	.089	.025	.125
Environment	.089	.021	.119
General knowledge and Skills	.102	.020	.150

** $p < 0.01$

The sub-dimensions of creative problem solving skills substantially predicted computational thinking skills, according to the analysis results ($F(5-1092) = 155.209$, $p < 0.01$). All sub-dimensions contribute considerably to the model's development as well. According to the beta values in Table 11, divergent thinking is the most important contributor to the model's creation, followed by convergent thinking, general knowledge and skills, motivation, and environment sub-dimensions, in that order. The R^2 value that has been modified based on the analysis results is 0.413. This demonstrates that the model explains 41% of computational thinking skills.

DISCUSSION AND CONCLUSION

In the study, students' computational thinking and creative problem-solving abilities were explored in connection to several factors (gender, class level, and computer ownership), and whether there was a significant relationship between variables was investigated. The computational thinking ability levels of the students were disclosed within the framework of the first sub-problem of the investigation. The average scores of the students' computational thinking ability levels and sub-dimensions were high, according to the results.

The highest mean score was found as collaboration and the lowest mean score was problem solving. In their study, Korkmaz, Çakır and Özden (2015) reached the conclusion that students' computational thinking skills are quite high, and the lowest average in terms of sub-dimensions is in the problem-solving dimension. Similarly, Oluk (2017) concluded that students' computational thinking skill levels were high Korkmaz et al. (2015), in another study, individuals' perceptions of computational thinking skill levels were half high and half medium; it was stated that the highest average was collaboration, and the lowest averages were algorithmic thinking and problem solving. Çakır (2017) concluded that students' computational thinking skills were above average, and the highest average was collaboration, and the lowest average was problem solving. In this context, the fact that students' computational thinking skills are at a high level and that students are computational thinkers is an important finding for modern days of the 21st century.

According to the results obtained in line with the second sub-problem of the study, a meaningful difference was found in favour of girls between the average scores of female students' computational thinking skills and the average scores of male students. When the average scores of the sub-dimensions were examined, that the average scores of the female students were higher than male students and a significant difference was observed in favour of the girls in all sub-dimensions except for algorithmic thinking.

Sarıtepeci (2017) stated that the computational thinking skill levels of women were higher, but this situation did not create a significant difference. According to a similar result, Oluk (2017) stated that the average of female students is higher than that of boys. Some studies in the literature differ with the results achieved. Gonzalez et al. (2017) concluded that their scores on computational thinking skills were higher in favor of men. Kuleli (2018) also found that the gender variable did not make any difference on the computational thinking skills. Oluk and Korkmaz (2016) and Turan (2019) found that the gender variable did not make a difference in computational thinking skills in their studies.

As a consequence of the results obtained in the context of the class variable, it was discovered that as students' grade levels grew, so did their mean scores for computational thinking skills and sub-dimensions, with a substantial difference between classes. According to Gonzalez et al. (2016), as students' grade levels improved, so did their computational thinking skills. According to Korucu et al. (2017), kids' computational thinking skills fluctuate considerably across grade levels. Some research provides outcomes that differ from those found in the literature. Korkmaz et al. (2015) and Oluk (2017) state that there was a decrease in their computational thinking skills as their grade levels progress.

The outcomes regarding the condition of following the technological improvements show that mean scores of the computational reasoning skills differ in favor of the pupils who express that they follow the accomplished technological improvements. It can be said that the state of following technological developments in this direction has a significant effect on students' computational thinking skills. Çiftçi et al. (2018) stated that in their study, there was a negative relationship between following technological developments and self-efficacy regarding programming, and prospective teachers with high skills follow the developments in the field less. This study compared to the other students who follow technological developments in the computational thinking skills were found to be higher. In addition, it is striking that the results obtained in the studies with different sample groups differ in the literature. It is thought that accessing and using technology correctly is an expected result that will have a positive effect on students' computational thinking skills, but the differentiation situation in some studies may be due to the profile of the sample group.

According to the results obtained in accordance with the study's second sub-problem, there was a substantial difference in favor of females between the average scores of female students and the average scores of male students in terms of creative problem-solving ability. Unlike the research findings, Toraman (2017) found that male students are more likely than female students to achieve a creative solution. Unlike previous research, Zeytun (2010) revealed that teacher applicants' judgments of creativity and problem-solving skills are not gendered. In this study, the fact that female students' computational thinking and creative problem-solving skills were statistically higher than men reveals that gender variable is a significant factor. Accordingly, it can be thought that skills affect each other positively.

The third sub-problem of the research focused pupils' innovative problem-solving abilities. According to the findings, the average scores of the students for their creative problem-solving ability levels and sub-dimensions were high. A high degree of creative problem-solving ability among students was attained in this study, which was a desirable conclusion. In this setting, students' high levels of creative problem-solving abilities are crucial in terms of giving innovative solutions to challenges faced by pupils.

According to the class variable, students' creative problem-solving skills increased on average within the framework of general and sub-dimensions. In the context of the variable of following technology advancements, it was discovered that the average scores for creative problem-solving skills differ in favor of students who claim to follow technical advances. It was shown that students that adhere to technology advances in their creative problem-solving skills and sub-dimensions scored higher on average. In this respect, it is possible to assert that the status of the following technical advances has a substantial impact on research.

The link between students' computational thinking ability levels and creative problem-solving talents was investigated in the study's fifth sub-problem. There is various research in the literature that look at the relation between problem solving skills and computing skills (Saritepeci, 2017; Gonzalez et al., 2017). However, no skills have been discovered that explicitly investigates the link between computational thinking and creative problem-solving. A somewhat favourable and substantial link was discovered between students' computational thinking skills and creative problem-solving skills in this setting. In other words, as students' computational thinking skills improve, so do their creative problem-solving abilities. The discovery that the two variables have a positive influence on each other lends credence to the idea that computational thinking talent is fundamentally articulated as a problem-solving process (Kalelioğlu, Gülbahar, and Kukul, 2016).

SUGGESTIONS

As a consequence of the research, the following recommendations for practitioners and researchers could be made.

- According to the findings, as pupils' grade levels improved, so did their computational thinking skills. To assist this development, it is formally recommended that computational thinking abilities be included into the curriculum beginning with preschool.
- It has been observed that having a computer is effective on students' skills. Accordingly, it can be suggested to increase / improve the technological equipment of educational environments.
- It may be suggested that courses such as information technologies and software, computer science, where computational thinking skills are directly related, should be taught from an early age.
- This study was carried out with learners on the secondary school level. By broadening the area of the study, it may be proposed that studies be conducted at the elementary, secondary, and university levels.

REFERENCES

- Altman, D. G., & Bland, J. M. (1995). Statistics notes: Absence of evidence is not evidence of absence. *BMJ*, 311(7003), 485–485. doi:10.1136/bmj.311.7003.485
- Ananiadou, K., & Claro, M. (2009). 21st Century skills and competences for new millennium learners in OECD Countries. *OECD Education Working Papers*, 41.

- Barak, M. (2009). Idea focusing versus idea generating: A course for teachers on inventive problem solving. *Innovations in Education and Teaching International*, 46(4), 345-356. DOI: 10.1080/14703290903301743
- Barak, M. (2013). Impacts Of Learning Inventive Problem-Solving Principles: Students' Transition From Systematic Searching To Heuristic Problem Solving. *Instructional Science*, 41(4), 657-679.
- Baran-Bulut, B., İpek, A. S. ve Aygün, B. (2018). Yaratıcı Problem Çözme Özellikleri Envanterini Türkçeye Uyarlama Çalışması. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18 (3), 1360-1377.
- Brennan, K., & Resnick, M. (2012). New frameworks for studying and assessing the development of computational thinking. In *Annual American Educational Research Association meeting*, Vancouver, BC, Canada.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö.E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2018). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (25. Baskı). Ankara: Pegem Yayınları
- Can, A. (2014). SPSS ile Bilimsel Araştırma Sürecinde Nicel Veri Analizi. Ankara: Pegem Akademi.
- Cramond, B., Martin E. C., & Shaw L. E. (1990). Generalizability of Creative Problem Solving Procedures to Real-Life Problems. *Journal for the Education of the Gifted*, 13(2), 141-155. <https://doi.org/10.1177/016235329001300203>
- Cuny, J., Snyder, L. & Wing. J. M. (2010). Demystifying computational thinking for non-computer scientists.
- Çakır, E. (2017). Ters Yüz Sınıf Uygulamalarının Fen Bilimleri 7. Sınıf Öğrencilerinin Akademik Başarı, Zihinsel Risk Alma Ve Bilgisayarca Düşünme Becerileri Üzerine Etkisi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun.
- Çiftci, S., Çengel, M., ve Pafl, M. (2018). Bilişim Öğretmeni Adaylarının Programlama İlişkin Öz - Yeterliklerinin Yordayıcısı Olarak Bilişimsel Düşünme ve Problem Çözmeye İlişkin Yansıtıcı Düşünme Becerileri. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 19(1), 321-334.
- Demirci, N. (2014). Sistematik Yaratıcı Problem Çözme Etkinliklerinin İlköğretim 7. Sınıf Öğrencilerinin Işık Konusundaki Kuramsal, Deneysel ve Günlük Yaşam Problemlerini Çözmelerine Etkisi. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Dinçer, B. (2009). Öğretmen Adaylarının Düşünme Stilleri Profillerinin Çeşitli Değişkenler Açısından Değerlendirilmesi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Dinçer, B., ve Pafl, M. (2018, Eylül). Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümü Öğrencilerinin Bilişimsel Düşünmeye İlişkin Farkındalıkları. *Sözlü Bildiri*. II. Uluslararası Eğitim Araştırmaları ve Öğretmen Eğitimi Kongresi (ERTE Congress) Bildiri Özetleri Kitabı, Aydın.
- Fox, M. O. (2011). *Implementing 21st Century Skills: A Paradox In A Traditional World Of Education?*. Unpublished Doctoral Thesis, College of Saint Elizabeth Morristown, New Jersey.
- George, D. & Mallery, M. (2019). *IBM SPSS Statistics 25 Step by Step: A Simple Guide and Reference*, 15.0 update (15a ed.). Boston: Pearson.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson (2014). *Multivariate Data Analysis: Pearson Education Limited* (7 ed.).England: Pearson Education Limite.
- ISTE (2015). *CT leadership toolkit*. Retrieved from <http://www.iste.org/docs/ct-documents/ct-leadership-toolkit.psd?sfvrsn=4>
- İslamoğlu, A. H. ve Alnıaçık, Ü. (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. (5.baskı) Beta Yayıncılık: İstanbul.
- John P. Casey (1965) *Creativity and the Solving of Social Problems*. *The Journal of Educational Research*, 59:4, 154-159, DOI: 10.1080/00220671.1965.10883322
- Kalelioğlu, F., Gülbahar, Y., & Kukul, V. (2016). A Framework For Computational Thinking Based On A Systematic Research Review. *Baltic Journal Of Modern Computing*, 4(3), 583-596.
- Korkmaz, Ö., Çakır, R., Özden, Y. M., Oluk, A. ve Sarioğlu, S. (2015). Bireylerin Bilgisayarca Düşünme Becerilerinin Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 34(2), 68-87.
- Korkmaz, Ö., Çakır, R., ve Özden, Y. M. (2015). Bilgisayarca Düşünme Beceri Düzeyleri Ölçeğinin (BDBD) Ortaokul Düzeyine Uyarlanması. *Gazi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 1(2), 67-86.
- Korkmaz, Ö., Çakır, R., & Özden, Y. M. (2017). A validity and reliability study of the computational thinking scales (CTS). *Computers in Human Behavior*, 72, 558-569. <http://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.005>
- Kuleli, Ç. S. (2018). Öğretmen Adaylarının Çevrimiçi Öğrenmeye Hazırbulunuşluk Düzeyleri Ve Bilgi İşlemsel Düşünme Becerilerinin Değerlendirilmesi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce.
- Leech L. N., Barrett C. K. & Morgan A. G. (2005). *SPSS For Intermediate Statistics - Use and Interpretation*(Second Ed.). London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Lin, C. (2010). *Analyses of attribute patterns of creative problem solving ability amongupper elementary students in Taiwan*. Unpublished document, St. John's University, New York.

- MEB (2018a). Bilişim Teknolojileri ve Yazılım Dersi Öğretim Programı (Ortaokul 5 ve 6.Sınıflar). Retrieved from <http://mufredat.meb.gov.tr/ProgramDetay.aspx?PID=374>
- MEB (2018b). Bilgisayar Bilimi Dersi (Kur 1-2) Öğretim Programı. Retrieved from <http://mufredat.meb.gov.tr/ProgramDetay.aspx?PID=335>
- OECD. (2018). The future of education and skills: Education 2030. Retrieved from <https://www.oecd.org/education/2030/E2030%20Position%20Paper%20>
- Oluk, A. (2017). Öğrencilerin Bilgisayarca Düşünme Becerilerinin Mantıksal Matematiksel Zekâ ve Matematik Akademik Başarıları Açısından İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Amasya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Amasya.
- Pannels, C. T. (2010). The Effects Of Training Preservice Teachers In Creative Problem Solving And Classroom Management. Unpublished Doctoral Thesis, University of Oklohoma, Oklohoma.
- Papert, S. (1996). An exploration in the space of mathematics educations. International Journal of Computers for Mathematical Learning, 1(1), 95–123. doi:10.1007/bf00191473.
- Relkin, E. (2018). Assessing Young Children's Computational Thinking Abilities. Unpublished Master's Thesis, Tufts University, Boston.
- Román-González, M., Pérez-González, J. C., & Jiménez-Fernández, C. (2017). Which cognitive abilities underlie computational thinking? Criterion validity of the Computational Thinking Test. Computers in Human Behavior, 72(2017), 678-691.
- Saracaloğlu, S. A., Yenice, N., Karasakaloğlu, N. (2009). Öğretmen Adaylarının İletişim Ve Problem Çözme Becerileri İle Okuma İlgisi Ve Alışkanlıkları Arasındaki İlişki. Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Dergisi., 6(2), 187–206.
- Saritepeci, M. (2017). Ortaöğretim düzeyinde bilgi-işlemsel düşünme becerisinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. 5th International Instructional Technologies & Teacher Education Symposium Proceedings Kitabı. 11-13 Ekim. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, 218-226.
- Sayın, Z. ve Seferoğlu, S.S. (2016, Şubat). Yeni Bir 21. Yüzyıl Becerisi Olarak Kodlama Eğitimi ve Kodlamanın Eğitim Politikalarına Etkisi. Akademik Bilişim Konferansı Bildiri Kitabı, Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.
- Tanrıoğen, A. ve Sarpkaya, R. (Editörler), (2011). Eğitim Bilimine Giriş (Üçüncü Baskı). Ankara: Anı Yayıncılık.
- P21 (The Partnership for 21st Century Skill). (2009). Curriculum and instruction: A 21st century skills implementation guide. Retrieved from <http://www.battelleforkids.org/networks/p21>
- Toraman, Ç. (2017). Lise Öğrencilerinin Yaratıcı Çözüm Elde Etme Düzeyleri: İstatistiksel Söylem Analizi. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Eskişehir Osman Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Turan, B. (2019). Ortaokul Öğrencilerinin Geliştirdiği Oyun ve Robot Projelerinde Probleme Dayalı Öğrenmenin Problem Çözme ve Bilgi İşlemsel Düşünme Becerilerine Etkisi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Van.
- Wing, J. M. (2006). Computational thinking. Communications of the ACM, 49(3), 33. <http://doi.org/10.1145/1118178.1118215>
- Wing, J. M. (2016). Computational thinking, 10 years later. Retrieved from <https://www.microsoft.com/en-us/research/blog/computational-thinking-10-years-later/>
- Yeldan, İ. (2016). Sistematik Yaratıcı Problem Çözme Etkinliklerinin, Ortaokul 6. Sınıf Öğrencilerinin Kuvvet ve Hareket Konusundaki Akademik Başarılarına, Yaratıcı Problem Çözme Becerilerine Etkisi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Yıldırım, A. (2014). Okul Öncesinde Yaratıcı Problem Çözme Etkinliklerinin Yaratıcılığa Etkisi (5 Yaş Örneği). Yayınlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Zeytun, S. (2010). Okul Öncesi Öğretmenliği Öğrencilerinin Yaratıcılık ve Problem Çözme Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.

ADVERGAMELERİN SATIN ALMA DAVRANIŞI ÜZERİNE ETKİSİ: LIPTON HER ŞEYİ BİLEN KADIN OYUNU

Prof. Dr. Aytekin İŞMAN
Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi
isman@sakarya.edu.tr

Yasemin Dila AYGEN
Yüksek Lisans Öğrencisi, Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi
dilaaygen96@gmail.com

ÖZET

Oyun çağlar boyunca insanların hayatında önemli bir yere sahip olmuş; kişileri, kişilikleri hatta kültürleri etkilemiştir. Dünyaya gelişi serüveninin başlangıcında bireylerin hayatına giren oyun kişilikleri şekillendirmiş, toplumun kültürünün oluşmasında önemli bir yer edinmiştir. Yeni yüzyılın önemli kavramlarından olan pazarlama, teknolojinin gelişmesiyle hayatımızda yer tutan oyun algısının içine bir pazarlama stratejisi olan reklamı yerleştirmeyi başarmıştır. Böylece tüketicilerin dikkatini dağıtmadan ve reklam izlemenin verdiği rahatsızlığa sürüklenmeden pazarlama faaliyetinde bulunulmuştur.

Markalar, farkındalık yaratmak, ilgi oluşturmak ve en önemlisi müşteri sadakati kazanmak için farklı pazarlama strateji denemektedirler. Bunlardan yola çıkarak bu çalışma, pazarlama aracı olarak reklamoyun projelerinin tüketicilerde satın alma davranışına etkileri üzerine odaklanmaktadır. Konu hakkında literatür taraması yapılarak advergence, Homo Ludens kavramları açıklanacaktır. Homo Ludens kavramı üzerinden reklamoyunların kullanıcılar için satın alma davranışı oluşturup oluşturmadığı tespit edilecektir. Bu bağlamda rastgele seçilecek olan 23-35 yaş aralığındaki gençlerle anket çalışması yapılacak ve Lipton Akıllı Çay Bardağı'nın advergenceinin Homo Ludensler üzerindeki etkisi araştırılacaktır. Çalışmanın saha araştırması bölümünde kullanılan ölçeğin kapsam ve görünüş geçerliliğinin sağlanabilmesi için de uzman görüşlerinden yararlanılmıştır. Cronbach Alpha güvenirlik değeri ,93'tür.

Markaların son yıllarda ortaya çıkan bilgisayar ve mobil oyunların içerisinde yer alan advergamelere tüketicilerin dikkatini çekmekte ve algıyı merak unsuru üzerine yönlendirmektedir. Advergamelere tüketicilerde marka algısı oluşturmaktadır. Bir diğer adıyla reklamoyunlar markayı rekabet algısı yaratarak eğlenceli bir şekilde tüketiciyle buluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Reklamoyun, Advergence, Satın Alma Davranışı, Homo Ludens

GİRİŞ

İnternet ve bilgisayar teknolojilerindeki gelişim sanal oyun kavramını gündeme getirmiştir. Oyunların gelişmesi ve çeşitlilik kazanmasıyla her geçen gün artan oyun bağımlılığı yeni pazarlama stratejilerinin gelişimini sağlamaktadır. Bu pazarlama stratejileri ve kullanım şekilleri çeşitlilik göstermektedir. Bu çalışmada oyun kullanılarak ürün pazarlama anlatılacaktır.

Homo Ludens Kavramı

Hayata ilk geliş anından itibaren ilgi odağımız olan oyunun etimolojik kökeni çok eski çağlara dayanmaktadır. Oyun insanlığın en temel eylemlerinden biridir. İnsan ırkını tanımlamak için yaygın olarak kullanılan Homo sapiens kavramı bireyin aklını kullanma özelliğine gönderme yapar. Düşünen ve aklını kullanabilen bir varlık olan insanın üretebileceğini veya üretim yapabileceği düşünülünce bu kavrama bir de Homo faber eklendi. Böylelikle insan aklını kullanarak düşünen ve bunun sonucunda üretim yapabilen bir tür olarak tanımlanmıştır (Olgun, 2008, s.22).

Huizinga bu ikinci terimin bize uygun olmadığını düşünerek şöyle demektedir: “oysa bu ikinci terim bizi tanımlamaya o kadar uygun değildi, çünkü faber birçok hayvanı niteleyebilir. Ve imal etme konusunda doğru olan, oyun oynama konusunda da doğrudur: birçok hayvan oyun oynar. Buna karşılık Homo Ludens, yani “oyun oynayan insan” kavramı bana imal etmek kadar esassı bir işlevi ifade ediyormuş ve buna bağlı olarak da Homo faber teriminin yanında yer almayı hak ediyormuş gibi gelmektedir” (Olgun, 2008, s.23). Böylece Homo Ludens kavramı etimolojide yerini almış bulunmaktadır.

Satın Alma Davranışı

Satın alma davranışı, bireylerin ürün ve hizmetleri satın almalarını ve kullanmalarını kapsayan karar verme süreci ve davranışlarıdır. Tüketici satın alma davranışı ise, kişilerin ürünleri veya hizmetleri iş amacı gütmeyen, kişisel kullanımı için ya da ev halkının kullanımı için satın almasıdır (Pride ve Ferrell, 2000, s.195'den aktaran: Durmaz ve Bahar, 2011, s.61). Tüketici, satın alma kararını verme aşamasına gelene kadar bir dizi sürecin içinden geçmektedir. Her bir süreç esnasında bireyler süreci etkileyecek birtakım içsel ve dışsal faktörleri etkisi altında kalmaktadır. Bu faktörler bireyler için sadece satın alma aşamasında rol oynayan ve etki sahibi olan değişkenler

olarak algılanmamalıdır; içsel ve dışsal tüm faktörler aslında bireylerin birey olmasını sağlayan ve her alanda bireysel ayrılıkların ortaya çıkmasında pay sahibi olan unsurlardır. Tüketicilerin karakterlerindeki farklılıklar, farklı gereksinim ve arzulara sahip olmaları satın alma kararlarını verirken değişikliklere yol açar (Nisel, 2001'den aktaran: Düzgün, 2015, s.54).

Advergame Kavramı

Advergaming, "reklam" ve "oyun," kelimelerinden türemiş ve reklamın önemli bir görev üstlendiği oyunları nitelemek için kullanılmaktadır. Advertisement kelimesinin adverb'i ile oyun kelimesinin İngilizce karşılığı olan "game" kelimesinin bir araya gelmesiyle oluşturulmuş ve ilk defa 2001'de Wired dergisinde bu kavram kullanılmıştır. Advergame, reklam ile sanal oyun arasındaki çizgide bireyin satın alma davranışını etkilemeyi amaçlayan yeni bir stratejik pazarlama yöntemidir (İlgin, 2013, s. 26). Tüketici üzerindeki sürükleyici karşı konulamaz etkisi bireyin ilgisini reklama çekmekten daha fazlasını yapmakta potansiyel müşteriyi markanın içine çekmekte kendini markanın bir parçası olarak hissetmesine, hatta ürünü sanal olarak dolaylı yoldan deneyimlemesine de olanak sağlamaktadır. Tüketiciyi oyunun kurgusu sayesinde heyecanlandırırken, etrafındakileri de etkileme, oyunun yeni oyuncularını haline getirmeye de olanak sağlamaktadır. (İlgin, 2013, s.26) Geleneksel pazarlama yöntemleri dışında yeni medya araçlarını kullanmayı tercih eden reklam verenler oyun reklamlar yoluyla, birey ve marka arasında pozitif bağ yaratmayı amaçlamaktadırlar. Reklam oyunlar, oyunu deneyen kullanıcılarla etkileşim içerisine girerek, markanın ürün ya da hizmetini oyunla bağdaştırıp daha hatırlanabilir hale gelmesini amaçlamaktadır (Oskay ve Koçer, 2017, s. 124).

Advergame Çeşitleri

Çeşitli Advergame'ler vardır:

- Çizgi Üstü Reklamoyun

Çizgi üstü reklamlar komisyonlu medya reklamlarıdır. Reklam veren için reklam ajansının kitle iletişim araçlarında (basın, televizyon, radyo, sinema, açık hava reklam panoları ve benzeri) para karşılığı yayınlattığı reklamlardır (Gülsoy, 1999: s. 1'den aktaran: Oskay ve Koçer, 2017, s. 124). Ürüne özel hazırlanan uygulamalardır. Burada oyun sırasında potansiyel müşterilerin işletmeye ait sitede daha çok vakit geçirmesi ve ilgili ürün ya da hizmet ürün hakkında daha çok bilgi alması amaçlanmaktadır.

- Çizgi Altı Reklamoyun

Çizgi altı reklamlar, komisyonsuz ve bireysel aygıtlarda yayınlanan reklamları kapsamaktadır (Gülsoy, 1999: s. 1'den aktaran: Oskay ve Koçer, 2017, s. 124). Yalnızca dikkat çekmeyi amaçlayan sosyo-ekonomik konularla ilişkili uygulamalar bulunmaktadır. Bu alanda oyunlar sıradan bir oyun gibi yayınlanır ve böylece tüketicilerin o konuyla ilgili daha çok araştırma yapması sağlanmaktadır. Bir başka çizgi altı reklamoyun tekniği, oyunun içinde kendi reklamını içermesidir.

- Çizgi Boyunca Reklamoyun

Online oyun sitelerindeki, ürünle ya da markayla ilişkilendirilebilen oyunlara sponsor olunarak, ürün görsellerini ve reklam sloganını tüketiciye ileten uygulamalar buna örnek gösterilebilir. Diğerlerine oranla daha nadir görülen bir çeşit olmasına rağmen son zamanlarda ürün ile deneyimi birebir yaratma konusunda yapılan araştırmalarla ilgili birden fazla örneği göz önüne sermektedir (Eroğlu, 2019, s.101). Reklamoyunlar mesaj içeriklerine göre çağrışımlı yaklaşım (associative), görsel veya illüstrasyon yaklaşım (illustrative), gösterim yaklaşım (demonstrative) ve doyum yaklaşım olarak da ayrıştırılmaktadır (Yeygel & Köseoğlu, 2009, s.597'den aktaran: Oskay ve Koçer, 2017, s. 125).

- Çağrışımlı Yaklaşımı Reklamoyunlar

Uygulamanın arka planında ya da oyun içindeki dekorda markanın logosu yer almaktadır. Bu uygulamalarda, marka unsurları tüketiciye yoğun bir şekilde verilmeyip, ürünün oyun içindeki bir hayat aktivitesi ile bağdaştırılması ve marka farkındalığının oluşturulması amaçlanmaktadır.

- Görsel ya da İllüstrasyon Yaklaşımı Reklamoyun

Markanın önemli bir rol oynadığı, markayla ilişkili nesnelere ile göstergelerin birlikte ele alındığı oyunlardır.

- Gösterim Yaklaşımı Reklamoyun

İmgesel ve görsel reklamoyun düşüncelerinden farklı bir diğer düşünce ise gösterim reklamoyun yaklaşımıdır. Tüketicinin ürünü oyun içinde aktif olarak kullanmasını sağlayan gösterim yaklaşımıdır (Akyol, 2010, s.103'den aktaran: Oskay ve Koçer, 2017, s. 125).

- Doyum Yaklaşımı Reklamoyunlar

Oyuncular oyunu hem sosyal gerçeklikten kaçma hem de sanal ortamda etkileşim ve paylaşım amacıyla oynamaktadır. Etki eden bir online reklamoyun uygulamasının nitelikleri şu şekilde olmalıdır (Özkaya, 2010, s.472):

-Reklamı yapılan markaya, ürüne uygun olmalıdır.

-Oyun tüm kullanıcılar tarafından ulaşılabilir ve ücretsiz olmalıdır.

- Oyuncuların katılımlarını arttırmak için motive edici olmalıdır ve en yüksek dereceli tüketici sitede sergilenmeli veya tüketicilere maddi anlamda bir ödül verilmelidir.
- Zorluk derecesi ortalama olmalıdır.
- Göze hitap etmelidir.
- Reklamı yapılan marka ya da ürün ile ilgili deneyim yaşatmak ve bilgilendirilmelidir.
- İyi tasarlanmış bir veri tabanı mimarisine bağlanmış olmalıdır.
- Rekabetçi olmalı ve tekrarlanacak ziyaretleri cesaretlendirmelidir.
- Oyunla ilgili elektronik posta haberleri yollayarak kişiye özel etkileşim kurulmalıdır.

Lipton Akıllı Çay Bardağı Oyunu

Lipton markasının sloganı “Zihni Berraklaştırıcı Çay”dır. Poşet çayın müşteri potansiyeli şehirde yaşayıp tempolu hayata ayak uydurmaya çalışan yetişkinlerdir. Git gide kitle iletişim araçlarından uzaklaşan bu hedef kitleye pazarlama yöntemi olarak reklamı ulaştırmak daha güç hale gelmekte, ekran kullanmak hedefe ulaşmayı pazarlama için pahalı hale gelmektedir. Bu hedef kitle için viralin gücünü kapsayan ve teknolojinin imkanlarıyla birleştirilip yaratıcılıkla harmanlanmış farklı bir pazarlama yöntemi gerekmektedir. Lipton’un deneyimlerini anlatması için bu hedef kitleyi en rahat ve savunmasız yakalayacağı yer sanal mecralar olmaktadır. Bu nedenle strateji çalışmalarına web 3.0 teknolojilerini kullanarak işe başlamıştır. Çok zor gibi görünen hedef kitlede zihnin uyanmasını sağlayan ve berraklaştırıcı çayın insanlara nasıl anlatılacağı düşünülmektedir. İnternet sitesinde kadın bir karakter yaratılmıştır ve adına her şeyi bilen kadın denmiştir. Karakter sürekli çay içerek kullanıcıya 20 soru sormakta ve kullanıcının aklından tuttuğu nesneyi bulmaya çalışmaktadır. Kadının içmekte olduğu çay zihnini güçlendirmekte ve motivasyonunu artırmaktadır. Her şeyi bilen kadın tüketicilerin aklında tuttıkları objeyi %90 oranında bilmekte ve kullanıcılara keyifli bir tecrübe kazandırmaktadır. Ülkenin en ünlü internet fenomeni haline gelen her şeyi bilen kadın talk showlara misafir edilmekte gazetelere ise haber kaynağı olmaktadır. Bununla birlikte Lipton için müthiş bir pazarlama stratejisi uygulanmış olmaktadır. Üç aylık zaman zarfında dört buçuk milyona yakın kullanıcı Lipton’un sitesini ziyaret etmiş bulunmaktadır. Marka kriz döneminde bu stratejiyi kullanarak hedef kitlesini büyük ölçüde şaşırtmayı başarmış ve satış oranlarında % 47 artış saptanmıştır. (<http://www.rabarba.com/tr/#/works>, 02.09.2010’den aktaran Akyol, 2010, s.148).

ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu araştırmanın amacı yeni pazarlama kavramlarıyla birlikte hayatımıza giren reklamoyunların (advergamelers) 23-35 yaş arasındaki oyuncuların satın alma davranışı üzerindeki etkilerini saptamaktır. CD’ler, bilgisayar oyunları ve mobil oyunlarla hayatımıza giren advergamelers fark ettirmeksizin oyuncuların hafızalarında yer etmeyi başarmaktadır. Bu çalışmayla birlikte hafızaya yerleşen ve marka algısı oluşturan advergamelersin satın alma davranışı üzerinde ne kadar etkili olduğunu inceleyeceğiz.

Reklam oyunun iletişim ve reklam alanına hizmet veren ve hedefi pazarlama içerikli gönderilerle marka farkındalığını yükseltmek olan yeni bir oyun çeşidi olduğu önceki araştırmalarda belirtilmiştir. Reklamoyunlar geleneksel pazarlama uygulamalarından kendini ayırarak özgünlük amaçlayan markaların önceliği haline gelen bir reklam aracı olup birey ile marka arasında pozitif bir bağ kurup bununla birlikte de marka farkındalığı oluşturmayı amaçlamaktadır. Hedef kitledeki sürükleyici, ilgi çekici etkisi tüketicinin algısını reklama çekmekten daha fazlasını yapmakta potansiyel tüketiciyi ürünün içine çekmekte kendini ürünün bir parçası olarak hissetmesine, hatta ürünü yapay olarak dolaylı yoldan tecrübe kazanmasına da yardımcı olmaktadır (İlgin, 2013, s.26).

Araştırmanın diğer amacı ise platform oyunlarındaki markaların oyuncular üzerindeki etkisini araştırmaktır. İki boyutlu platform oyunları giderek daha fazla 3D oyunlarla değiştirilse de bu tür hala birçok insan tarafından sevilmektedir (Wiering ve ark. 2000, s:1). Gerçek anlamda 3 boyutlu olan ve platform oyunu olarak geliştirilen ilk oyunlardan biri 1996 yılında geliştirilen ve Nintendo 64 cihazları ile ortaya çıkan Super Mario 64 oyunu olmuştur (Stanton 2015). Kullanıcılarına değişik gelse de oynanabilirlik iyi düzeyde olduğu için kullanıcılar tarafından benimsenmesi kolay olmuştur. Super Mario 64’ün başarısını Banjo-Kazooie ve Donkey Kong 64 oyunları izlemiştir ve 3 boyutlu platform oyunu tarzı yavaş yavaş kendini kabul ettirmeye başlamıştır. Dönemin günümüze yansıyan oyunlarından örnek vermek gerekirse en önemli örneği Tomb Rider gibi yaklaşımlardır.

Teknolojinin gelişmesi ekranların, oyunların ve yazılımların karmaşık hale gelmesine neden olmuştur. Zamanla yeni medyanın ilerleyişi ile görsel iletişim tasarımı mecrasına görüntüleri daha çok irdeleme olanağı vermiş ve görüntüler tüm dünyayı etkisi altına almıştır (Çeken ve Arslan 2016, s.508). Bu bağlamda oyun yazılımlarının ve oyunların ilk çıktığı cihazların görüntülerine baktığımızda oldukça yavan ve tatsız görüldüğünü bilmekteyiz (Delil, 2020: 476). Artan görüntü kalitesi, çizim ve illüstrasyon teknikleriyle birlikte görsel olarak daha iyi bir konuma ulaşan pazarlama kampanyaları da dolayısıyla daha fazla dikkat uyandırmaktadır.

Araştırmanın bir diğer amacı oyuncuların oyun sırasında çıkan reklamları kaç saniye izlediğini ve izlenen reklamın günlük hayatta farkındalık yaratıp yaratmadığını saptamaktır. Yeni medyanın hayatımıza girmesiyle artan etkileşimli ortam ve içerik üreticileri reklamı ilgi alanlarının içerisine yerleştirmeyi daha akılcı bulmaktadır.

Bu etkili iletişim ortamı geleneksel pazarlama yöntemlerini de değiştirmiştir. Aynı zamanda interaktif iletişim sürecini kullanan geleneksel pazarlamanın yerine çoktan-çoklu iletişim sürecini kullanan yeni bir iletişim

mecrası ortaya konulmuştur. Bunu etkileyen de internetin interaktif oluşudur. İşletmeler ve tüketiciler arasında ilişki olmadığı zamanlarda mesajı alan ve gönderen arasında bir ilişki başlamış ve iletinin hemen değiştirilmesi ve alıcının sürece katılma durumu ortaya çıkmıştır (Altunbaş, 2001, 375).

Bununla birlikte küresel açıdan daha hızlı internet yaratma, daha büyük bant genişliği olması ve daha iyi video görüntüsü sunan akıllı telefon teknolojilerini kullanım nüfusunun varlığı daha çok interaktif video çekimini ve kullanımını önermekte ve bu durumun hızlı bir mobil video çevresinin oluşmasına neden olduğu görülmektedir. Telefonun özellikle kısa video oluşturulması ve görüntülenmesinin artırılmasında güdüleyici bir rolü olduğu düşünülmektedir. Reklam içeriği uzmanları içinse videolar tüketicileri ilgili düzeyde daha fazla kazanabilme gücünü de sağlamaktadır. Mesela bloglardaki görüntülü yorumların webte ortalama 29 saniyeden 5 dakikaya kadar tüketiciyi tuttuğu; görsel ve yazımsal unsurlardan %15 daha çok katılım sağladığı görülmüştür. (Öztürk, 2017, s. 238)

“Reklamlı oyunlar, pazar memnuniyetini sağlamak üzere geliştirilmiş olup, internette çevrimiçi yapılan reklamlardır. Reklamcılar için markalarına zorunlu destek sağlayan etkili ve vazgeçilmez bir araç olmuşlardır. İnternet ağında reklâmın yeni bir şekli olarak, bir şirketin markasını eğlence ile harmanlamak üzere tasarlanırlar” (Doğan, 2006, s.47). Bundan dolayı reklamoyunlar geleneksel ürün yerleştirme statüsüne daha yakın olmaktadır (Cauberghe ve Pelsmacker, 2010, s.5’den aktaran Doğan, 2006).

Araştırmanın asıl amacı advergamerlerin tüketicilerde satın alma davranışına etkisini Her şeyi bilen kadın örneği üzerinden incelemektir ancak şu alt sorulara da cevap alınacaktır:

- 1.) Tüketiciler çıkan reklamlardan rahatsızlık duyuyorlar mı?
- 2.) Tüketiciler reklamları kaç saniye izliyor?
- 3.) Oyunlarda çıkan reklamlar tüketicinin hafızasında ne kadar süre kalıyor?
- 4.) Çıkan reklamlardan gün içinde hatırlanılan oluyor mu?
- 5.) Tüketiciler reklam nedeniyle oyundan vazgeçiyor mu?

Oyunu kullanan kişi banner ya da ekranı kaplayan görüntüler ile reklamı görmese bile sonraki levelde reklama yeniden maruz kalmaktadır. Bu tarz reklamlar tüketicinin istemese dahi maruz kalmak zorunda olduğu reklamlar arasında yer almaktadır. Aynı zamanda kullanıcılar Google gizlilik sözleşmesinde onayladıkları izinlerle de webte öylesine bir arama yaptıklarında ya da bir ürünü incelediklerinde dijital izlerinin erişimine olanak sağlamaktadır. Bu yüzden verileri kayıt altına alınan tüketiciler ilgi alanlarına dayalı olarak filtrelenmiş reklamlara maruz kalmaktadır (Özülmez, 2019, s.1397). Bu araştırmayla advergamerlerin oyuncular üzerindeki etkileri saptanacaktır.

ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Bu araştırma advergame çalışmalarının oyuncuların tutum ve davranışları üzerindeki etkisini araştırmaktadır. Oyuncuların oynadıkları oyunlardaki advergame çalışmalarının oyuncuların satın alma davranışlarına etkisini ve marka algısı yönündeki tutumlar göz önüne konulacaktır.

Reklam verenler hedef kitleyle ilişki içerisinde olan etkileşimli çalışmalar üzerinden gerçekleştirilen çalışmaları hedef kitlenin ilgili alanlarına uygun vermektedir. Hedef kitlenin ilgisini çeken reklamların tutum ve satın alma davranışlarına etkisi araştırmanın sonunda açıkça gözlemlenecektir. Teknolojinin gelişmesine paralel olarak reklamcılık sektörü de dijital çağa kayıtsız kalmamıştır. Yeni medya teknolojilerini hedef pazarındaki alıcıya iletmek için web pazarlamalarının sıkı olarak kullanılması, tutundurma faaliyetleri genelinde bulunan pazarlama faaliyetlerinin kullanıldığı önemli bir platform halini almaktadır. Tüketicilere hızlı olarak erişen ve hedef kitleyi pazarlama çalışmasına dahil etmeyi sağlayan web reklamları aynı anda interaktif reklama da yer vermektedir. (Oskay ve Koçer, 2016, s. 122)

Web ortamı, televizyon reklamları bakımından şu şekilde bir fırsatı da gözler önüne sermiştir. Özellikle sosyal medyada, çevrimiçi hareketli görsel yayını yapmakta olan web sitelerinde bulunan videoların paylaşımı, direkt kullanıcılara bu videoların iletilmesini sağlamakta veya kendi kişisel sayfalarında yer bularak takipçileri tarafından görülmesine olanak sağlamaktadır (Oskay, 2015, s.102).

Ancak günümüz iletişim teknolojilerinin geldiği noktada, mesaj kirliliğine maruz kalan tüketiciler, artık bu mesajları önemsemeye hale gelmektedirler. Etkileşimli reklamlarda oyun, eğlence, ses, müzik ve görsel unsurların bir arada kullanılması, mesaj kirliliğine maruz kalan hedef kitle için dikkat çekici olabilmektedir. (Oskay ve Koçer, 2016, s. 123)

Reklamoyunlar; interaktif iletişim ve pazarlama alanına yardımcı olarak, hedef kullanıcıda marka sadakatini yükseltmeyi hedefleyen bir oyun türü olarak tanımlanmaktadır. Geleneksel reklam uygulamaları haricinde yeni medya aygıtlarını tercih eden marka sahipleri reklamoyunlar yoluyla, hedef kitle ile marka arasında pozitif bir ilişki yaratmayı hedeflemektedirler. Reklamoyunlar, oyunu oynayan tüketicilerle ilişki içine girerek, markanın ürün ya da hizmetini oyunla ilişkilendirip daha hatırlanabilir hale gelmesini amaçlamaktadır.

İnteraktif oyun teknolojilerini içinde bulunduran reklamoyunlar (Advergaming), tüketicilere eğlenceli bir oyun mecrası sunarak işletmenin pazar hedeflerini gerçekleştirmesini amaçlamaktadır. Reklamoyunlar bununla birlikte kullanıcı veri tabanı hazırlamaya da yardım etmektedir. Oyunu oynayan tüketiciler, markanın hikayesine ortak olarak duygusal bir ilişki kurmakta ve bundan dolayı markayla iş birliği oluşturmaktadır. Bu nedenle kullanıcının

aklına markanın iletmek istediği mesajların iletilmesine ve marka sadakatinin oluşmasına katkı sağlamaktadır (Tosun, 2010, s.413).

Sanal oyunların sıkı takipçisi olan özel tüketicileri, reklamları ve dolayısıyla markayla birleştiren reklamoyun uygulamaları, e-posta ve çoklu görsel iletileri yoluyla hem internet hem de uygulamalar üzerinden viral olarak yayılabilmekte ve bununla birlikte tüketiciye erişebilirlik açısından geleneksel pazarlamalara oranla bir maliyet fırsatı da sunmaktadır (Özkaya, 2010: s.472'den aktaran: Oskay ve Koçer, 2016, s. 126). Oyun reklamları hem reklam veren hem de tüketici açısından değerlendirildiğinde; kurumlar için marka oluşturmada etkili olması, düşük maliyetli olması, veri toplaması, hedef kitle için akılda kalıcı ve ilgi çekici olması gibi özellikleriyle markayı amacına ulaştırmada yardımcı olmaktadır. Etkili bir interaktif reklamoyun uygulamasının nitelikleri şu şekilde olmalıdır (Özkaya, 2010, s. 473'den aktaran: Oskay ve Koçer, 2016, s. 126).:

- Pazarlaması yapılan ürün ya da hizmete uygunluk sağlanmalıdır.
- Tüm tüketiciler tarafından kolay ulaşılabilir ve karşılıksız olmalıdır.
- Tüketicilerin dikkatlerini çekip algıda seçicilik yaratmak ve marka tutundurma faaliyetlerine destek amaçlı ödül yöntemi uygulanmalıdır.
- Zorluk derecesi ortalama olmalıdır.
- Göze hitap etmelidir. .
- Pazarlaması yapılan firma ya da ürün ile ilgili tecrübe yaşatmalı ve tüketiciyi bilgilendirmelidir.
- Veri tabanı iyi tasarlanmış olmalıdır.
- Ziyaretlerin devamını sağlamaya teşvik etmelidir.
- Tüketicilere bilgi mesajı yollayarak özel bir bağ kurmalıdır.

Yeni medyanın, yeni kitlelerle tanışma, yeni dostluklar kurma için mecra oluşturması gibi fırsatları, bu sayede yeni bir kitle iletişim aracı olmasından sebeple sosyal medyayı farklı bir boyuta sürüklemektedir. Çevrimiçi sosyal medya sosyal yaşamı daraltmasının yanı sıra, etkileşim ve paylaşımı artırdığı için tüketicileri daha sosyal bireylerle evirdiği söylenebilir (Onat ve Alikılıç, 2008, s.1113'den aktaran Akçay, 2011, s. 142).

Reklamda zamanla ürünlerin değil, tecrübenin pazarlandığının ayırt edilmesiyle birlikte pazarlama, ürün ve hizmet boyutunu aşmış bunlar etrafında kullanıcıların seçeceği tecrübeler planlama işi olarak sayılır hale gelmiştir. Yemek yerleri, restoranlar, kafeler, eğlence merkezleri, sinemalar, tiyatrolar, müzeler, kültür-sanat merkezleri hatta AVM'ler deneyim pazarlaması için potansiyel alanlar olarak ön plana oturtulmuştur (Kaya, 2009: 109'dan aktaran: Eroğlu, 2019, s.40).

Reklamoyunlar günümüzde hedef kitleler için yaratılan teknolojik reklamlardır. Reklamoyunlar pazarlamaya maruz kalma zamanını uzatmaktadır. Ayrıca reklamoyunlar neşeli, espirili bir mecra sunarak tüketicileri/kullanıcıları motivasyon bağlamında direkt oyuna ve dolaylı olarak oyun içerisindeki markaya odaklanmasını istemektedir. Bu bağlamda reklamoyun kitleleri bu oyunları neden oynadıklarını, hangi motivasyonla oynadıklarını öğrenmek ve oyuncu çeşitlerini belirlemek, günümüzde kullanıcıya erişmek adına pazarlama ve reklam alanında yeni uygulamalar üretecek olan firmalar için büyük önem arz etmektedir.

KURAMSAL TEMEL

Araştırma, advergamelere satın alma davranışı üzerine etkisi konusunda üzerinde çokça durulan ve uluslararası düzeyde araştırmalarda konu olan psikoloji kaynaklı kuramlardan birisi olan Kullanımlar ve Doyumlar Modeli örnek alınarak incelenmiştir.

İletişim, teknolojinin gelişmesi ve bilgi çağına ulaşılmasıyla başka boyutlara taşınmıştır. Gündelik ihtiyacın ötesine taşınan iletişim çağları boyunca araştırmalara konu olmuş ve çeşitli yaklaşımlar bağlamında araştırılmıştır.

Kitleler, iletişimin ne anlattığından çok, iletişimde kullandıkları aygıtlar tarafından şekillenmektedir (Sartori, 2004, s. 26'dan aktaran Akçay, 2011). İletişim araştırmalarında ise, kullanılan aracın doğası gereği işleyiş mantığı düşünülmektedir. Aynı "araç mesajdır" da olduğu gibi (McLuhan, 1964, s.32'den aktaran Akçay, 2011). Her yeni medya sosyal anlamda bireylere birtakım değerler katarak onu yetiştirir ve yeni geleneksel değerlere adapte oluşuna ve bu yeni değerlere bakılarak bireyin şekillendirilmesine sebebiyet verir (Akçay, 2011 s. 138).

Bu yeni dönemin getirdiği değişimlerin en büyük son ürünü olan sosyal medya bu çalışmanın temelinde incelediği iletişim kanalıdır. TV ve radyodan sonra kullanıcı etkileşimli olan bu araçlarda "insanlar neyi bulmayı amaçlıyor?", "bu araçlardan elde edilen doyumlar nelerdir?" ve "bu araçları kullanmaya yönelen gereksinimler nelerdir?" sorularının cevabı aranmıştır. İncelenecek araç sonrasında bu araçları kullanan kitle olarak, Türkiye'de din eğitiminin mutfağı olan ilahiyat fakültesinde okuyan öğrenciler ele alınmıştır. İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin seçiminde temelinde etkili olan faktör ise alanda bu konuya dair bir araştırmaya rastlanılmış olmaması ve güncel siyasi, sosyal ve ekonomik koşullarda din konusunun sürekli gündemde olması çalışma grubunun bu şekilde seçilmesinde etkili olan faktörlerden olmuştur. Araştırmada temelinde McLuhan'ın "araç mesajdır" ifadesinden yola çıkarak, iletişimi sağlayan araçların toplumda ve birey üzerinde etkili olan zihinsel algı düzeylerini, zihinsel yapılanmalarını, tutumlarını ve tutum değişimlerini görmeye yönelik konular göz önüne alınmıştır (Cevher ve Ustakara, 2019, s. 813).

Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı'nın günümüzdeki haline gelmesinde Wright, Lasswell, Rosengren ve Lull gibi araştırmacıların katkıları bulunmaktadır. Kuram insanların hangi gereksinimler ile medyayı kullandığına

yönelik açıklama yapmaya çalışmaktadır. Elde edilen bilgiler doğrultusunda bireyleri medyayı kullanmaya yönelten faktörler genel olarak; ilişki kurma, gözetleme, eğlendirme ve sosyalleşme olarak gruplandırılabilir (Baran, 1997 s.66'dan aktaran: Ustakara, 2019, s. 814).

Kullanımlar ve Doymalar Kuramı'nı ilk defa anlatan, dile getiren öğreticilerden biri Elihu Katz sayılmaktadır. (Severin ve Tankard 1994, s.474'den aktaran Akçay, 2019). İzleyen bireylerin kendileri açısından tatmin edici kitle iletişim içeriklerini bu şekilde etkili olarak aradıkları temeli üzerine kurulan (Mutlu, 2005, s.189'dan aktaran Akçay) bu kuram, Berelson'un öne sürdüğü "iletişim araştırmaları alanı ölmüş görünüyor" fikrine eleştiri olarak doğmuştur (Severin ve Tankard 1994, s. 474'den aktaran Akçay, 2019). Bireylerin kitle iletişim araçları yoluyla kazandıkları bu doyum, "İnsanlar medyadan nasıl yararlanıyorlar?" sorusunu sorarak "kullanıcıların doyum" ile izler kitleye ve mesajı almaya ilişkin etnografya araştırmalarının altı çizilmiştir (Blumler ve Katz 1975'den aktaran Mattelart ve Mattelart, 2009, s.120'den aktaran Akçay, 2019).

Kuram özette bir doyumun söz konusu olduğunu, buna bağlı olarak da bir kullanımdan söz edileceğini, medya izler kitle bağının da yalnızca bu açıyla benimsenebileceğini savunmaktadır. Kullanımlar ve doymalar kuramıyla ilgili araştırmacılar, araştırmalarıyla ilgili olarak izler kitlenin ihtiyaçlarını sınıflandırma ihtiyacı hissetmişlerdir. Schramm, Lyle ve Parker 1961 senesindeki araştırmalarında anlak ve ertelenmiş tatminlerden bahsederlerken, Weiss 1971 senesinde bilgisel-egitimsel ve fantazyacı kaçışçı olarak kategorilendirmiştir (Küçük Kurt ve diğerleri, 2009, s. 38).

Kullanımlar ve doymalar yaklaşımının temelindeki aktör aktif izleyicidir. İzleyici, seçicidir, kendi gerçekliğini kendisi yaratan, arayan ve seçen kişi konumundadır. Bu konumun kabul edilmesi ile beraber araştırmalar araç ya da mesajdan ziyade kullanıcı üzerine yoğunlaşmaya başlamıştır (Windahl, 1981, s.176'dan aktaran Ustakara, 2019 s.816).

İzleyici aktivitesi fayda, amaç, seçicilik ve etkiye kapalı olma alanlarında kendisini gösterir.

- Fayda, kullanıcıların iletişim kurması için nedenleri veya motivasyonları,
- Amaç, iletişime girerken planlanan iletişimin doğasını,
- Seçicilik, kullanıcıların tecrübelerinden ve toplumsal yapısının etkisi altındaki iletişim kurma yöntemindeki seçimini,
- Etkiyeye kapalı olma ise iletişim araçlarından gelen uyarıcılara kapalı olma ve karşı koymayı ifade etmektedir (Blumler, 1979, s.10'dan aktaran Ustakara, 2019, s. 817).

Gündelik yaşam pratiklerinin, dolayısıyla motivasyonların oluşumunda etkili olan yeni iletişim teknolojileri ve özellikle sosyal medya araçları sonsuz bir uzam sunmaktadır. Küresel boyutta kanıksanmış olan bu araçlar ulus ötesi, devlet ötesi hatta kültür ötesinde bir iletişim biçimini ortaya çıkarmaktadır. Kendisine özgü ifadeler, tarzlar ve imajlar ile gösteri toplumunun yeni kültürü oluşmaktadır. Bu yeni imaj kültürü artık mevcut kültürle eklemlenerek, daha önce belirtildiği gibi gerçeği basit imajlarla, imajları ise gerçek varlıklara dönüştürme yeteneğine sahiptir. Gerçek dünyada elde edilmesi mümkün olmayan birçok 'şey' sanal dünyada elde edilebilmekte ve doyum sağlama noktasında büyük bir rezervi içinde barındırmaktadır. (Ustakara, 2019, s. 817) Tüm bu açıklamalar göz önüne alındığında araştırma konusunun Kullanımlar ve Doymalar Modeli üzerinden ele alınması uygun olacaktır.

LİTERATÜR TARAMASI

Advergameler pazarlama alanının çok yeni bir parçası olmakla beraber araştırmalara konu olmuştur. Advergamelerle ilgili literatüre bakıldığında Canbazoglu (2019) Y kuşağının dijital reklamlara bakış açısını incelemiştir. Çalışmanın evrenini Türkiye'de yaşayan 25.662.902 birey oluşturmaktadır. Bu araştırmada katılımcıların yaş ve cinsiyet dağılımı esas alınarak seçkisiz olmayan örnekleme yöntemlerinden biri olan kolayda örnekleme yöntemi uygulanmıştır. 20 – 39 yaş aralığındaki 385 katılımcıya dört farklı ölçek ile açık uçlu sorulardan oluşan anket kullanılmıştır.

Araştırmanın bulgularına bakıldığında tutum ve davranışlara yönelik sonuçlarda cinsiyetler arasında farklılıklar ortaya çıkmıştır. Kadınların oyun reklamlara yönelik duyguları erkeklere oranla daha olumludur. Aynı zamanda oyun reklama yönelik tutumlarda duygusal bağlamda yaş grupları arasında da farklılıklar saptanmıştır. Yaş sınıflarına göre tutum içeriklerine bakıldığında 35 – 39 aralığındaki yaş grubunun en olumlu tutumlara sahip olduğu saptanmıştır. 20 – 24 yaş aralığındaki Y kuşağının en genç bireyleri ise diğer gruplara oranla olumsuz bir tutum sergilemektedirler. Gün geçtikçe gelişen teknolojiyle gündeme oturan yeni reklam stratejileri ve pazarlama tekniklerinin gerisinde kalması bu yaş grubunun tutumlarının olumsuz olmasına sebep olmuştur.

Söz konusu araştırmanın konusu ve yapısı kapsamında advergamelerin tüketici davranışları bağlamında satın alma davranışına etkisi üzerine konusu dikkate alındığında konular yakın bir ilişki içerisindedir. Yapılan araştırma dikkatle incelendiğinde Y kuşağının reklamoyunlara yönelik tutumları ve davranışları aslen oyuncuların satın alma davranışlarının saptanmasında yardımcı olmaktadır. Söz konusu araştırma Y kuşağının davranışlarını ve duygularını incelemekte ve bu araştırmayla aynı temeller üzerinde yükselmektedir.

Yazar (2020)'in yaptığı bir başka araştırmada ise advergamelerde popüler kültürün ve tüketim kültürünün etkisi araştırılmaktadır. Popüler kültür toplumların her alanına etki gösterdiği gibi tüketim alışkanlıklarına ve bununla

birlikte tüketim kültürünün oluşmasına da etki göstermektedir. Yapılan araştırmada bu etkinin gerekleri kavramsal çerçevede advergamerlerin tarihi çerçevesinden ve anlam bakımından incelenmesine yer verilmiştir.

Araştırmada Max, Atari, Mc Donald's gibi örneklerle yer verilmiştir. Max örneğine bakıldığında Aslan Max sanal karakteri çocuklara eğlenceli ve de keyifli tecrübeler kazandırırken marka sadakati oluşturmaktadır. Dikkat çekici ve heyecan verici oyunların bulunduğu kısımlar, Aslan Max ve Leena başta olmak üzere bir hayli karakteri de içermektedir. Örneklerdeki Tutku'na Sahip Çık oyununa bakıldığında ise reklamoyun uygulamaları bu düzeyde tüketim alışkanlığının popüler kültür ürünlerine yönelik tüketici satın alma davranışını geliştirmesinde önemli rol oynamaktadır. Metalaşmış olan popüler kültür, bilim ve teknolojinin gelişmesiyle bağlantılı olarak fabrikasyon ürünlerle beraber kullanılmaya başlamıştır. Reklamoyunla beraber başka bir boyut kazanması sınırsız bir kültürün yeni sürümü temellendirmektedir. Reklamoyun uygulamaları ekosistemleri sanal ortama taşıyarak reklam ve oyunu birbirine bağlayan bir düzlemde yeni bir yaşam tarzı ortaya koymaktadır. Bu nedenle reklamoyun sayesinde bu tüketicilerle sadakat aşıl原因an markalar bu yolda ilerleyerek reklamoyun pazarlama stratejisini kullanarak kullanıcıya ulaşmayı amaç edinmişlerdir.

Araştırma örnekleri incelendiğinde oyunlar içinde advergence çalışmaları tüketim kültüründe oluşan popüler kültürün etkisini ve bu bağlamda tutum ve davranışlarda gözle görünen farklılığı açıkça ortaya sermektedir. Araştırma advergence nedir, advergence çeşitleri, advergence örnekleri, advergamenin kültürde yarattığı tüketim karması ve popüler kültüre olan etkisi kapsamında birçok soruya açık cevaplar sunmaktadır. Advergamenin satın alma davranışlarına olan etkisine açıkça bir cevap sunmаса da tüketim çılgınlığı kapsamında davranış ve tutumlara yönelik etkisine cevaplar sunmaktadır.

Advergence araştırmalarına dahil olan bir diğer araştırma ise Aydoğan ve Taşkaya (2019)'ya aittir. Dijital oyunları ve advergamerleri medya okuryazarlığı eleştirisi bağlamında incelemişlerdir. Araştırma doğrultusunda, yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme (N=12) yönteminden yararlanılarak Akdeniz Üniversitesi öğrencileriyle görüşülmüştür. Süreç yönetiminin doğru yapılması adına katılımcıların oyunu oynama amaçları, oyunu anlatışları Huizinga'nın sunduğu oyun karakteristikleri üzerinden yapılandırılan kodlar ile değerlendirilmiştir.

İncelediğimiz araştırma, ülkemizde mevcut medya okuryazarlığı eğitiminin reklamoyun içinde saklanmış marka yoluyla satış amacını ayırt etme becerisi üzerindeki algısının gözlemlendiği nitel bir araştırmadır. Bulgularda katılımcılar sık sık 'kafa dağıtmak', 'gündelik sıkıntılardan uzaklaşmak', "gerçek dünyadan kaçmak" söylemleriyle, oyuna girme sebeplerini açıklamışlardır. Sıra ikide yoğunluk ise eğlencedir. Oyunun amacı araştırmada geçen Huizinga'nın oyun kavramında da eğlenceyle bağdaşmaktadır. Oyun – zevk beraberliğinin reklam sektöründekilerce bağımlılık algısı oluşturma aracı olmasının sebebine ulaşmaktadır. Medya Okuryazarlığı dersini almış katılımcılar markanın bulunduğu yerin ipucu verildiği zaman 3, eğitimi almamış katılımcılar arasından ise 2 katılımcı markanın olgusunu anımsamışlardır. Yani medya okuryazarlığı eğitimi alınmasıyla advergamerlerin dikkat çekmesi arasında bu araştırmaya göre bir fark bulunmamaktadır.

Bu araştırmayla birlikte advergamerlerin satın alma davranışı üzerindeki etkisinin ve tutumlarda saptanabilecek duygu-durum değerlendirmesinin ilişkili olduğu saptanmaktadır. Araştırmanın tüketici davranışlarındaki tutum ve oyunlarda reklamı fark eden kullanıcıların tutumları paralellik göstermektedir. Aynı zamanda kavramsal çerçeve ve analiz yöntemi bakımından bu çalışmaya araştırmamıza yapılan anket çalışmaları ve değerlendirmeleri göz önüne alınarak sağlam bir şekilde kaynaklık etmektedir.

Konuyla ilgili yapılmış bir diğer araştırma Akyol ve Aktaş (2010)'ın incelemesidir. Advergamerlerin çocuk oyun kullanıcıları üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Çocukların zihninde algı yaratmaya çabalayan markalar bunu, yetişkinlikte potansiyel müşteri oluşturma ve çevreye olası etkilerinden faydalanmak için gerçekleştirmektedirler. Bunun nedeni ise; çocukların yavaş yavaş ailelerin verdiği kararlarda etkili olmaya başlamalarıdır. Sadece günlük hayatta değil tatil kararlarından satın alınacak arabaya kadar çeşitli konulardaki kararların alınmasında etkilidirler. Çalışmada, literatüre ait kavramlar araştırıldıktan sonra Konya ili içinde seçilen 65 kişilik bir örneklem grubu üzerinde deney yapılmıştır. Okuma, yazma bilen, bilgisayar ve web kullanım becerisine sahip olan çocuklar bu çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Çalışma kullanıcılara reklamoyunu oynatıp, deney öncesi ile sonrası arasındaki ilişik değişikliğini konu edindiğinden örneklem grubu yeterli ve birinci araştırma için daha yatkın bulunmuştur. Çalışmada öğrenciler bilgisayar laboratuvarına konulmuş kendilerine ölçme aracı anket formu verilmiştir. Çalışmaya katılan 70 kullanıcıdan 5'inin cevapları geçersiz sayılmış ve sonuçlar 65 kişi üzerinden ölçümlenmiştir. Çalışmanın bulguları, markaların eğlence ve marka sadakatini oluşturmak için kullandıkları bir araç olan reklamoyunun katılımcılar üzerinde hedefine ulaştığını saptamaktadır.

Araştırma, advergamerlerin tüketicilerin satın alma davranışına etkileri bağlamında incelendiğinde ve yaş faktörü göz önünde bulundurulmadığında paralellik göstermektedir. Çocuklar satın alma davranışı sergilemeseler de ailelerin satın alma davranışına etkileri açıkça görülmektedir. Çocuklar zamanla ailenin tüketim alanında harcadığı zamana ve karar verme sürecine katkı göstermektedirler. Bu nedenle advergamerlerin çocukların oynadıkları oyunlarda görüntülenme sıklıkları ve bu bağlamda ailelerin satın alma davranışı gösterirken karar verme süreçleri paralellik göstermektedir. Bununla birlikte her çocuk karar aşamasında etkili bir faktör olmakla birlikte popüler kültürün de bir parçası haline gelmektedir.

Konuyla ilgili bir başka araştırma ise Ilgın (2013)'e aittir. Advergaming ve marka ilişkisini konu alan araştırmada advergamerlerin tarihçesinden, kavramsal çerçeveden ve çıkan ilk ürünlerden bahsedilmektedir. Pazarlama iletişimi

dünyasının övgüyle andığı reklamoyuna eleştirel bir çalışmayla yaklaşan İlgin, kullanıcıların reklam taarruzuna hedef alındığı olgusunu öne sürmektedir. Öte taraftan ayrıca abur cubur olarak kategorilendirilen yiyecek tüketimini kontrolsüz şekilde kullanıcı aklına yerleştiren türden reklamoyunların varlığını da dile getirmektedir. Sadece küçük yaşlardaki katılımcılar için değil bununla birlikte manipülatif reklamoyun yöntemlerinin kullanıcıya algı yönetiminin ahlak dışı sonucuna da atıf yapmaktadır.

Reklamoyun kavramının ortaya çıkışına ve hayata giriş aşamalarına dikkat çeken İlgin, şirketlerin tanınırlığının artırılması için ortaya konulan advergaming çalışmalarını da incelemiş örnekler kapsamında sunmuştur. İlgin'in araştırma sonucu olarak; İşletmeyle tüketici arasında kurulacak ilişkide önemli bir yere sahip olan reklamoyunlarla kullanıcılar markayı ve ürünü oynadıkları oyun ve içindeki karakterlerle benzeştirmektedir. Bu bağlamda reklamoyunların en tutarlı niteliği reklamın reklam olarak algılanmamasıdır. Örnek olarak Garanti Bankası'nın 2011 yılında çıkarttığı oyunda; web sitesi tamamiyle bankacılık ve finans üzerine oluşturulmuştur. Kurumsal kimliği ve kurum felsefesini yansıtan renklerin seçilmesiyle kullanıcı için kurumun içinde olma algısı oluşturmak amaçlanmıştır. Konu, marka ve ürünle tamamen ilişkili değildir. Bu çalışma advergamenin tüketiciyi çok etkileyen ve advergamerlerin marka farkındalığı yaratma hatta tüketicinin bilinçaltına yerleşmesinde etkili yöntemlerini araştırmaktadır.

Kriz zamanlarında düşük maliyetli pazarlama aracı olarak seçilebilecek olan advergamingler, bugünlerde bir marka ya da hizmet/ürün piyasaya sürülürken logo, slogan kadar önemli hale gelmiş yeni olanın advergamingi düzenli olarak hazırlanmaktadır. Bu çalışma advergaminglerin tercih edilme sebebini açıklayarak çalışmamıza katkı sağlamaktadır.

Konuyla ilgili diğer bir araştırma ise Erdem (2019)' in dijital oyunlarda şiddetin estetiğini incelediği araştırmasıdır. Erdem (2019) bu kapsamda League Of Legends oyununu incelemiş ve bu kapsamda oyunda yer alan karakterlerin özelliklerini anlatmıştır. Erdem (2019)'e göre bir medya içerik türü olarak kabul gören dijital oyunlarda yer alan şiddet ve estetik öğelerin şiddet unsurları ile uyumu, diğer medya içeriği türlerinde de söz konusu olmaktadır. Araştırmanın geneline bakıldığında bu konunun işlendiği ve kavramsal çerçevenin bu yönde hazırlandığı görülmektedir.

Araştırmanın bulguları kısmında derinlemesine incelenen oyun karakterlerinin oyun senaryosu içindeki şiddet unsurları ile ilgili olan özellikleri belirtilmiştir. Erdem (2019) aslında şiddetin en yoğun biçimde yer aldığı oyun türlerinden biri ve hatta belki de en önemlisi, dijital platformlarda karşımıza çıkanlar olduğunu söylemiş ve araştırmanın sonuç bölümünde konuyla ilgili olarak pek çok dijital oyunda (ve hatta diğer medya içeriklerinde de) vurgulandığı şekliyle zafere ulaşmanın verdiği haz, diğer her duygudan üstün olduğunu vurgulamıştır. Bu kapsamda değerlendirildiğinde medya içeriği ticari olduğu ve bu nedenle medya içeriği için de pazarlama stratejilerinin planlanması ve uygulanması gerektiği sonucu araştırmada verilmiştir.

Bu araştırma advergamenin satın alma davranışını etkilemesi yönünde değerlendirildiğinde dijital oyunların kullanıcılara sağladığı hazzı ve doyumunu anlamak açısından önem kazanmaktadır. Reklam faaliyetinde kullanıcının nelerden hoşlanacağını anlamak ve ona göre strateji oluşturmak pazarlama faaliyetinin kalitesini ve etkisini belirleyici bir unsur olmakla beraber tüketicinin reklamları izlemekten rahatsız olmasının önüne geçebilecek bir durumdur. Bu kapsamda değerlendirildiğinde araştırma oyunları ve oyunun sağladığı hazlarını incelemiştir ve bu bilgi advergamenin ne şekilde uygulanacağını belirlemektedir.

Literatür çalışması kapsamında değerlendirilebilecek diğer bir araştırma ise Bilgiler Kayacan ve Tos (2020)'ün araştırmasıdır. Araştırmada advergaming içerikleri incelenmiş ve bu kapsamda örneklere yer verilmiştir. Bilgiler v.d (2020) amaçlı örnekleme ile seçilen dijital ortamdaki üç markanın (Penti, Uludağ Limonata ve Lipton) advergaming olarak adlandırılan reklam oyunlarının içerik analizlerini gerçekleştirmiş ve araştırmanın bulguları kısmında bu analizlere yer verilmiştir.

Bilgiler v.d (2020) her bir oyun için ayrı şekillerde değerlendirmede bulunmuş ve tablolar şeklinde bulguları aktarmışlardır. Penti "Utopic Farm" adlı advergaming videosunda izleyicilerinin karşısına simülasyon gerçekliğiyle çıkmaktadır. Bu doğrultuda, VR kullanıcısı odalarda gezerek bir görev zincirinin içerisinde kendisini bulmaktadır. Uludağ limonata ise r. Oyun içerisinde kendi restoranını kurma fırsatı vermesi, haritalarda hareket noktası ve anime karakter seçimini olanaklı kılması oyun içeriğinde kişiselleştirme göstergesi olarak ele alınmaktadır. Lipton'un oluşturduğu oyunda ise oyun içerisinde kullanıcıları yönlendirme ve onlara seslenme gibi özellikleri bulunan çay bardağı gerçek bir obje gibi yansıtılmaktadır. Belirli sorular karşılığında (20 soru) kullanıcının aklından geçirdiği nesne, obje ve süreyi bilebileceğini vurgulayan çay bardağı kişisel bir algı alanı meydana getirmektedir. Ülkenin en ünlü internet fenomeni haline gelen her şeyi bilen kadın talk showlara misafir edilmekte gazetelere ise haber kaynağı olmaktadır. Üç aylık zaman zarfında dört buçuk milyona yakın kullanıcı Lipton'un sitesini ziyaret etmiş bulunmaktadır. Marka kriz döneminde bu stratejiyi kullanarak hedef kitlesini büyük ölçüde şaşırtmayı başarmış ve satış oranlarında % 47 artış saptanmıştır.

Araştırma advergamenin yapılış şekliyle örnekler vermesi sebebiyle bu araştırma için önem kazanmaktadır. Yine Erdem (2019)' in araştırmasındaki gibi kullanıcının kazanabileceği tecrübelerle yer verilmiş ve oyun üzerinden advergamenin nasıl yapılabileceğini örnekler üzerinden anlatmışlardır.

Literatür çalışması kapsamında incelenecek olan diğer bir araştırma ise Koçer ve Oskay (2016)'in araştırmasıdır. Çalışmada yeni medya, etkileşimli reklam, dijital oyun, oyun reklam ve türleri ile ilgili literatür taramasına ve

anket çalışmasına yer verilmiştir. Çalışmaya konu olan reklamlar, “Uludağ Lezzet Dünyası” oyunu ve "Lipton Ice Tea Gez Göz Sneijder" oyunu olarak belirlenmiş ve 54 kişiye çevrimiçi olarak anket uygulanmıştır. Anket sonucunda, oyun reklamlarda oyuncular üzerinde hangi unsurların diğerlerinden daha etkili olduğunun belirlenmesi amaçlanmıştır.

Koçer ve Oskay (2016) araştırmanın bulguları bölümünde, oyun reklamlar hakkında bilgi sahibi olan oyuncuların oranı %68,5 olduğunu belirtmişlerdir. Araştırmayla ilgili diğer bir bulgu ise katılımcıların hangi mecra üzerinden oyuna ulaştığıdır. Katılımcılar oyun reklam uygulamalarına en çok Facebook üzerinden katılmıştır (%98,5). Facebook'u sırasıyla, Twitter (%74,1), arkadaş tavsiyesi (%38,9) ve diğer (%7,4) takip etmektedir. Ayrıca oyun reklam uygulamasına katılan oyuncuların %92,6'sı, oyun reklamı tekrar oynamak istemekte; %92,6'sı arkadaşına tavsiye etmektedir. Oyun reklamların geleneksel reklamlara göre dikkat çekme düzeyi incelendiğinde ise katılımcılardan %57,4'ünün kesinlikle katılıyorum olarak ifade ettiği %40,7'sinin ise katılıyorum sıklığını işaretlediği görülmüştür. Anket sonucunda elde edilen verilere göre; oyun reklama katılım gösteren oyuncular, interneti daha çok sosyal medyaya girme ve oyun oynama amacıyla kullanmaktadırlar. Diğer bir sonuç ise; internet kullanım oranının, oyun reklamlara katılım oranını da arttırdığını göstermektedir. Oyuncular, oyun reklamların geleneksel reklam türlerine göre daha dikkat çekici ve eğlenceli olduğunu düşünmektedir.

Koçer ve Oskay (2016)'ın araştırması bu araştırma ile konu seçimi ve bulgulara ulaşma açısından benzerlik göstermekle beraber araştırmaların ulaşmaya çalıştıkları amaçlarda birbiri ile örtüşmektedir. Bunun yanında iki araştırma seçilen örneklem yönünden farklılık göstermektedir.

Konu ile ilgili bir diğer araştırma ise Yalçın Irmak ve Erdoğan (2016)'ın ergen ve genç erişkinlerde dijital oyun bağımlılığını ele alıkları araştırmadır. Araştırmada sanal oyun oynama alışkanlıkları genel bir bakış açısı ile güncel yazın çizgisinde incelenmiş, sonuçların ilgili sağlık profesyonelleri ile paylaşılması hedeflenmiştir. Bunun yanında Yalçın Irmak ve Erdoğan (2016) araştırmalarında sanal oyun bağımlılığının, mevcut tanı sistemleri tarafından bir hastalık olarak kabul edilmemiş ise de bu kavramın otuz yıldan günümüze kadar olan süreçte bilimsel yazında yer aldığını saptamışlardır.

Araştırma konuyu incelemek amacıyla hazırlandığından konu ile ilgili literatür çalışması yapılmış ve herhangi bir ankete yer verilmemiştir. Bu anlamda Yalçın Irmak ve Erdoğan (2016) önerilerde bulunmuş ve ergen ve genç erişkin bireylerin oyun oynamaya ayırmış oldukları sürenin fazlalığı ve şiddet içerikli oyunları oynamayı daha çok tercih ettikleri düşünüldüğünde, birçok sorunla birlikte gelebilecek olan oluşmadan erken dönemde önlenmesi ve gerekiyorsa yardım almalarının önemine değinmişlerdir. Araştırmanın sonuç bölümünde ise Dijital oyun bağımlılığı ile, oyunda geçirilmiş olan zamandan ziyade, gün yüzüne kavuşmuş olumsuz sonuçların aktarıldığı anlatılmıştır. Dijital oyunlar özellikle gençler ve ergenler arasında popüler ve yaygın eğlence aracı olarak kullanılmaktadır. Kanıtlar bu oyunların birçok olumlu etkisi yanında “dijital oyun bağımlılığı” kavramını da gündeme getirmiştir.

Bu araştırma dijital oyun bağımlılığını gençler üzerinden incelemesi ile bizim araştırmamız açısından önem kazanmaktadır. Advergame'de amaç ürün pazarlama ve kullanıcıların oyuna daha çok ilgi göstermesi amaçlansa bile bağımlılık kriteri etik açıdan değerlendirilmelidir.

YÖNTEM

Advergame'lerin kullanıcılar üzerindeki satın alma davranışlarına etkisini araştıran bu araştırmanın yöntemi ankettir. Online olarak oluşturulan ve 23- 35 yaş aralığına uygulanmış olan anket çalışması nicel araştırma yöntemlerinden biridir. İnternet üzerinden yapılmış olan söz konusu anketler, dijital oyun sevenlere uygulanmıştır.

Problem Cümlesi

Dijital oyunlarda ve platformlarda yer alan advergame'ler kullanıcıların satın alma davranışlarını nasıl etkilemektedir?

Alt Problemler

Advergame'ler kullanıcıların satın alma davranışlarını etkilerken cinsiyetin rolü nedir?

Değişken olarak alınan yaş grubu advergame'lerin satın alma davranışını etkilemesindeki rolüyle paralellik gösterir mi?

Oyunda kalma süresi / advergame'ye maruz kalma süresi satın alma davranışına etkisini değiştirir mi?

Oyunda kalma süresi advergame'yi fark etme süresini etkiler mi?

Araştırma Modeli

Araştırma Ondokuz Mayıs Üniversitesi öğrencilerinden tesadüfi örnekleme metodu ile seçilecek ve ankete katılmayı kabul edenler ile anket çalışması yapılmıştır. Verilerin analizinde SPSS programı kullanılarak araştırmanın bulguları saptanacak olup sonuç kısmında yorumuyla birlikte belirtilmiştir. Tesadüfi örnekleme örneklemin daha homojen ve gerçeğe daha yakın sonuçlar elde edilmesi bakımından önemli olmaktadır. Bunun yanında araştırmada ilişkisel tarama yöntemi kullanılmıştır. İlişkisel tarama yöntemi iki ya da daha fazla değişkenin ilişkisini incelemek için kullanılır.

Evren

Araştırmanın evreni 23- 35 yaş aralığında dijital oyun oynayan tüm öğrencilerdir.

Araştırmanın Örnekleme

23- 35 yaş aralığında On Dokuz Mayıs Üniversitesi İletişim Fakóltesi'nde öğrenim gören öğrencilerdir.

Veri Toplama Aracı

Araştırma için online ortamda hazırlanmış anket soruları kullanılacaktır. 3'lü Likert Tipi Ölçeği de bulunan anket çalışması örnekleme grubuna online olarak sunulmuştur.

Veri Analizi

Anket sonuçları IBM SPSS Statistics 22.0 programı aracılığıyla işlenecek ve sonuçlar net bir şekilde ortaya konulmuştur.

Varsayımlar

Araştırmada belirtilen sınırlılıklar dahilinde örnekleme evreni belirtmektedir. Yaş ve cinsiyet bağlamında bu küme genişleyebilir ya da daralabilir.

Sınırlılıklar

Araştırmanın veri toplama aşamasında Ondokuz Mayıs Üniversitesi İletişim Fakóltesi öğrencileri ile sınırlandırılmıştır. Bununla birlikte anket çalışması 124 öğrenciye uygulanmıştır.

Tanımlar

Advergame: Dijital oyunların içinde yer verilen reklam türüdür.

Homo Ludens: Oyuncu insan anlamına gelmektedir. Johan Huizinga tarafından yazılan kitapta geçen bu terim 19. Yy'de ortaya çıkmıştır.

Satın Alma Davranışı: Tüketicilerin bir ürüne gösterdikleri davranışın sonucudur. Tüketiciler beğendikleri bir ürünün ya da hizmetin ücret karşılığında aitik hissine erişmelerinin sonucudur.

Reklamoyun: Advergamenin Türkçeleştirilmiş halidir.

Lipton: 1871'de market olarak faaliyete başlayan marka daha sonraları dünyaya çay ihraç eden bir marka haline gelmiştir.

BULGULAR**Tablo 1: Cinsiyet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kadın	60	48,0	48,4	48,4
	Erkek	62	49,6	50,0	98,4
	Diğer	2	1,6	1,6	100,0
	Total	124	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		125	100,0		

Ankete katılım gösteren bireylerin toplam sayısı 60 kadın, 62 erkek ve 2 diğer seçeneğini işaretlemlerle birlikte 124'tür. Bununla birlikte ankete katılanların %48,4'ü kadın, %50'si erkek ve %1,6'sı diğer seçeneğini işaretlemlerden oluşmaktadır.

Tablo 2: Yaş

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	23-25	51	40,8	41,1	41,1
	26-29	39	31,2	31,5	72,6
	30-32	15	12,0	12,1	84,7
	33-35	19	15,2	15,3	100,0
	Total	124	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		125	100,0		

Katılımcıların %41,1'i 23-25 yaş, %31,5'i 26-29 yaş, %12,1'i 30-32 yaş, %15,3'ü ise 33-35 yaş aralığındadır.

Tablo 3: İnternette Oyun Oynuyor Musunuz?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Evet	85	68,0	68,5	68,5
	Hayır	39	31,2	31,5	100,0
	Total	124	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		125	100,0		

Katılımcıların %68,5'i yani 85 kişi internette oyun oynarken %31,5'i yani 39 kişi bu soruya hayır cevabını vermiştir.

Tablo 4: İnternette Ne Kadar Süreyle Oyun Oynuyorsunuz?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Günde 1 saatten az	47	37,6	37,9	37,9
	1-3 saat	37	29,6	29,8	67,7
	4-7 saat	28	22,4	22,6	90,3
	7 saatten fazla	12	9,6	9,7	100,0
	Total	124	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		125	100,0		

Katılımcıların %37,9'u günde 1 saatten az internette oyun oynamaktadır. %29,8'i 1-3 saat oyun oynarken %22,6'sı 4-7 saat, %9,7'si ise 7 saatten fazla oyun oynamaktadır. Bu tabloya bakıldığında katılımcıların küçük bir kısmı 7 saatten fazla vaktini oyun ile geçirmektedir.

Tablo 5: Advergame kavramını daha önce duydunuz mu?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Evet	43	34,4	34,7	34,7
	Hayır	62	49,6	50,0	84,7
	Emin değilim	19	15,2	15,3	100,0
	Total	124	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		125	100,0		

Katılımcıların %34,4'ü bu soruya evet cevabını verirken %50'lik dilim hayır cevabını vermektedir. %15,3'ü ise emin değilim cevabını vermiştir. Bununla birlikte 'advergame' kavramını duymayanların çoğunlukta olduğunu görmekteyiz.

Tablo 6: Daha önce hiç oyunreklam oynadınız mı?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Evet	55	44,0	44,4	44,4
	Hayır	49	39,2	39,5	83,9
	Emin değilim	20	16,0	16,1	100,0
	Total	124	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		125	100,0		

Bu soruya 'evet' cevabını verenlerin %44,4 'hayır' cevabını verenlerin %39,5 'emin değilim' cevabını verenlerin ise %16,1'lik dilimi oluşturduğunu görmekteyiz. Bir önceki tabloda advergame kavramını duymayanların bu tabloda 'evet' ya da 'emin değilim' seçeneğine yöneldiklerini açıkça görmekteyiz. Bu durum advergame oynayanların hangi türde oyun oynadıklarını bilmeden oynadıklarını açıkça ifade etmektedir.

Tablo 7: Her şeyi bilen kadın oyununu daha önce oynadınız mı?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Evet	58	46,4	46,8	46,8
	Hayır	38	30,4	30,6	77,4
	Emin değilim	28	22,4	22,6	100,0
	Total	124	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		125	100,0		

Her Şeyi Bilen Kadın oyununu oynayanlar için katılımcıların %46,8'i evet, %30,6'sı hayır, %22,6'sı ise emin değilim cevabını vermiştir. Bununla birlikte katılımcıların yarıya çok yakın bir kısmı oyunu oynamıştır.

Tablo 8: Oyunda reklamı yapılan ürünü hatırlıyor musunuz?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Evet	58	46,4	46,8	46,8
	Hayır	39	31,2	31,5	78,2
	Emin değilim	27	21,6	21,8	100,0
	Total	124	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		125	100,0		

Katılımcılardan %46,8'i oyunda Lipton'un reklamı yapıldığını hatırlamaktadır. %31,5'i hatırlamazken %21,8'i ise hatırlayıp hatırlamadıklarından emin değildir. Bir önceki tabloyla birlikte yorumlarsak; oyunu oynayanlar oyunda reklamı yapılan markayı hatırlamaktadır. Bununla birlikte akılda kalıcı bir reklam olduğunu söylememiz mümkündür.

Tablo 9: Oyunu oynadıktan sonra Lipton'a yönelik tavrınız değişti mi?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Evet	52	41,6	41,9	41,9
	Hayır	72	57,6	58,1	100,0
	Total	124	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		125	100,0		

Oyunu oynadıktan sonra markaya karşı tavır değişikliği katılımcıların %41,9'unda gerçekleşmiştir. %58,1'i ise tavır değişikliği yaşamadıklarını söylemektedir.

Tablo 10: Her şeyi bilen kadın ürünü satın almanızda etkili oldu mu?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Satın aldım	41	32,8	33,1	33,1
	Satın almadım	72	57,6	58,1	91,1
	Satın almayı düşünüyorum	11	8,8	8,9	100,0
	Total	124	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		125	100,0		

Katılımcıların oyunu oynadıktan sonra %33,1'i ürünü satın aldıklarını, %58,1'i ürünü satın almadıklarını, %8,9'u ise satın almayı düşündüklerini söylemektedir. Bununla birlikte oyun, satın alma davranışına etki etmektedir.

Tablo 11: Ürünü satın alırken aklınıza oyun geliyor mu?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Evet	57	45,6	46,0	46,0
	Hayır	67	53,6	54,0	100,0
	Total	124	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		125	100,0		

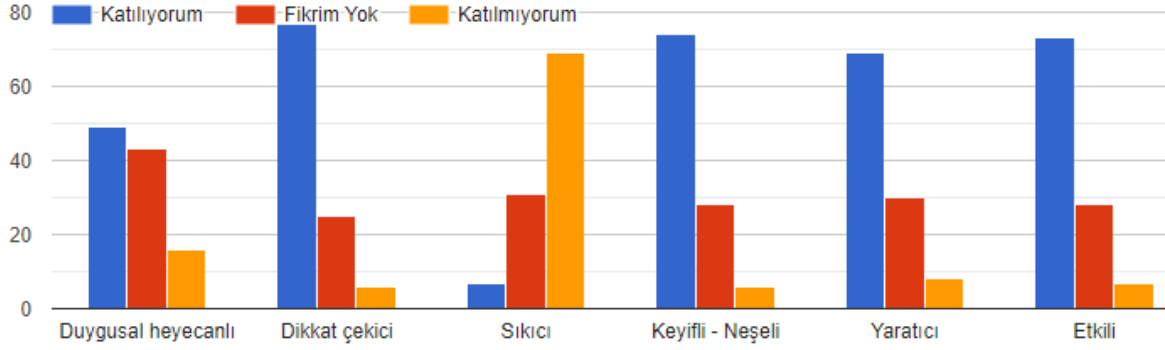
Tabloya bakıldığında katılımcıların %46'sı Lipton markasına ait ürünlerden satın alırken aklına Her Şeyi Bilen Kadın Oyunu'nun geldiğini söylemektedir. Katılımcıların %54'ü ise bu soruya hayır cevabını vermiştir.

Tablo 12: Oyunu arkadaşlarınızla paylaştınız mı?

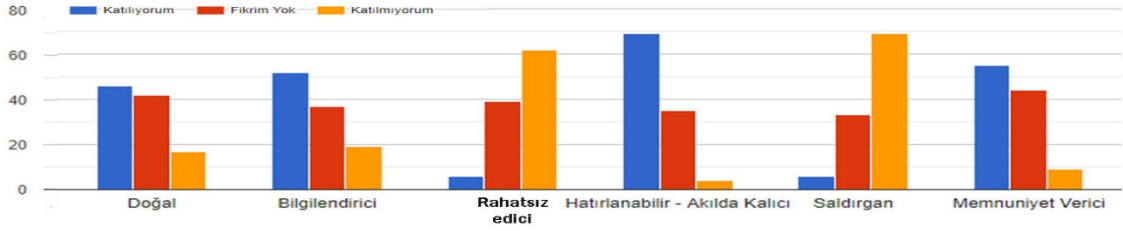
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Evet	25	20,0	20,2	20,2
	Hayır	99	79,2	79,8	100,0
	Total	124	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		125	100,0		

Ankete katılanların %20,2'si bu soruya evet cevabını verirken %79,8' ise hayır cevabını vermiştir, Bununla birlikte katılımcıların oyunu sürükleyici bulup oynasalar bile büyük bir çoğunluğun paylaşmadıklarını görmekteyiz.

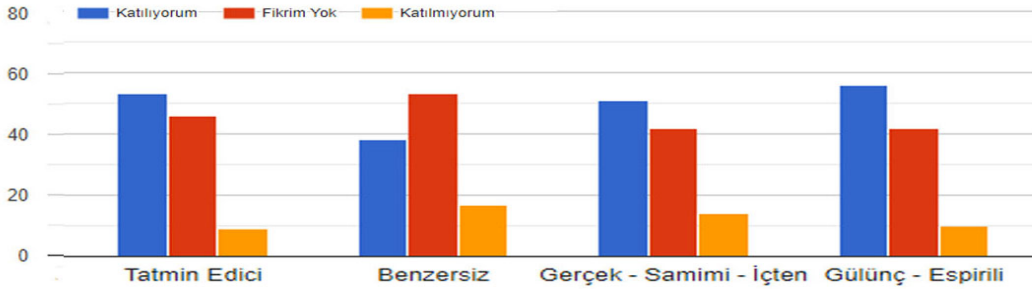
Grafik 1: Her Şeyi Bilen Kadın'a Yönelik Duygu İfadeleri



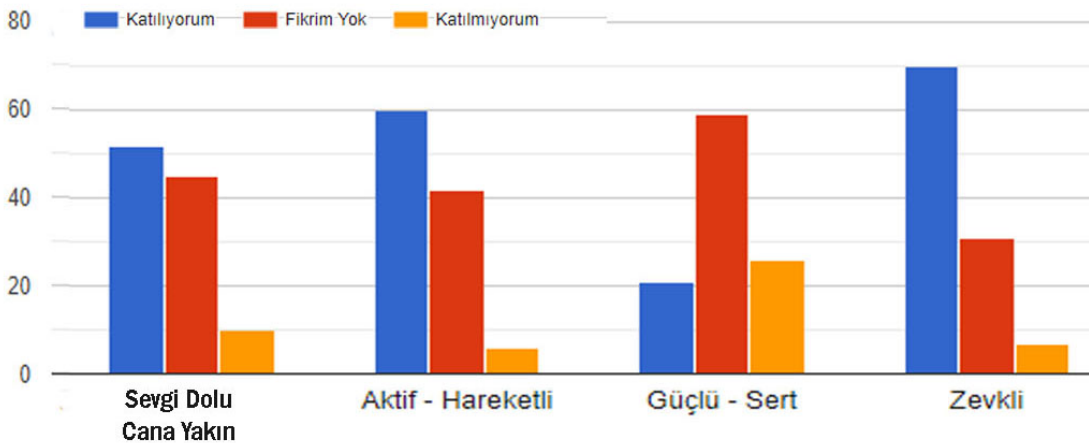
Grafik 2: Her Şeyi Bilen Kadın'a Yönelik Duygu İfadeleri



Grafik 3: Her Şeyi Bilen Kadın'a Yönelik Duygu İfadeleri



Grafik 4: Her Şeyi Bilen Kadın'a Yönelik Duygu İfadeleri



Grafiklerin geneline bakıldığında duygusal, dikkat çekici ve keyifli olduğunu düşünenler; oyunun saldırgan ve sıkıcı olduğunu düşünenlerden çok daha fazladır. Katılımcıların yarısından fazlası oyunu sevgi dolu, cana yakın, aktif ve zevkli bulmaktadır. %50'sinden fazlası ise güçlü, sert olduğuna dair fikirlerini belirtmemişlerdir. Katılımcıların çoğunluğu oyunu gülünç, espirili ve samimi bulurken %74'lük kısım oyunu hatırlanabilir, akılda kalıcı bulmaktadır. %76'lık kısım ise oyunu dikkat çekici bulmaktadır. Bu tablolara bakıldığında oyun hakkında olumsuz düşüncelere sahip olan kişi sayısı çok minimum seviyededir. Oyun genel olarak yorumlandığında ilgi çekici, hatırlanabilir olduğundan marka algısı yaratmaya ve satın alma davranışı oluşturmaya etkin bir örnek olmaktadır.

SONUÇ

Bu çalışma sonucunda advergamerlerin tüketicilerde satın alma davranışını etkileme adımları, marka farkındalığı ve marka sadakati yaratma olasılığı, reklam oyunlar ile marka ve müşteri arasındaki pozitif bağ oluşumunun aşamaları ortaya net bir şekilde konulmuştur. Yeni medya ile gelişen pazarlama teknolojileri ve yeni reklam türleri ile müşteri algı yönetimine maruz bırakılarak marka ile arasında sadakat ve pozitif bağ oluşmaktadır. Yeni teknolojiler aynı zamanda firmalar arasındaki rekabeti ve pazar payını da güçlendirmektedir.

Anket sonuçlarına bakıldığında sorulara verilen cevaplar üzerinden tüketiciler oyunlarda çıkan reklamlardan belirli bir süre için rahatsızlık duymamaktadır. Alt problemlerden birinci sorunun cevabı verilere göre; tüketicilerde reklam oyunlarda karşılına çıkan reklamlardan olumsuz bir algı oluşmamaktadır. Oynadıklarının oyunun reklam kampanyası olduğunun ayrımını yapılamamaktadır.

İkinci alt problemin cevabı ise tüketicilerin reklama kaç saniye maruz kaldığı bilinmemektedir. Oyun süresince her şeyi bilen kadın Lipton içmektedir. Bununla birlikte tüketici oyunda kaldığı süre boyunca reklama maruz kalmaktadır.

Üçüncü alt probleme bakıldığında oyunun ya da reklamın hatırlanabilirliği söz konusu olmaktadır. Oyunu oynayan tüketicilerin %76'lık kısmı oyunu hatırlanabilir bulduğunu söylemektedir. 4 saatten fazla oyuna maruz kalan tüketicilerin hatırlama olasılığı daha yüksektir.

Dördüncü alt problemde ise tüketicilerin gün içerisinde yapılan reklamı hatırlayıp hatırlamadıkları söz konusudur. Tüketicilerin %46'lık yani ankete katılanların yarısına yakın bir kısmı Lipton markalı ürünlerden satın alırken oyunu / reklamı hatırladıklarını söylemektedir. Oyunu oynayanlar reklam kampanyasını ürünü satın alırken hatırlamaktadır.

Genel olarak çalışmaya bakıldığında advergamerlerin satın alma davranışını etkilemektedir. Kullanıcılar / tüketiciler advergamerleri arkadaşlarıyla sosyal ortamlarda paylaşmak istememekte ancak oyunu oynamaya devam etmektedirler. Oyunu benimseyip sevmeleri, oyunda sıkılmamaları ve net bir şekilde reklama maruz kalmadıklarından dolayı advergamerlerin pazarlama kampanyası olduğu düşünülmemektedir. Oyun şiddet unsurları içermemekte bu nedenle de oyunculara sempatik gelmektedir. Oyundaki kadının enerjisi ve motivasyon kaynağı olarak Lipton markasını görmesi de tüketicileri markaya yönlendirmektedir. Tüm bunlar göz önüne alındığında ve Her Şeyi Bilen Kadın örneği üzerinden gidildiğinde advergamerlerin satın alma davranışını etkilemekte olduğu saptanmıştır.

KAYNAKÇA

- Akçay, H. Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı: Gümüşhane Üniversitesi Üzerine Bir Araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* 33. 137- 161 <https://tinyurl.com/yd2xbot9>
- Akyol, M. (2010). *Marka iletişim aracı olarak oyunreklam: Marka farkındalığı oluşturma rolü üzerine bir çalışma* (Doctoral dissertation, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü). <http://hdl.handle.net/123456789/2664>
- Akyol, M. Aktaş, H. ve Akyol, A. (2010). Yeni Reklam Aracı 'Oyunreklam'ın (Advergame) Çocuk Üzerindeki Etkisi. *Humanities Sciences*, 5 (4), 652-672. <https://dergipark.org.tr/en/pub/nwsahuman/issue/19933/213324>
- Bilgili, H. A. S., Kayacan, Ş. ve Tos O (2020). Oyun Kültürünün Dijital Medyada Yansıması: "Advergaming" İçeriklerine Yönelik Bir Analiz. *LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 82-98. <https://dergipark.org.tr/en/pub/Euljss/Issue/56663/789142>
- Cevher, R. ve Ustakara, F. (2019). Kullanımlar ve Doyumlar Teorisi Bağlamında Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Bir Araştırma. *Sciences*, 5(19), 812-831. <https://tinyurl.com/ybqy3pbb>
- Dal Canbazoğlu, A. (2019). Y Kuşağının Geleneksel Reklamlara Yönelik Tutumları ile Oyun Reklamlara Yönelik Tutumlarının Karşılaştırılması. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(2), 1525-1550. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.512513>
- Durmaz, Y. Bahar, R. (2011). Tüketicilerin Satın Alma Davranışları Üzerinde Sosyolojik Faktörlerin Etkisinin İncelenmesine Yönelik Ampirik Bir Çalışma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (37), 60-77. <https://dergipark.org.tr/en/pub/esosder/issue/6151/82614>

- Düzgün, Z. (2015). *Tüketicilerin pazarlama karması algısı ve satın alma tarzlarının müşteri memnuniyeti, markaya duyulan güven ve tüketici temelli marka değeri üzerindeki etkileri.* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi.) Doğuş Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul <https://openaccess.dogus.edu.tr/xmlui/handle/11376/2573>
- Erdem, M. N. (2019) Dijital Oyunlarda Şiddetin Estetiği: League of Legends Oyunu Üzerine Bir İnceleme. *Middle Black Sea Journal of Communication Studies*, 4(2), 115-139. <https://dergipark.org.tr/en/pub/mbsjcs/issue/50284/627335>
- Erdem, M. N. (2019) Negatif Marka Konumlandırma ve Anti-Reklamoyunlar ile Marka Başarı Öykülerinin Yeniden Yapılandırılması. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(2), 756-786. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.555797>
- Eroğlu, M. (2019) Deneyimsel Pazarlama Aracı Olarak Oyun Reklamın Tüketicilerin Markaya Yönelik Tutum ve Davranışlarına Etkisi. (Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü) <https://tinyurl.com/ybhms4qc>
- İlgın, H. Ö. (2013) Advergaming ve Marka İlişkisi. *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 3(1). <https://dergipark.org.tr/en/pub/tojdac/issue/13012/156783>
- Kavoğlu, S. (2012). Pazarlama İletişiminde Yeni Yaklaşımlar: Oyuna Dayalı Reklam ve Örnek Uygulamalar. *Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi* 29. <https://tinyurl.com/yaxfnsok>
- Küçükkurt, M., Hazar, Ç. M., Çetin, M., & Topbaş, H. (2009). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı perspektifinden üniversite öğrencilerinin medyaya bakışı. *Selçuk İletişim* 6(1). 37-50. <http://hdl.handle.net/123456789/12522>
- Oskay, T. ve Koçer, S. (2016). *Bir Etkileşimli Reklam Aracı Olan Oyun Reklam Advergaming Üzerine İnceleme.* 2. Uluslararası Medya Çalışmaları Kongresi (ss.120-137). <https://tinyurl.com/yd9rgvox>
- Sucu, İ. (2020). Advergame Uygulamalarında Popüler Kültür ve Tüketim Kültürü Etkisi. *Dijital Çağda İşletmecilik Dergisi*, 3(1), 1-10. <https://doi.org/10.46238/jobda.679235>
- Taşkaya, M., Aydoğan, H. (2019). Advertainment Dünyasının ‘Oyun’una Karşı, Eleştirel Medya Okuryazarlığı. *ETHOS: Felsefe ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar* 12(1), 94-131 <https://tinyurl.com/y6w34pxz>
- Yılmaz, R. (2017). Türkiye’de reklam anlatısının dijital çağdaki yapısal dönüşümü. 1. *Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı*. 260-267. <https://hdl.handle.net/11467/1620>

AN ANALYSIS ON THE FACTORS AFFECTING THE DECISION-MAKING PROCESS OF PROSPECTIVE SOCIAL STUDIES TEACHERS ON SOCIO-SCIENTIFIC ISSUES

Canan TUNÇ ŞAHİN
Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi
canantuncsahin@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to evaluate the factors affecting the prospective social studies teachers' decision-making process on socio-scientific issues, by using a qualitative case study approach. The sample group consisted of 50 prospective teachers (34 female and 16 male) in their final year of study in the Social Studies Education Department at a state university in the spring term of the 2020/21 academic year. A structured interview form was used as a data collection tool, and the data obtained were analyzed by content analysis, the results of which indicated that social, personal, and environmental factors are critical in the decision-making process of prospective teachers on socio-scientific issues. Results showed that prospective teachers' decisions on socio-scientific issues focused on health, relationships with other people, the rights to property and privacy in the personal dimension, while in the social dimension, they associated their decisions with the concepts of culture and equality, and with environmental awareness in the environmental dimension. This study also revealed that the activities related to socio-scientific issues were significantly influential on many aspects such as the prospective teachers' extent of knowledge about socio-scientific issues, their decision-making, and their ability to come up with solutions to daily life problems that concern the society.

Key words: Socio-scientific Issues, Decision-making Process, Prospective Social Studies Teachers

INTRODUCTION

National and international standards have set the aim of quality education as educating scientifically literate individuals who are capable of understanding the relationship between science, technology, and society, in addition to being able to use their knowledge in daily decision-making mechanisms (MEB, 2018, NAS, 2002; NCSS, 2013; NRC, 2013; NSTA, 2003; NSF, 2010; OECD, 2007; Bybee, 2008; Bybee & Fuchs, 2006; YÖK, 1997; 2008). For this reason, scientific literacy has gained considerable importance for educational purposes in recent years. (DeBoer, 2000; Hurd, 2000; Miller, 1998; Yager, 1996). However, an exact and clear definition is still lacking for scientific literacy. Various aspects of scientific literacy seem to be discussed among different groups from different perspectives (Bybee 2008; Miller 1998; Sahamos 1995). Science in social terms includes being literate and making decisions on socio-scientific issues (Sadler, 2004; Topçu, 2015). According to scientific literacy approach, science should interact with other fields in economic, environmental, social, political, and certain moral and ethical aspects (Miller, 1998). This approach is also related to the definition of scientific literacy as a citizen, which regards the need to make decisions on socio-scientific issues as an important element of scientific literacy in the social context (Miller, 1998, Zeidler, 2014, Sadler & Zeidler, 2005; Topçu, 2015; Turgut, 2007; Topçu, Yılmaz-Tuzun & Sadler, 2011).

Citizens who are scientifically literate are needed so that democratic processes can be fulfilled properly within society (Brossard & Shanahan, 2006). Debating over socio-scientific issues plays a guiding role in preparing students in order that individuals in society will become scientifically literate (Ratcliffe & Grace, 2005; Zeidler, 2014). Discussing socio-scientific issues does not often lead to simple conclusions, yet is often analyzed in terms of dilemmas based on different viewpoints and opposing ideas in the moral and ethical dimension (Levinson, 2007; Sadler, 2004; Sadler & Zeidler, 2005). The aim of the education on socio-scientific issues is to come up with appropriate solutions to dilemmas based on the different beliefs, understandings and values of citizens that divide both scientific communities and society (Crik, 1998; Dillon, 1994; Kolsto, 2006; Yager, 1996).

However, some educators make criticisms on the grounds that the knowledge and skills needed to solve problems in socio-scientific issues are very different from the knowledge in the school curriculum (Fensham, 2002, s.17; Jenkins, 1999, p. 705). Studies in the counselling literature argue that social, political, personal and ethical factors are more influential in the decision-making process of citizens (Kelly et al., 1993; Shamos, 1995, Kolsto, 2006). People need to be aware that their personal decisions contribute to larger social decisions that raise or alleviate social problems (Bybee & DeBoer, 1994; DeBoer, 1991). DeBoer (1991) identified some reasons for teaching socio-scientific issues: The first of these is related to motivation, suggesting that students will be more likely to be willing to learn about social issues with which they are familiar; the second is personal relevance, referring to the idea that students need to learn about the aspects of science that affect them personally and help them make clear decisions; and the third focuses on the societal benefits of educating students who will be able to address local and global concerns related to science. While many educators agree on the reasons for teaching socially meaningful socio-scientific topics, there is much disagreement about which of these topics should be the focus of instruction. Another point which is criticised by educators is the ambiguity of what an ideal teaching environment will be like

when teaching socio-scientific issues in the classroom, as well as the obstacles that educators will encounter, and how educational practices will be conducted (Jenkins, 1999, p. 704). In this regard, research has been carried out on different subjects by many researchers related to socio-scientific issues (Ekborg et al., 2013; Walker & Zeidler, 2007; Patronis, Potari & Spiliotopoulou, 1999; Wu & Tsai, 2007; Albe, 2008; Lee & Erdoğan, 2007). Such studies referred to socio-scientific issues as a tool and specified students' critical thinking, argument development, and decision-making skills, as well as moral ethical perspectives in consideration of socio-scientific issues (Evagorou & Osborne, 2013; Sadler & Fowler, 2006; Sadler, Klosterman & Topçu, 2011; Topçu, 2008). The relevant research results showed that there are some factors that affect the decision-making processes of individuals ranging from primary school students to university students as regards socio-scientific issues (Bell & Lederman, 2003; Pedretti, 1996; Zeidler, Applebaum & Sadler, 2011; Lee, 2007; Kortland, 1996; Zo'bi, 2014; Bilen & Özel, 2012; Keçeci, Kırılmazkaya & Kırbağ Zengin, 2011, Öztürk, Eş & Turgut, 2017; Evren- Yapicioglu, 2018). Moreover, the studies in the literature emphasize that decision-making process in socio-scientific issues is an important part of citizenship (Sadler & Zeidler, 2005; Zeidler, Walker, Ackett & Simmons, 2002; Shamos, 1995, Kolsto, 2006). Additionally, one of the important aims of citizenship education is to enable students to reach high-level decision-making skills (Lee et al., 2013, Kaymakçı, 2010; Kolsto, 2006). Socio-scientific issues also play an important role in achieving this goal. Making the necessary emphasis in teaching such subjects is essential in terms of achieving effective citizenship education. However, it is noteworthy that the number of relevant studies is limited in the literature (Kabataş-Memiş, 2014; Nussbaum, 2011; Swartz, 2008; Torun & Şahin, 2016). Considering all these, we believe that evaluating the decision-making processes of prospective social studies teachers on socio-scientific issues and analysing the factors affecting this process will contribute to the field and fill the gap in the literature. In this sense, this study aims to evaluate the factors affecting the decision-making process of prospective social studies teachers on socio-scientific issues.

METHOD

This study was conducted by employing a qualitative case study design. The purpose of case studies is to define and comprehend the study items in depth (Yıldırım & Şimşek, 2008). The reason for employing a case study design in this study was to evaluate the factors affecting this process by deeply investigating the decision-making processes of prospective teachers about socio-scientific issues.

Sample Group

The sample group consisted of 50 (34 female and 16 male) prospective teachers in their final year of Social Studies Education at a state university during the spring term in the 2020/21 academic year. The sample was identified according to the purposive sampling method to include prospective teachers in their final year of study in order to obtain more detailed information.

Implementation Period and Data Collection Process

The study was carried out with the participation of prospective social studies teachers within the scope of the course in which it was conducted. In the first week of the implementation, prospective teachers were offered theoretical presentations about socio-scientific issues, the importance of these topics and their place in the curriculum, the relationship between scientific literacy and socio-scientific issues, and current socio-scientific issues. In the second week, the researcher held a lesson on the *Impacts of the Internet* in order to prepare the prospective teachers for the implementation process and conducted a discussion to ensure the participation of the prospective teachers. The participants expressed their views on the designated socio-scientific issue. At the end of the activity, the prospective teachers were administered a semi-structured opinion form in order to obtain their opinions with respect to the decision-making process on socio-scientific issues. In the semi-structured opinion form, the participants were asked such questions as: "What kind of decision would you take regarding the advantages and disadvantages of the Internet? Could you explain why and how you took that decision?" At the end of this practice, in which the researcher took an active role in the process in order to set an example for the participants, a similar process was followed in the following weeks in which the prospective teachers dealt with different socio-scientific issues (base stations, access to drugs, genetic disorders, and whaling) in order. The implementation period is presented in Table 1.

Table 1: The Implementation Period

Informing Prior to the Implementation		
Trial study led by researchers (the impacts of the Internet)		
Content	Learning-Teaching Process	Data Collection
Base stations Access to drugs Genetic disorders Whaling	In-class discussions, use of dilemmas, and role plays.	Semi-structured interview form

Data analysis

The data obtained from the structured interview forms were analyzed by content analysis. In general, the purpose of content analysis is to explain the data obtained with reference to the opinions of the participants (Yıldırım & Şimşek, 2008). In content analysis, the data is analyzed in four stages: determining the codes, finding the themes, classifying the codes and themes, and interpreting the results (Yıldırım & Şimşek, 2008). First, two researchers read the participants' structured interview forms one by one from the beginning to the end. Then, they first brought together the codes and then the related codes under specific themes. In order to understand the themes and codes and to reveal the relationship between them, the results were presented in tables. In that process, the researchers came together and made the analyses together. Consistency was achieved among the researchers. Themes, codes and example sentences related to the decision-making processes regarding socio-scientific issues within the content analysis are presented in Table 2.

Table 2: Sample content analysis process

Subjects	Themes	Codes	Example Sentences
Base Stations	Personal	Health	<i>"Base stations cause both physical and psychological discomfort. As a consequence, it takes away our right to a healthy life. Health always comes first."</i> (S32)
	Social	Equality	<i>"Correspondence and communication as a human right is guaranteed by the phrase 'everyone has the freedom of communication' in the Article 22 of Turkish Constitution."</i> (S25)
	Environmental	Environmental awareness	<i>"Considering the damage of base stations to the environment, we can see that environmental rights are violated."</i> (S46)

In the current study, some principles were adopted in order to boost the validity and reliability of the research. In this sense, the researcher took part in both the implementation and the data collection procedures. The researcher spent a long time with the participants and paid attention to the collection of data in a comprehensive manner. Attention was paid to ensure that the results of the research reflected the participant views and that the research analysis was based on the information given by the participants. To achieve this, moreover, the research data were supported by direct quotations from the answers of the participants. Data analysis was made by two researchers who are experts in the field. The researchers agreed on a common point in the coding of the research data, the creation of categories and themes, and the explanation of the data. This increased the validity of the analyses (Patton, 1999). Further attempts were made to increase the reliability of the study. In this respect, data were collected from the participants at different times and intervals for 4 weeks; the data collected every week was recorded, and the records were regularly analyzed by two researchers without waiting too long. The researchers paid utmost attention to act objectively in the analysis process and to base their judgment on the information given by the participants. For this, the research data were supported by direct quotations from the answers of the participants. These are the factors that increase the reliability of the study (Güler, Halıcıoğlu, & Taşgın, 2013).

RESULTS

This section presents the findings obtained by evaluating the factors affecting the decision-making process of prospective social studies teachers on socio-scientific issues.

During the research, four activities were carried out with prospective social studies teachers in relation to base stations, genetics, access to drugs, and whaling. After the activities, the factors affecting the decision-making processes of the participants on socio-scientific issues were evaluated. The factors affecting the prospective teachers' decisions on base stations, genetics, access to drugs, and whaling were evaluated under the themes of personal, social and environmental ethics. Table 3 below shows the distribution of codes and frequencies in these themes.

Table 3: Themes, codes, and frequency distribution formed as a result of the evaluation of the factors affecting the decision-making processes of prospective social studies teachers in socio-scientific issues

Themes	Codes	Base stations	Genetics	Access to drugs	Whaling
Personal	Health/Life	36	33	32	-
	Relationships with others people / Communication etc.	30	2	16	-
	The right to work	-	28	-	-
	Autonomy / free will / freedom	-	1	-	-

	Privacy	-	4	-	-
	Property	-	-	12	-
Social	Equality/non-discrimination	1	2	-	-
	Benefiting from public services	-	2	2	-
	Cultural influences	-	-	-	6
Environmental	Environmental awareness	10	-	-	40

The present study presents the codes related to the themes formed as a result of the evaluation of the factors affecting the decision-making processes of prospective social studies teachers in socio-scientific issues and the frequency values of these codes. As the findings were being tabulated, the frequency values of the codes were taken into account and a sequence was followed from the code with the highest frequency value to the code with the lowest frequency value. In this regard, prospective social studies teachers' decision-making processes on socio-scientific issues were examined in terms of personal, social, and environmental dimensions. The prospective teachers associated the subject of base stations with health and life, and relationships with other people from the personal perspective; equality from the social perspective, and environmental awareness from the environmental perspective. With respect to the subject of genetics, it appeared that prospective teachers related their decisions to health/life, the right to work, and privacy from the personal perspective, and to equality and the right to benefit from public services from the social perspective. In addition, regarding access to drugs, the participants seemed to base their decisions on the aspects of life and relationships with other people in terms of the personal dimension, as in the case of base stations and genetics. They also associated the issue of access to drugs with the right to property from the personal perspective. On the other hand, it is evident that the prospective teachers associated whaling with environmental awareness and cultural influences. The findings related to these dimensions are given below under particular headings.

Personal dimension

It is evident in this study that prospective social studies teachers associated decision-making processes on socio-scientific issues with health/life, relationships with other people, right to work, right to property, and right to privacy within the scope of personal dimension.

Most of the prospective teachers pointed out the importance of health and life concerning the personal aspect when making decisions about base stations, access to drugs, and genetics. For example, regarding the base stations, P32 said, "*Base stations lead to both physical and psychological disorders. It, therefore, takes away our right to a healthy life. After all, the importance of our other rights diminishes if we are not healthy enough. 'Health comes first',*" and regarding the genetics, P21 said, "*The right to life is our most basic right and cannot be limited. However, the fact that those with genetic disorders are not embraced everywhere restricts their right to life*", both views drawing attention to the importance of life and health in the decision-making process.

Another factor that the prospective teachers considered important in their decisions on socio-scientific issues in terms of the personal dimension was relationships with other people. Regarding the base stations, P25 emphasized that relationships with other people are connected with the right to communication, by saying, "*Communication is a human right, and guaranteed by the phrase 'Everyone has the freedom of communication' in Article 22 of the Turkish Constitution.*" Furthermore, concerning the subject of genetics, P40 pointed out the importance of socialization in terms of relationships with other people, indicating that "*The right to socialization and communication of sick people is indirectly limited because, when they encounter certain conditions, they will become more introverted and far from socializing.*" Another factor that prospective teachers considered important in terms of personal dimension in their decisions on genetics is the right to work. In this regard, for example, P2 said, "*No matter what, a person should not be kept away from social life. People have the freedom to work, too. No circumstance should be allowed to restrict the fundamental rights and freedoms of a person with a genetic disease*", and P16 said, "*First of all, this is a disease that prevents such individuals from entering the business life and socializing, but they want to join business life, but due to being ill, their individual right to work is somehow prevented*".

Intellectual property right draws attention as a factor that prospective teachers considered important within the personal dimension while taking decisions on socio-scientific issues. P29 mentioned the importance of protecting intellectual property right as regards access to drugs, by saying, "*Even though proprietary rights, intellectual and industrial property rights are important for every industry, these rights are vital for the promotion of innovations in the pharmaceutical industry and for the introduction of original drugs to the market*", stressing the importance of conservation of such rights.

Furthermore, P14 mentioned that "*Many underdeveloped or developing countries cannot access drugs due to the exorbitant prices resulting from intellectual property and patent rights of drugs. Apart from that, intellectual property rights even prevent the production of generic drugs. What is important here is the necessity of setting a balance between people's right to health and the intellectual property right of an inventor, and while doing this, the indispensability of people's right to health must not be ignored,*" highlighting the importance of intellectual

property in drug production. On the other hand, P1 said, *“A patent right is an intellectual property right that provides the owner of the invention with a monopoly right to produce, sell and export for a limited period of time. Patent right is older than the right to access essential drugs, yet has still been an issue that stands out in the last quarter of the twentieth century, just like essential drugs”*, referring to the issue regarding the importance of patent right in intellectual property and its effect on drug production.

In this study, the prospective teachers were found to consider the factors of privacy and confidentiality of private life important in the personal dimension while taking decisions on socio-scientific issues. In this respect, P39 called attention to personal freedom in relation to genetics, by saying, *“People with genetic disorders are deprived of the freedom of expression since people with such disease have speech disorders and cannot express themselves clearly”*, representing an attitude that emphasizes personal freedom.

Social dimension

It appeared that prospective social studies teachers evaluated their decision-making processes on socio-scientific issues by associating them with cultural effects, the right to benefit from public services, and equality in the social dimension.

The prospective teachers mentioned the importance of cultural influences with reference to the social dimension while deciding on whaling. As an example, P27 seemed to be of the opinion that whaling is a cultural tradition and that cultural traditions should be respected, saying that *“Even if we think they are doing wrong, people have their own beliefs”*. Similarly, P19 said, *“People’s right to freely use/exploit natural wealth, the right to develop and benefit from natural resources, is directly related to the cultural life and development of indigenous people as there are communities and countries that associate whaling with their culture.”*

While making decisions about genetics and access to drugs, the participants drew attention to the necessity of benefiting from public services within the context of the social dimension. P48 stated that *“Healthy people are not given the opportunity to live a comfortable life because poor countries allocate a large part of their budgets to drugs”*, and that the economic opportunities of the countries affect the opportunities offered to take advantage of public services. Furthermore, the prospective teachers mentioned the importance of equality in the social dimension when making decisions about base stations, genetics, and access to drugs.

Regarding the subject of genetics, P28 said, *“People with genetic disorders should not be discriminated against. There should be no discrimination in any aspect of life, not just in the field of work”*, an expression stressing the concerns about discrimination. P25 drew attention to the fact that disabled people should have equal rights in society with the following statement *“The main thing to do about the rights of people with disabilities is to ensure that the disabled people enjoy equal political, cultural, economic, and social rights without being exposed to discrimination”*, drawing attention to the fact that disabled people should have equal rights in society.

Environmental dimension

The prospective social studies teachers in our study associated their decision-making processes on socio-scientific issues with environmental awareness within the context of the environmental dimension. They mentioned the need to be environmentally-friendly when it came to making decisions about base stations and whaling. As regards base stations, P42 stated that *“Necessary measures should be taken to protect the environment and not to endanger human health, and base stations should be arranged in conformity with human life”*, implying that base stations should be established, but their damage to the environment should also be identified and prevented. P46, on the other hand, stated that *“Considering the damage caused by the base stations to the environment, we can see that the environmental rights are violated”*, laying stress on the installation of base stations violating the environmental rights.

Most of the prospective teachers mentioned the importance of environmental awareness within the context of environmental dimension when making decisions about whaling. In this respect, emphasizing the necessity of protection and sustainability of nature within the scope of environmental awareness, P25 said, *“Whaling must be stopped in order to maintain the balance of life for a more sustainable ecosystem, and to ensure that animals and people can continue their lives in a healthy way”*. Similarly, P23 said, *“Whaling results in the extinction of whales, depending on which the balance of nature is changing and the ecosystem is starting to deteriorate gradually. Deterioration of the ecosystem means the extinction of all humanity and all living things”*, drawing attention to the fact that animals will face the danger of extinction as a result of changing the balance of nature. In like manner, pointing out to the fact that the balance of nature and the survival of living things in nature are interrelated, P5 said, *“The extinction of animal species will damage the food chain in such a way that it will indirectly threaten human life and nature”*.

CONCLUSION AND DISCUSSION

The aim of this research was to evaluate the factors affecting the decision-making processes of prospective social studies teachers on socio-scientific issues. Socio-scientific issues that are complex by nature, open-ended and mostly controversial, open to different perspectives, as well as creating dilemmas and having an importance in

social life (Topçu, 2015) were discussed with reference to four of such issues, after which the participants' decisions on the relevant topics were examined. The participants completed the necessary preparations within the scope of the particular socio-scientific issue and carried out their in-class discussions in line with these preparations. Following such activities, which were described as 'implementation' during the research, the prospective teachers' decisions on the relevant socio-scientific issues were evaluated.

Research results indicated that social, personal, and environmental effects are important in students' decision-making processes on socio-scientific issues (Bell & Lederman, 2003; Fleming 1986; Pedretti, 1996; Zeidler & Schafer, 1984; Zeidler, Applebaum & Sadler, 2011). Some study findings in the literature reveal that ethical, moral, and social considerations are also determining factors in students' decision-making processes regarding socio-scientific issues (Chang Rundgren & Rundgren 2010; Christenson, Rundgren & Höglund, 2012; Eriksson & Rundgren 2012; Eş & Öztürk, 2019; Sadler & Donnelly 2006; Zeidler & Keefer 2003; Topçu, 2008; Türköz & Öztürk, 2020; Rundgren, Eriksson & Rundgren, 2016). In another study, Topçu (2008) concluded that prospective science teachers were influenced by personal experiences, social thoughts, and ethical/moral considerations while thinking about socio-scientific issues and coming to a conclusion regarding a particular socio-scientific issue. In this respect, it can be assumed that a variety of dimensions and situations such as people's life and experiences will be influential when deciding on socio-scientific issues. Türköz and Öztürk (2020) reported that prospective science teachers take different dimensions into consideration while deciding on socio-scientific issues and try to decide by thinking about the issue in a multidimensional and holistic way in terms of social, economic, ethical, moral and environmental aspects. Such results support the results of the present research. However, some other studies exist in the literature that do not support our research results (Christenson, Rundgren & Höglund, 2012). Christenson et al. (2012) reported that personal, ethical, and moral factors are lowly effective in students' decision-making on socio-scientific issues. Although individuals' thinking and decision-making strategies on socio-scientific issues are affected by different contexts and subjects (Crne-Hladnik et al., 2009; Sadler, 2009), it is believed that media tools have the power to change attitudes and traditions (Buluş Kırıkkaya, Bozkurt & İşeri 2013), and that individuals are apt to assimilate the information they have obtained from media tools and easily adapt the information they have learned to their daily lives (İlkörücü Göçmençelebi, 2007). The results of this study can be interpreted in a similar way.

Within the framework of the personal dimension, the prospective social studies teachers in this study seem to associate their decision-making processes on socio-scientific issues with the importance of health and life, relationships with other people, the right to work, property, and privacy. The examination of the socio-scientific issues-related decision-making processes of the prospective teachers, who constitute the sample group of the research revealed that the most important reason for such decisions was 'health'. The literature shows that there are other studies conducted with prospective teachers on different socio-scientific issues, especially on the GMO foods and nuclear energy, in a way to support the findings of the current research (Eş, Işık Mercan & Ayas, 2016; Sönmez & Kılıncı, 2012; Eş & Öztürk, 2019; Türköz & Öztürk, 2020). These results look similar to the results of other studies conducted with different groups (Bilen & Özel, 2012; Keçeci, Kırılmazkaya & Kırbağ Zengin, 2011, Öztürk, Eş & Turgut, 2017). Eş, Işık Mercan and Ayas (2016) concluded that the prospective teachers who had a negative attitude to the establishment of a nuclear power plant with regard to the relevant socio-scientific issue based their reason on the health dimension. Öztürk and Eş (2017), on the other hand, reported that the reason for prospective teachers having a negative attitude towards the GMO crops was their concern about health. In this study, the prospective social studies teachers were found to associate their decision-making processes on socio-scientific issues with the concepts related to cultural effects, benefiting from public services, and equality under the social dimension. Other studies can be found with results similar to those of this study. Many studies conducted on the effect of ethics on decision-making regarding socio-scientific issues have reported that moral and ethical factors are important for individuals ranging from primary school students to university professors. For example, Sadler and Zeidler (2004) found in their research with university students that the subject of genetic engineering was considered as a moral subject by the students. Similarly, Fleming (1986) conducted a study on genetics with high school students and reported that students turned out to be using the moral dimension while making decisions. Result of the research conducted by Bell and Lederman (2003) with university professors revealed that moral perspective was influential in the decision-making process on socio-scientific issues. Likewise, in a study conducted with university students, Sadler (2004) found out that moral and ethical awareness was influential in the decision-making process about genetic engineering.

In the literature, social emphasis and religious reasons on certain matters related to socio-scientific issues (such as surrogacy, abortion, etc.) are frequently encountered as a dimension that individuals focus on, try to explain, and make sense of (Öztürk & Eş, 2017). In another study, Öztürk and Eş (2017) stated that the reasons of prospective teachers who showed a negative attitude to surrogacy were focused on *religious* and *humanistic* dimensions. In this study, however, the prospective teachers did not make any mention of the religious dimension, which stands out as one of the remarkable results of the research.

It was also apparent in the literature review that prospective social studies teachers associated their decision-making processes on socio-scientific issues with environmental awareness. As an example, Zeidler and Schafer

(1984) highlighted that moral perspective was important in university students' decision-making on socio-scientific issues including the environment. Similarly, Doğanay and Öztürk (2017) reported that socio-scientific issues constituted an effective context in the decision-making process on environmental issues. In the literature, studies conducted on socio-scientific issues related to the environment are mainly those focusing on nuclear power plants, hydroelectric power plants, global warming, thermal power plants, genetically modified organisms, and climate change (Akyüz, 2015; Chang-Rundgren & Rundgren, 2010; Evren-Yapicioglu, 2018; Öztürk & Türkoğlu, 2018; Sadler, 2004). From this standpoint, it can be asserted that the participant views on issues related to whaling can create an effective context within socio-scientific issues. Similar to the findings of those studies, Öztürk and Türkoğlu (2018) stated that prospective teachers who presented a negative attitude towards the socio-scientific issue of HEPPs justified their viewpoints by emphasizing *environmental destruction* as a reason. Such results are directly related to the environmental rights (Akyüz, 2015). Such socio-scientific issues have gained importance when considered not only in terms of environmental issues, but also in terms of social, political, and economic aspects as well as human rights (Sadler & Zeidler, 2005).

RECOMMENDATIONS

This study was carried out with the final year students of social studies teaching. Further studies can be conducted with different student groups in different courses in order to evaluate the factors affecting the decision-making processes in socio-scientific issues. Results obtained from such studies can develop an understanding of the applicability of complex social issues in terms of teaching in a classroom setting.

During the application stage of the research, the students had the chance to discuss a socio-scientific issue from various perspectives and to realize different perspectives on the subject. Another fact supported by the available results is that the study contributed to the development of students' ability to ponder socio-scientific issues at the local, regional, and long-term global level, as well as making decisions about the issues they may encounter in their lives. Indeed, it is important for students to be exposed to different views, and listen and interpret different perspectives, thus they will be given a chance to develop their knowledge on many subjects and to use the decision-making process effectively.

Considering the results of this study, it is hoped that the importance of socio-scientific issues in the social studies education program will be well understood. The use of socio-scientific issues in educational settings requires teachers and prospective teachers to have sufficient knowledge of socio-scientific issues as the implementers of the curricula. To achieve this, it is necessary to attach importance to the adequate and correct comprehension of socio-scientific issues by prospective teachers and to eliminate existing drawbacks. This can also be achieved by incorporating courses containing socio-scientific issues into teacher training programs as well as by reinforcing these subjects with different teaching methods and techniques, thereby educating teachers with sufficient knowledge about these subjects. During the implementation, it was observed that the activities on socio-scientific issues turned out to have a significant impact on many aspects such as prospective teachers' knowledge about socio-scientific issues, their decision-making, and their ability to come up with solutions to daily life problems concerning the society. In this respect, the use of socio-scientific issues for teaching purposes in the classrooms not only during the undergraduate education of prospective teachers but also when they become teachers, will give them the chance to develop their knowledge on many subjects and to use the decision-making process effectively. Educators and researchers from different fields and disciplines other than social studies education may consider using the processes included in this study in their activities and studies. As an example, teachers/educators from different disciplines can jointly design the teaching methods for socio-scientific issues and evaluate students' decision-making processes on socio-scientific issues.

REFERENCES

- Akyüz, E. (2015). Çevre sorunları ve insan hakları ilişkisi [The relationship between the environmental issues and human rights]. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(5), 427-436.
- Albe, V. (2008). *When scientific knowledge, daily life experience, epistemological and social considerations intersect: Students' argumentation in group discussions on a socioscientific issue*. *Research in Science Education*, 38(1), 67-90.
- Bell, R. L., & Lederman, N. G. (2003). Understandings of the nature of science and decision making on science and technology-based issues. *Science & Education*, 87, 352-377.
- Bilen, K., & Özel, M. (2012). Üstün yetenekli öğrencilerin biyoteknolojiye yönelik bilgileri ve tutumları. *Necatibey Eğitim Fakültesi Elektronik Fen ve Matematik Eğitimi Dergisi*, 6(2), 135-152.
- Brossard, D. & Shanahan, J. (2006) Do they know what they read? Building a scientific literacy measurement instrument based on science media coverage. *Science Communication*, 28(1), 47-63.
- Buluş Kırıkkaya, E., Bozkurt, E., & İşeri, Ş. (2013). Fen ve teknoloji derslerinde gazetelerin kullanılması. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. 32(2), 223-247.

- Bybee, R. W., & Fuchs, B. (2006). Preparing the 21st Century Workforce: A New Reform in Science and Technology Education [Editorial]. *Journal of Research in Science Teaching*, 43(4), 349–352. <https://doi.org/10.1002/tea.20147>
- Bybee, R.W. (2008). Scientific literacy, environmental issues, and PISA 2006: The 2008 Paul FBrandwein Lecture. *Journal of Science Education and Technology*, 17, 566-585.
- Bybee, R. W., & DeBoer, G. (1994). Research on the goals for the science curriculum. In D. L. Gabel (Ed.), *Handbook of research on science teaching and learning* (pp. 357-387). New York: Macmillan.
- Chang Rundgren, S. N., & Rundgren, C. J. (2010). SEE-SEP: from a separate to a holistic view of socioscientific issues. *Asia-Pacific Forum on Science Learning and Teaching*, 11(1), 1-24.
- Crne-Hladnik, H., Peklaj, C., Košmelj, K., Hladnik, A., & Javornik, B. (2009). Assessment of Slovene secondary school students' attitudes to biotechnology in terms of usefulness, moral acceptability and risk perception. *Public Understanding of Science*, 18(6), 747–758.
- Christenson, N., Rundgren, S. N. C., ve Höglund, H. O. (2012). Using the SEE-SEP model to analyze upper secondary students' use of supporting reasons in arguing socioscientific issues. *Journal of Science Education and Technology*, 21(3), 342-352.
- Crick, B. (1998). *Education for citizenship and the teaching of democracy in schools*. London: Qualifications and Curriculum Authority.
- DeBoer, G. E. (1991). *A history of ideas in science education: Implications for practice*. New York: Teachers College Press.
- DeBoer, G. E. (2000). Scientific literacy: Another look at its historical and contemporary meanings and its relationship to science education reform. *Journal of Research in Science Teaching*, 37, 582–601.
- Dillon, J. T. (1994). *Using discussion in classrooms*. Buckingham: Open University Press
- Doğanay, A. ve Öztürk, A. (2017). Developing attitudes towards human rights through socioscientific issues in science courses: action research. *Multidisciplinary Journal of Educational Research*, 7(3), 253-286.
- Ekborg, M., Ottander, C., Silfver, E., ve Simon, S. (2013). *Teachers' experience of working with socioscientific issues: a large scale and in-depth study*. *Research in Science Education*, 43(2), 599-617.
- Eriksson, M., ve Rundgren, C. J. (2012). Vargfrågan-Gymnasieelevers argumentation kring ett sociovetenskapligt dilemma. The Wolf Issue-Upper Secondary Students' Argumentation about a Socio-Scientific Issue. *NorDiNa (Nordic Studies in Science Education)*, 8(1), 43-58. Doi: <http://dx.doi.org/10.5617/nordina.358>
- Eş, H., Işık Mercan, S., & Ayas, C. (2016). Türkiye için yeni bir sosyo-bilimsel tartışma: Nükleer ile yaşam. *Turkish Journal of Education*, 5(2), 47-59.
- Eş, H., ve Öztürk, N. (2019). An Activity for Transferring the multidimensional structure of the SSI to middle school science courses: I discover myself in the decision-making process with SEE-STEP!. *Research in Science Education*, Online first May. <https://doi.org/10.1007/s11165-019-09865-1>
- Evagorou, M., ve Osborne, J. (2013). *Exploring young students' collaborative argumentation within a socioscientific issue*. *Journal of Research in Science Teaching*, 50(2), 209–237.
- Evren-Yapıcıoğlu, A. (2018). Advantages and disadvantages of socioscientific issue-based instruction in science classrooms. *International Online Journal of Education and Teaching (IOJET)*, 5(2), 361-374.
- Fleming, R. (1986). Adolescent reasoning in socio-scientific issues, part I: Social cognition.
- Fensham, P.J. (1992). Science and technology. P.W. Jackson (Ed.), *Handbook of research on curriculum*. New York: Macmillan Publishing Co.
- Güler, A., Halıcıoğlu, M. B., ve Taşgın, S. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayınları.
- Hurd, P. D. (2000). Science education for the 21st century. *School Science and Mathematics*, 100(6), 282-288.
- İlkörücü Göçmençelebi, Ş. (2007). İlköğretim altıncı sınıf öğrencilerinin fen bilgisi dersinde verilen biyoloji bilgilerini kullanma ve günlük yaşamla ilişkilendirme düzeyleri. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa
- Jenkins, E. (1999). School science, citizenship and the public understanding of science. *International Journal of Science Education*, 21, 703–710.
- Kabataş-Memiş, E. (2014). *İlköğretim öğrencilerinin argümantasyon tabanlı bilim öğrenme yaklaşımı uygulamalarına ilişkin görüşleri*. Kastamonu Üniversitesi Kastamonu Eğitim Dergisi, 22(2), 401-418.
- Kaymakçı, S. (2010). Yeni sosyal bilgiler programı ve ders kitaplarının bilim ve teknolojiye yaklaşımı. B. Ata (Ed.) *Bilim teknoloji ve sosyal değişim* (ss.13-38). Ankara: PegemA Yay.
- Keçeci, G., Kırılmazkaya, G., & Zengin K. F. (2011, Mayıs). İlköğretim öğrencilerinin genetiği değiştirilmiş organizmaları on-line argümantasyon yöntemi ile öğrenmesi. 6th International Advanced Technologies Symposium (IATS'11), Elazığ.
- Kelly, G. J., Carlsen, W. S., & Cunningham, C. M. (1993). Science education in sociocultural context: Perspectives from the sociology of science. *Science Education*, 77, 207-220

- Kortland, K. (1996). An STS case study about students' decision making on waste issue. *Science Education*, 80(6), 673-689.
- Kolstø, S.D. (2006). Patterns in students' argumentation confronted with a risk-focused socio-scientific issue. *International Journal of Science Education*, 28(14), 1689-1716.
- Lee, C. Y. (2007). Developing decisions-making skills for socio-scientific issues. *Journal of Biological Education*, 41(4), 170-177.
- Lee, H., Yoo, J., Choi, K., Kim, S., Krajcik, J., Herman, B., & Zeidler, D.L. (2013). Socioscientific Issues as a vehicle for promoting character and values for global citizens. *International Journal of Science Education*, 35(12), 2079-2113
- Levinson, R. (2007) Promoting the role of the personal narrative in teaching controversial socio-scientific issues. *Science and Education*, 17(8-9), 855-871.
- Milli Eğitim Bakanlığı (MEB), (2018). *Sosyal bilgiler öğretim programı (ilkokul, ortaokul 4,5,6,7)*. <http://mufredat.meb.gov.tr/ProgramDetaay.aspx?PID=354> adresinden erişilmiştir.
- Miller, J. D. (1998). The measurement of civic scientific literacy. *Public Understanding of Science*, 7(3), 203.
- National Standards for Social Studies-[NCSS], (2013). *The themes of social studies*. Web site: <http://www.socialstudies.org/standards/strands>, adresinden 15 Haziran 2021 tarihinde edinilmiştir.
- National Academy of Sciences. [NAS]. (2012). A framework for K-12 science education: Frequently asked questions. Retrieved from http://sites.nationalacademies.org/dbasse/bose/dbasse_071971#.UZoAtrQaj8s.
- National Research Council. [NRC], (2013). Next generation science standards for states by states: Appendix J. Science, technology, society and the environment. Retrieved from <http://www.nextgenscience.org/sites/ngss/files/APPENDIX%20J%204.15.13%20for%20Final%20Release.pdf>.
- National Science Foundation. [NSF]. (2010). Preparing the next generation of STEM innovators: identifying and developing our nation's human capital. Retrieved from <http://www.nsf.gov/nsb/publications/2010/nsb1033.pdf>
- Nussbaum, E. M. (2011). *Argumentation, dialogue theory, and probability modeling: Alternative frameworks for argumentation research in education*. *Educational Psychologist*, 46(2), 84-106.
- Organisation for Economic Cooperation and Development. (2007). *Assessing scientific, reading and mathematical literacy: A framework for PISA 2006*. Web site: <http://www.oecd.org/dataoecd/63/35/37464175.pdf> adresinden 12 Haziran 2021 tarihinde edinilmiştir.
- Öztürk, N., & Eş, H. (2017). *Fen bilimleri öğretmen adaylarının bazı sosyo-bilimsel konulara yaklaşımları ve gerekçeleri*, 2. International Academic Research Congress (Tam Metin), 18-21 Ekim, Alanya, Turkey.
- Öztürk, N., Eş, H., & Turgut, H. (2017). How gifted students reach decisions in socio-scientific issues? warrants, information sources and role of media. *International Online Journal of Educational Sciences*, , 9 (4),1111 -1124.
- Patronis, T., Potari, D., ve Spiliotopoulou, V. (1999). *Students' argumentation in decision-making on a socio-scientific issue: Implications for teaching*. *International Journal of Science Education*, 21, 745-754.
- Patton, M.Q. (1999). Enhancing the quality and credibility of qualitative analysis. *Health Sciences Research*, 34, 1189-1208
- Pedretti, E. (1996). Learning about science, technology, and society (STS) through an action research project: Co-constructing an issues-based model for STS education. *School Science and Mathematics*, 96(8), 432-440.
- Ratcliffe, M. & Grace, M. (2003). *Science education for citizenship: Teaching socio-scientific issues*. England: Open University Press.
- Rundgren, C. J., Eriksson, M., ve Rundgren, S. N. C. (2016). Investigating the intertwinement of knowledge, value, and experience of upper secondary students' argumentation concerning socioscientific issues. *Science and Education*, 25(9-10), 1049-1071.
- Sadler, T. D. (2004). Informal reasoning regarding SSI: A critical review of research. *Journal of Research in Science Teaching*, 41, 513-536.
- Sadler, T. D. (2004). Informal reasoning regarding SSI: A critical review of research. *Journal of Research in Science Teaching*, 41, 513-536.
- Sadler, T.D. (2009). Situated learning in science education: Socio-scientific issues as contexts for practice. *Studies in Science Education*, 45,1-42.
- Sadler, T. D., & Donnelly, L. A. (2006). Socioscientific argumentation: the effects of content knowledge and morality. *International Journal of Science Education*, 28(12), 1463-1488.
- Sadler, T. & Zeidler, D. (2004). The morality of socioscientific issues: construal and resolution of genetic engineering dilemmas. *Science Education*,88(1), 4-27.
- Sadler, T. D., ve Fowler, S. R. (2006). *A threshold model of content knowledge transfer for socioscientific argumentation*. *Science Education*, 90(6), 986-1004.

- Sadler, T. D., Klosterman, M. L., ve Topcu, M. S. (2011). Learning science content and socio-scientific reasoning through classroom explorations of global climate change. In *Socio-scientific Issues in the Classroom* (p 45-77). Springer Netherlands.
- Sadler, T. D., & Zeidler, D. L. (2005). Patterns of informal reasoning in the context of socioscientific decision making. *Journal of Research in Science Teaching*, 42(1), 112-138.
- Shamos, M. (1995). *The myth of scientific literacy*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.
- Swartz, R. J. (2008). *Teaching students how to analyze and evaluate arguments in history*. The Social Studies, 99(5), 208-216.
- Sönmez, A., & Kılınc, A. (2012). Fen ve teknoloji öğretmen adaylarının GDO'lu besinler konusunun öğretimine yönelik öz yeterlilikleri: Bazı psikometrik faktörlerin muhtemel etkileri. *Necatibey Eğitim Fakültesi Elektronik Fen ve Matematik Eğitimi Dergisi*, 6 (2), 49-76.
- Topçu, M., Yılmaz-Tüzün, Ö., & Sadler, T. (2011). Turkish preservice science teachers' informal reasoning regarding socioscientific issues and the factors influencing their informal reasoning. *Journal of Science Teacher Education*, 22(4), 313-332. doi: 10.1007/s10972-010-9221-0
- Topçu, M. S. (2015). *Sosyobilimsel konular ve öğretimi*. Pegem.
- Topçu, M. S.(2008). *Preservice science teachers' informal reasoning regarding socioscientific issues and the factors influencing their informal reasoning* [Yayınlanmamış doktora tezi]. Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Ankara.
- Torun, F., ve Şahin, S. (2016). *Determination of students' argument levels in argumentation-based social studies course*. Education and Science, 41(186), 233-251.
- Turgut, H. (2007). *Herkes için bilimsel okuryazarlık*. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 40(2), 233-256.
- Türköz, G, Öztürk, N . (2020). Fen Bilgisi Öğretmen Adaylarının Bazı Sosyo-Bilimsel Konularla İlgili Kararlarının Çok Boyutlu Bakış Açısı ile İncelenmesi . Cumhuriyet Uluslararası Eğitim Dergisi, 9 (1) , 175-197. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/cije/issue/53201/550533>
- Yager, R. E. (1996). *Science/Technology/Society as reform in science education*. Albany: State University of New York Press.
- Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Yüksek Öğretim Kurumu (YÖK), /Dünya Bankası Milli Eğitimi Geliştirme Projesi. (1997). *İlköğretim fen öğretimi*. Ankara
- Yüksek Öğretim Kurumu (YÖK), (2018). *Eğitim fakültelerinde öğretmen yetiştirme lisans programları*. Erişim adresi: <https://www.yok.gov.tr/kurumsal/idari-birimler/egitim-ogretim-dairesi/yeni-ogretmen-yetistirme-lisans-programlari> . 15.07.2021 tarihinde alınmıştır.
- Zeidler, D. L. (2014). Socioscientific issues as a curriculum emphasis: Theory, research and practice. In S. K. Abell, & N. G. Lederman (Eds.), *Handbook of research on Science Education* (pp. 697-726). Mahwah, NY: Routledge
- Zeidler, D.L., & Schafer, L.E. (1984). Identifying mediating factors of moral reasoning in science education. *Journal of Research in Science Teaching*, 21(1), 1-15
- Zeidler, D. L., Applebaum, S. M., & Sadler, T. D. (2011). Enacting a socioscientific issues classroom: Transformative transformations. In T. D. Sadler (Ed.), *Socio-scientific issues in science classrooms: Teaching, learning and research* (pp. 277-306). The Netherlands: Springer. doi:10.1007/978-94-007-1159-4_16
- Zeidler, D. L., & Keefer, M. (2003). The role of moral reasoning and the status of socioscientific issues in science education: philosophical, psychological and pedagogical considerations. In D. L. Zeidler (Ed.), *The role of moral reasoning on socioscientific issues and discourse in science education*. Dordrecht, The Netherlands: Kluwer Academic Publishers
- Zeidler, D. L., Walker, K. A., Ackett, W. A., & Simmons, M. L. (2002). Tangled up in views: Beliefs in the nature of Science and responses to socioscientific dilemmas. *Science Education*, 86(3), 343-367.
- Zo'bi, A. S. (2014). The Effect of Using Socio-Scientific Issues Approach in Teaching Environmental Issues on Improving the Students' Ability of Making Appropriate Decisions Towards These Issues. *International Education Studies*, 7(8), 113

AN INVESTIGATION INTO THE PRE-SERVICE SCIENCE TEACHERS' MATERIAL DESIGN SKILLS AND ATTITUDES TOWARDS THE COURSE AND VIEWS

Emre YILDIZ

Department of Science Education, Atatürk University, Turkey

emre.yildiz@atauni.edu.tr

Nesrin ÜRÜN ARICI¹

Department of Science Education, Atatürk University, Turkey

nurunarici@gmail.com

ABSTRACT

This study aimed to examine the effect of visual and digital materials designed within the scope of the Instructional Technologies and Material Design course on pre-service science teachers' attitudes towards the course and to determine the material design skills and their views on material design. In this study, case study was adopted, and the participant group was composed of 48 pre-service science teachers studying at a state university. In the research, the Attitude Scale towards Instructional Technologies and Material Design Course, material design assessment rubrics, and semi-structured interviews were used as data collection tools. The data are currently in the analysis phase and the dependent groups' t-test, descriptive statistics, and content analysis are used. As a result of the research, it was determined that the application of the cooperative material development was significantly effective in improving the attitudes of pre-service teachers towards the course. It was determined that the design scores of the teacher candidates are at a good level. Pre-service teachers think that the designs have positive aspects such as instructing, introducing different applications, developing imagination, entertaining, concretizing, providing permanent learning, motivating, and supporting professional development.

Key Words: Online education, digital learning, material design skills, pre-service science teachers, attitude, perception.

INTRODUCTION

Education teaching programs aim at raising individuals who are investigating, questioning, able to apply what they have learned to the problems encountered in daily life, producing effective solutions to problems, and structuring information (Aydoğdu, et al., 2019). Especially today, the teachers are effective in raising these individuals and in the process of behavior change. It is more important to provide these qualifications for the teachers during pre-service undergraduate education rather than they are on the job (Gökbulut, Keserci & Akyüz, 2021). Therefore, pre-service teachers need to provide some skills in terms of their professional development. Thus, pre-service science teachers have the necessary knowledge and competencies related to their fields. In addition, their self-efficacy beliefs towards the teaching profession increase, they develop a positive attitude towards the profession. It helps them gain high-level skills such as creativity skills required by the teaching profession (Bakaç & Özen, 2016). One of the skills that pre-service teachers need to learn is to design materials suitable for the content of the course. Because of this, materials are important in science education to facilitate learning by visualizing concepts, performing them in a meaningful way, and helping the individual learn meaningfully (Gülen & Demirkuş, 2014). It has features such as stimuli in the classroom environment, shortening the time spent in teaching, reinforcing the knowledge, and making the knowledge permanent (Şahin, 2016). The materials may be visually, audibly, and digitally used by the course content. Also, the use of visual and digital materials in the education process is an important element that supports learning, accelerates learning, ensures the permanence of what has been learned, and makes the learning-teaching process more interesting (Duman, 2013). However, materials prepared in a digital environment may be more remarkable than other materials. Moreover, most studies in the literature show that digital learning materials are more effective in attracting and directing attention than non-digital learning materials (Coşkun & Alper, 2019). Digital materials are instructional materials that provide students with the opportunity to learn more than once and learn outside of school at their learning pace. It has also been thought of as a tool for online or offline learning activity through wired or wireless networks (Anttila, et al., ., 2012; Lin & Chen, 2017). In addition, they are the materials that provide the opportunity to teach by visualizing experimental studies that can cause dangerous results when brought to the classroom environment or when real models are not available (Lee, 2012; Ministry of Education, 2018; Şahin, 2016). While these materials are used during lectures, digital learning environments supported by diagrams help students to construct knowledge (Huang et al., 2012). It is possible to come across many studies in the literature about the materials used in the lessons. In these studies,

¹ Corresponding author

mostly branch teachers and pre-service teachers' perceptions, attitudes, competencies, usage levels, as well as the level of acceptance of technology in education were investigated (Gökbulut, Keserci & Akyüz, 2021; Instefjord & Munthe, 2017; Kabaran, 2020; Koray Gümüšođlu, Akay, 2017; Mercado & Ibarra, 2019; Soydan, 2018; Şad, Açıkgül & Delican, 2015; Teo, Ursavaş & Bahçekapili, 2012; Yurdakul, 2011; Wang, Ertmer, & Newby, 2004). As a result, it has been determined that the use of materials generally has positive effects on students, as well as teachers and pre-service teachers have positive perceptions and attitudes toward the use of materials. In addition, there are teachers' opinions that digital materials should be used in education. Moreover, pre-service teachers stated that designing material increased their self-efficacy. They saw themselves at a sufficient level, and they were willing to design. In some studies, to be said that pre-service teachers are moderately competent in material design (Gökbulut, Keserci & Akyüz, 2021; Yurdakul, 2011). However, in some studies, it has been stated that they do not have adequate equipment for material design, and they have problems about designs (Brinkerhoff, 2006; Dursun Saritepeci, Durak & Seferođlu, 2016). Therefore, there is a need to train pre-service teachers on digital content creation, Reisođlu & Çebi, (2020), and material design (Keser & Çetinkaya, 2013). Because it is to increase the need for teachers day by day to improve the digital competencies of the students studying in the Ministry of Education, and it is to use digital technologies effectively in the learning-teaching process (Redecker, 2017). For pre-service teachers to be actively involved in digital societies, they need to be equipped with digital competencies as well as their pedagogical competencies in their professional careers (Instefjord & Munthe, 2017; Soydan, 2018). Because, in terms of both pedagogical and technical, the field of digital teaching is rapidly changing and developing (Cai, Fan & Du, 2017; Lin & Chen, 2017). In addition, it can be said that digitalization is the most in contact with life, and its effects are felt the most (Parlak, 2017).

In other words, the importance of digital competencies of educators comes from the rapid spread of digital learning. This situation increases the importance of digital materials (Gökbulut, Keserci & Akyüz, (2021; Saritaş & Barutçu, 2020). Accordingly, there is a need for digital educators who can integrate technology into education in the digital age (Ally, 2019). This situation makes it a necessity for pre-service teachers to have the skills to integrate technology into education (Duncan, 2010; Lin & Chen, 2017; Holzberger, Philipp & Kunter, 2013). Therefore, higher education teacher education programs make it necessary to help pre-service teachers develop their material design skills for digital learning (Becker et al., 2018; Bower, et al., 2013). In addition, there are targets for teachers in the Ministry of Education 2023 education vision. Among these goals, there is the training of teachers who have acquired a culture that using and developing digital content effectively, ensuring this culture is widespread in schools, associating digital materials with printed materials, and ensuring that digital materials are used as main teaching materials (Ministry of Education, 2018). Therefore, it is important to train teachers, because teachers, who have an important role in students' learning, need to be able to use technology effectively and integrate it effectively with teaching activities. In addition, it is considered important in terms of increasing the effectiveness of teaching and raising individuals who can use technology effectively as required by age (Kabaran, 2020). The Instructional Technologies and Material Design (ITMD) course partially provides these competencies to pre-service teachers. In addition, pre-service teachers can design creative materials in groups and individually and improve students' creative thinking skills in this course (Yanpar, 2019).

Considering all these situations, this research aimed to examine the effects of visual and digital materials designed within the scope of Instructional Technologies and Material Design course on the attitudes of pre-service science teachers towards the course and to determine their material design skills and their views on material design. This study aims to find out answers to the following research questions:

1. What is the effect of pre-service science teachers' material designs on their attitudes?
2. What are the views of pre-service science teachers on material design?
3. What is the level of pre-service science teachers' ability to transfer their design skills to their designs?

METHOD

Research Design

In this study, a case study, one of the qualitative research designs, was used as it is the most appropriate approach to determine the effect of cooperative material design applications on pre-service science teachers' attitudes towards the course, material design skills, and opinions of material design. It is stated that case studies are suitable for research in the field of education since educational processes involve multiple situations or variables (Meriam, 2009). A case study is a method in which one or more situations, groups, events, or interconnected systems are studied in detail (Glesne, 2011; McMillan, 2000).

Participants

The participant group of the research consists of 48 third-year pre-service science teachers studying at a state university. The appropriate sampling method was used to include pre-service teachers in the study. This sampling method is an economical sampling method in terms of time, cost, and labor in which the researcher chooses a situation that is close and easy to access (Büyüköztürk et al., 2015).

Data Collection Tools

Attitude Scale Towards Instructional Technologies and Material Design Course

The Attitude Scale towards Instructional Technologies and Material Design Course used in the research was developed by Çetin, Bahçeci, Kinay, and Şimşek (2013). The first group, in which the construct validity, internal consistency reliability, and item analysis studies of the scale were carried out, consisted of 358 students, the second group in which the concordance validity study was conducted, 79, and the third group, in which the test-retest reliability study was conducted, consisting of 106 students. In the concordance validity studies, the Attitude Scale towards Instructional Technologies developed by Metin, Kaleli Yılmaz, Coşkun, and Birişiçi (2012) was used. Explanatory Factor Analysis and Confirmatory Factor Analysis were performed for construct validity studies. The calculated internal consistency Cronbach Alpha reliability coefficient was between .94 for the whole scale and between .78 and .95 for the sub-dimensions of the scale; test-retest reliability was calculated between .90 for the whole scale and between .76 and .88 for the sub-dimensions of the scale. The scale consists of 33 items and the maximum score that can be taken from the scale is 165 and the minimum score is 33. For this study, confirmatory factor analysis was performed in validity studies and it was determined that the goodness of fit indices was within the desired range. The Cronbach Alpha reliability coefficient for this study was calculated as .93. It was calculated as .99 for the usefulness sub-dimension, .95 for the liking sub-dimension, and .97 for the denial sub-dimension of the scale.

Material Design Assessment Rubrics

In the evaluation of material designs, material evaluation rubrics created by considering the existing material evaluation rubrics in the literature were used. When the rubrics were created, they were first presented to the opinion of the science field experts who conducted the material course. As a result of the opinions of two field experts, it was determined that several criteria should be adjusted. The criteria were adjusted as suggested by the experts. The evaluation of 10 materials previously developed using rubrics was carried out by two researchers independently of each other. The correlation between the evaluation results of the two researchers was examined and it was determined that there was a high level of positive correlation. The rubrics consist of 25 items in the form of a quadruple rating. The maximum score that can be obtained is 100 and the minimum score is 25.

Semi-Structured Interview

A semi-structured interview form was used to determine the opinions of pre-service teachers about the material, and digital material design collaboratively. Interview questions were prepared and presented to the opinion of two field experts. In line with expert opinions, it determined that it can use the interview questions as they formed. A pilot study was conducted with two pre-service teachers who had taken the course before. As a result of the analysis of the data obtained from the pilot application, it was determined that the questions were clear, and understandable. The interview form was presented to the pre-service teachers in the online environment and the opinions were taken online again. Before the answers were evaluated, the response time of the pre-service teachers for each question was examined.

Analysis of Data

In the analysis of the data obtained from the attitude scale towards the course, firstly, the normality values were examined. In the analysis of normality values, kurtosis-skewness coefficients, measures of central tendency, and Shapiro-Wilk test results were taken into account. Since the data provided the assumption of parametric tests, dependent groups t-test analysis was used in the analyses. Descriptive statistics (minimum-maximum values, mean, median, and standard deviation) were used in the analysis of data obtained from material design evaluation rubrics. SPSS 22 program was used in the analysis of quantitative data and the significance value was accepted as .05.

Content analysis was used in the analysis of the researcher's notes about the evaluations and the views of the pre-service teachers about the designs. The data were analyzed independently by two researchers. The percentage of agreement between the analyzes of the two researchers was calculated with the Miles Huberman formula. The percentage of agreement for the researcher's notes was 79%, and the percentage of agreement for the opinions of the teacher candidates was calculated as 76%. It can be said that reliability is achieved if the compliance percentages are 70% or more (Miles & Huberman, 1994).

Application

The applications within the scope of the course were completed in eight weeks in the online environment. Pre-service teachers were divided into heterogeneous groups of three, taking into account the variables of attitude towards the course, gender, and academic achievement. An explanation was given about cooperative work, material, and digital material design processes. Material design forms and evaluation criteria were shared with the teacher candidates. The platform provided by the university where they can carry out their online cooperative work, Zoom, and Google Classroom, information about the applications. During the process, each group made

two designs, one material, and one digital material. They came together on their chosen online platform to plan and realize the designs. Researchers were informed about this issue and participation links were shared. Researchers participated in the activities as observers at any time of the study and observed the collaborative working situations of pre-service teachers. The groups gathered and took the records of each meeting they worked on and shared them with the researchers. Groups were required to implement their digital materials but were not required to implement the design for the material (as they did not have the opportunity to come together in a real environment and create the material in three dimensions). Web 2.0 tools such as Canva, Coggle, Edpuzzle, Kahoot, Storyboardthat, Thinglink, Popplet, Scratch were used in the design of digital materials. The groups prepared the design forms for their designs in the desired format and shared them with the researchers the day before the material was presented. Researchers made a preliminary evaluation by examining the form. Each group was given one lesson hour (50 minutes) for the presentation of material designs. Presentation dates were determined by the researchers and if the group made its first presentation in the first week, it was planned to make its second presentation in the last week. During the presentations, the researchers continued their evaluations. Evaluations were carried out independently of each other and rubrics were used. In addition, the researcher notes about the evaluations were taken.

FINDINGS

Table 1 shows the results of the dependent groups' t-test analysis conducted for the first research question in which the effect of cooperative material design application on pre-service teachers' attitudes towards the course.

Table 1: Dependent groups t-test analysis results of pre-service teachers' attitudes towards the course

Sub-dimensions	Measurements	N	X	sd	df	t	p*
Usefulness	Pretest	48	41.27	13.82	47	-18.265	.000
	Posttest	48	69.00	12.35			
Liking	Pretest	48	26.02	7.33	47	-24.674	.000
	Posttest	48	34.29	7.20			
Denial	Pretest	48	20.21	5.53	47	-2.458	.018
	Posttest	48	22.25	5.82			
Total	Pretest	48	87.50	17.12	47	-24.611	.000
	Posttest	48	125.54	16.39			

According to the analysis results given in Table 1, the usefulness ($t(47)=-18.265$; $p<.05$; $\eta^2=.95$), liking ($t(47)=-24.674$; $p<.05$; $\eta^2=.93$) and denial ($t(47)=-2.458$; $p<.05$; $\eta^2=.11$) and general attitudes ($t(47)=-24.611$; $p<.05$; $\eta^2=.93$) was found to be statistically significant in increasing. The calculated eta-square effect sizes are classified as very large effects for the usefulness and liking sub-dimensions and general attitude, while they are classified as medium effects for the denial sub-dimension (Cohen, 1988). According to this, it can be said that the variability observed in the attitudes of the pre-service teachers towards the course is 95% for the usefulness sub-dimension, 93% for the liking sub-dimension, 11% for the denial sub-dimension, and generally 93% due to the collaborative material development practices.

The analysis results of the design scores of the pre-service teachers are given in Table 2.

Table 2: Analysis results of pre-service teachers' design scores

Design Type	Min	Max	Median	X	Sd
Material	54.00	90.00	78.50	77.02	10.38
Digital Material	37.00	97.00	73.50	74.50	19.86

As can be seen from the analysis results given in Table 2, it was determined that the minimum design score of the pre-service teachers was 54.00 for material and 37.00 for digital material, and the maximum design score was 90.00 for material and 97.00 for digital material. It can be said that the material ($X=77.02$, $sd=10.38$) and digital material ($X=74.50$, $sd=19.86$) design scores of the teacher candidates are at a good level.

The results of the content analysis of the evaluations of the designs made by the pre-service teachers are given in Table 3.

Table 3: Content analysis results of the evaluations of the designs made by the pre-service teachers

Theme		Code	Material f*	Digital Material f*
Situations That Are Good In Designs		Enjoyable	12	8
		Suitable for subject content	11	6
		More visual	-	6
		Permanent	-	6
		Remarkable	10	3
		Easy to apply	8	5
		Highly educative	4	1
		Original	4	4
		Associated with daily life	4	2
		Truthful	3	1
		Concretizing abstract concepts	-	3
		suitable for student level	2	1
		Competitive	2	
		Intriguing	2	1
		Can be used in different stages	1	-
		Suitable for students of different levels	1	-
		Updatable	1	-
Emphasis is used correctly	1	1		
	Rich in content		3	
Total			66	51
Situations That Need Improvement In Designs		Not relevant to the subject	3	4
		Application is not enough	2	4
		Not original	2	-
		Not remarkable	2	-
		Language is not clear	1	-
Total			10	8

*Researchers have expressed more than one opinion.

According to the results of the analysis given in Table 3, it was determined that the materials designed by the pre-service teachers were fun, suitable for the subject content, remarkable, and easy to apply. It was determined that the digital materials designed by the pre-service teachers were fun, suitable for the subject content, visual, permanent, and easy to apply. It has been determined that teacher candidates' designs should be developed in terms of suitability for the subject and inadequacy of implementation.

The analysis results of pre-service teachers' views on designs are given in Table 4.

Table 4: Analysis results of pre-service teachers' views on designs

Theme	Code	f*
Positive Aspects of Design	Instructive	16
	Introduce the different applications	15
	Developing the imagination	14
	Enjoyable	12
	Concretization	11
	Ensuring permanent learning	11
	Motivate	10
	Support professional development	10
	Developing communication skills	9
	Providing active learning	9
	Introduce different materials	8
	Increase self-confidence	6
	Ensuring responsibility	5
Increase the interest in technology	5	
Total		141
Aspects of Designs that Need to be Improved	Difficulty of working online	10
	Connection problems	6
	Lack of theoretical knowledge	5
	More studies	4
	Scarcity of programs	4
	Inability to determine common time	4
	Difficulty using the program	3
	Less lesson time	3
	Problems in group work	3
	Insufficient computer knowledge	2
	Materials are not original	2
	Not feeling enough	1
	Insufficient foreign language knowledge	1
	Inability to generate creative ideas	1
	No need to improve	8
Total		57

* Pre-service teachers expressed more than one opinion.

According to the results of the analysis given in Table 4, pre-service teachers think that the designs have positive aspects such as instructing, offering different applications, developing imagination, entertaining, concretizing, providing permanent learning, motivating, and supporting professional development. It was determined that the prospective teachers thought that the aspects of the designs such as the difficulty of working online, connection problems, and insufficient theoretical knowledge should be improved.

CONCLUSIONS

As a result of the evaluation of pre-service science teachers' material design skills, attitudes, and opinions towards the course, the following has been reached:

The result showed that material design applications by collaboration increase the attitudes of pre-service science teachers such as usefulness and enjoyment. In addition, it has been revealed that the sub-dimensions of usefulness and enjoyment greatly affect their general attitudes. This result is similar to other studies (Bakaç & Özen, 2016; Güneş & İskenderoğlu, 2014; Metin, et al., 2012). However, the denial sub-dimension had a moderate effect, contrary to the studies of Güneş & İskenderoğlu (2014). One of the reasons for the increase in the usefulness and enjoyment sub-dimensions may be that the lesson was pleasurable and enjoyable for the pre-service science teachers and contributed to their professional development. It may be caused by the fact that pre-service teachers were given tasks that they had rarely encountered before, such as designing three-dimensional material and preparing computer-aided presentations. In the study of Bakaç & Özen, (2016), It was shown that the pre-service classroom and social sciences teachers designed more materials by considering the level of student development to concretize to course, compared to the other pre-service teachers studying in other branches, and this situation had a positive effect on their attitudes towards the ITMD course.

Another result is that , the digital material and non-digital material design scores of the pre-service teachers are at a better level. Due to the fact that when the designs of the pre-service teachers were assessed, it was determined

that designed the non-digital materials could be fun, remarkable, and easy to apply. In addition, while the designs of the digital materials were fun, visual, permanent, and easy to apply.

This result is similar to the study (Çelik & Aytin, 2014; Demirkan, 2019; Yordming, 2017) in which pre-service teachers expressed their views on what pre-service teachers found useful, remarkable, and interesting digital teaching materials. However, when the designs were examined, it was determined that they needed to improve situations such as the inadequacy of their application to the subject.

As a result of the opinions of the pre-service teachers about the designs they made in the ITMD course, they stated that the designs had positive aspects that were instructive, offering different applications, developing imagination, entertaining, concretizing, providing permanent learning, motivating and supporting professional development. This result is in line with the views of (Güneş & İskenderoğlu, 2014; Uzunöz, Aktepe & Gündüz, 2017) that the ITMD course contributes positively to the perspectives of pre-service teachers on educational environments. They stated that the considerable contribution of the ITMD course was to provide them with teaching experience and to gain a sense of teaching. At the same time, it showed that pre-service teachers strongly agree that the ITMD course was beneficial, and they enjoyed this course. However, they also stated that there was difficulty in studying online, they had connection problems, got lack theoretical knowledge, and need to improve.

According to the results of the study, different contributions were made to the collaborative designs of pre-service science teachers within the scope of the ITMD course. Most of these contributions are the gains related to cognitive and affective domains. In other words, besides concretizing the concepts, the materials; contributes to learning by having fun, supporting creative thinking, using it in measurement and evaluation, arousing curiosity, improving visual memory, learning by doing, and increasing motivation (Dere, 2019). However, it is thought that it would be beneficial to allocate more time for pre-service teachers to develop their material design skills and to make practical programs in the ITMD course. In this direction, it is recommended that such practices should be continued, since pre-service teachers present and share their designs in ITMD courses in the classroom environment, making a significant contribution to their professional development. In addition, in the ITMD course, individual applications for preparing 2D, 3D, and digital materials can be made and an environment where they can evaluate the teaching materials together with their friends can be provided. In this way, it can be ensured that the knowledge, skills, and attitudes of teacher candidates towards preparing materials can be improved. In addition, necessary support can be provided for pre-service teachers to implement the materials they have made in the internship schools they attend.

REFERENCES

- Anttila, M., Valimaki, M., Hatonen, H., Luukkaala, T., & Kaila M. (2012). Use of web-based patient education sessions on psychiatric wards. *International Journal of Medical Informatics*, 81(6), 424- 433. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2012.02.004>
- Bakaç, E., & Özen, R. (2016). The relationship between preservice teachers' attitudes towards instructional technology and material design course, creativity perceptions and self-efficacy beliefs. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16(1). <https://doi.org/10.11114/jets.v6i12.3661>
- Becker, S. A., Brown, M., Dahlstrom E., Davis, A., DePaul, K., Diaz, V. & Pomerantz, J. (2018). NMC Horizon Report: 2018 Higher Education Edition. CO: EDUCAUS. <https://library.educause.edu/~media/files/library/2018/8/2018horizonreport.pdf>
- Brinkerhoff, J. (2006). Effects of a long-duration, professional development academy on technology skills, computer self-efficacy, and technology integration beliefs and 202 practices. *Journal of Research on Technology in Education*, 39(1), 22-43. DOI:10.1080/15391523.2006.10782471
- Bower, M., Highfield, K., Furney, P., & Mowbray, L. (2013). Supporting pre-service teachers' technology-enabled learning design thinking through whole of programme transformation. *Educational Media International*, 50(1), 39-50. <https://doi.org/10.1080/09523987.2013.777183>
- Cai, Z., Fan, X., & Du, J. (2017). Gender and attitudes toward technology use: A meta-analysis. *Computers & Education*, 105, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2016.11.003>
- Büyüköztürk, Ş., K. Çakmak, E., Akgün, Ö. Erkan, Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2015). *Scientific Research Methods*. Ankara: Pegem A.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Hillsdale, NJ: Lawrence Earlbaum Associates.
- Coşkun, T. K., & Alper, A. (2019). Usage of digital learning material in special education. *Ozel Egitim Dergisi*, 20(1), 119-142. DOI: 10.21565/ozelegitimdergisi.423349.
- Çelik, S., & Aytin, K. (2014). Teachers' Views on Digital Educational Tools in English Language Learning: Benefits and Challenges in the Turkish Context. *Tesl-Ej*, 18(2), <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1045127.pdf>
- Çetin, B., Bahçeci, B., Kinay, İ., & Şimşek, Ö. (2013). Development of attitudes towards instructional technologies and material development course scale (ATITMDCS): A study of validity and reliability. *International Journal of Social Science*, 6(2), 697-713. DOI: 10.30918/AERJ.92.21.064

- Duman, G. B. (2013). Material development and effective use of materials in teaching Turkish as a foreign language. *Journal of Mother Tongue Education*, 1(2), 1-8. <http://www.anadiliegitimi.com/tr/download/article-file/14868>
- Duncan, A. (2010). Teacher preparation: Reforming the uncertain profession. *Education Digest*, 75, 13-22.
- Dursun, Ö. Ö., Kuzu, A., Kurt, A. A., Güllüpinar, F., & Gültekin, M. (2013). Views of school administrators' on FATİH projects pilot implementation process. *Trakya University Journal of Education*, 3(1), 100-113. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/200367>.
- Glesne, C. (2011). *Becoming qualitative researchers: An introduction*. Boston, MA: Pearson.
- Gökbulut, B., Keserci, G., & Akyüz, A. (2021). Digital material design competencies of academicians working at the faculty of education and teachers. *Journal of Social Sciences and Education*, 4(1), 11-24. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1710473>
- Gülen, S., & Demirkuş, N. (2014). The effects of visual material on students' achievement in "the solar system and beyond: mystery of space" unit. *YYU Journal Of Education Faculty*, 11(1), 1-19. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/146224>
- Güneş, G., & İskenderoğlu, T. A. (2014). Attitudes of pre-service primary school mathematics teachers towards instructional technologies and material design lesson. *Journal of Gazi University Gazi Education Faculty*, 34(3).
- Holzberger, D., Philipp, A., & Kunter, M. (2013). How teachers' self-efficacy is related to instructional quality: A longitudinal analysis. *Journal of Educational Psychology*, 105(3), 774.
- Huang, H. S., Chiou, C. C., Chiang, H. K., Lai, S. H., Huang, C. Y., & Chou, Y. Y. (2012). Effects of multidimensional concept maps on fourth graders' learning in web-based computer course. *Computers and Education*, 58, 863-873. doi: <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2011.10.016>.
- Instefjord, E. J., & Munthe, E. (2017). Educating digitally competent teachers: A study of integration of professional digital competence in teacher education. *Teaching and Teacher Education*, 67, 37-45. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2017.05.016>.
- Kabaran, G., G., (2020). Developing and evaluating the effectiveness an in-service trainings program for digital material design. *Dissertation Thesis, Muğla Sıtkı Koçman University*.
- Koray Gümüšoğlu, E., Akay, E., (2017). Measuring technology acceptance level of teachers by using unified theory of acceptance and use of technology. *Online Submission*, 5(4), 378-394. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED581330.pdf>
- Lee, K. (2012). Augmented reality in education and training. *TechTrends*, 56(2), 13-21. <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s11528-012-0559-3.pdf>
- Lin, M. H., & Chen, H. G. (2017). A study of the effects of digital learning on learning motivation and learning outcome. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 13(7), 3553-3564. DOI: 10.12973/eurasia.2017.00744a
- McMillan, J.H. (2000). *Educational research: Fundamentals for the consumer*. USA: Longman. <http://educationinpakistan.org/wp-content/uploads/2018/05/edrefu.pdf>
- MEB, (2018). 2023 Education vision. https://2023vizyonu.meb.gov.tr/doc/2023_EGITIM_VIZYONU.pdf
- Mercado, M. G. M., & Ibarra, F. P. (2019). ICT-pedagogy integration in elementary classrooms: Unpacking the pre-service teachers' TPACK. | *IRJE| Indonesian Research Journal in Education* |, 29-56. DOI: <https://doi.org/10.22437/irje.v3i1.6506>
- Merriam, S. B. (2009). *Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation*. Jossey Bass.
- Metin, M., Yılmaz, G. K., Coskun, K., & Birisci, S. (2012). Developing an attitude scale towards using instructional technologies for pre-service teachers. *Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET*, 11(1), 36-45. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ976568.pdf>
- Metin, M., Kaleli Yılmaz, G., Coşkun, K. & Birişçi, S. (2012). Developing an attitude scale towards using instructional technologies for pre-service teachers. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 11(1), 36-45. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ976568.pdf>
- Miles, M. B. & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Parlak, B. (2017). Dijital çağda eğitim: Education in digital age: an analysis on opportunities and applications. *Suleyman Demirel University The Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences*, 22(Kayfor 15 Özel Sayısı), 1741-1759. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1019075>
- Redecker, C. (2017). European framework for the digital competence of educators: DigCompEdu. In Y. Punie (Ed.), EUR 28775 EN. Luxembourg: Publications Office of the European Union. <https://doi.org/10.2760/159770>.
- Reisoğlu, İ., ve Çebi, A. (2020). How can the digital competences of pre-service teachers be developed? Examining a case study through the lens of DigComp and DigCompEdu. *Computers & Education*, 156, 103940. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2020.103940>

- Sarıtaş, E., & Barutçu, S. (2020). Digital transformation in education and students' readiness to learn online: A research on Pamukkale University students in the period of pandemic. *Journal of Internet Applications and Management*, 11(1), 5-22. DOI: 10.34231/iuyd.706397.
- Sarıtepeci, M., Durak, H., & Seferoğlu, S. S. (2016). Examination of Teachers' in-Service Training Needs in the Field of Instructional Technology: An Evaluation in Light of Applications Implemented at FATİH Project. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 7(3), 601. DOI: 10.16949/turkbilmat.277873.
- Soydan, C. (2018). Investigation of digital material development processes of field teachers in guidance of information technologies teacher. (Master's thesis, Ondokuz Mayıs University, Institute of Educational Sciences). <http://libra.omu.edu.tr/tezler/122583.pdf>
- Şad, S. N., Açıkgül, K., & Delican, K. (2015). Senior preservice teachers' senses of efficacy on their technological pedagogical content knowledge (TPACK). *Journal of Theoretical Educational Science*, 8(2), 204-235. DOI: <http://dx.doi.org/10.5578/keg.9480>
- Şahin, S. (2016). Information Technologies in Education. I-II. Ankara: Pegem Akademi.
- Teo, T., Ursavaş, Ö. F., & Bahçekapili, E. (2012). An assessment of pre-service teachers' technology acceptance in Turkey: A structural equation modeling approach. *Asia-Pacific Education Researcher*, 21(1), 191-202. <http://researchrepository.murdoch.edu.au/id/eprint/48415>
- Uzunöz, A., Aktepe, V., & Gündüz, M. (2017). Candidate teachers' views on professional achievements in instructional technologies and material design a qualitative study. *Journal of Qualitative Research in Education*, 5(3), 317-339. DOI:10.14689/issn.2148-2624.1.5c3s14m
- Wang, L., Ertmer, P. A., & Newby, T. J. (2004). Increasing preservice teachers' self-efficacy beliefs for technology integration. *Journal of Research on Technology In Education*, 36(3), 231-250. <https://doi.org/10.1080/15391523.2004.10782414>.
- Yanpar, T. (2011). Instructional technologies and material development. Ankara: Anı.
- Yordming, R. (2017). Teachers' perspective towards digital teaching tools in Thai EFL classrooms. *International Journal of Languages, Literature and Linguistics*, 3(2), 45-48. doi: 10.18178/ijll.2017.3.2.108

BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR ÖĞRETMENLİĞİ BÖLÜMÜ ÖĞRETMEN ADAYLARININ ÇOKLU ZEKA ALANLARININ İNCELENMESİ; KKTC ÖRNEĞİ

Çiğdem KARAGÜLMEZ SAĞLAM

Girne Amerikan Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Bölümü

Girne-KKTC

cigdemsglam@gau.edu.tr

ÖZET

Bu çalışma ile Beden Eğitimi ve Spor Öğretmeni adaylarının çoklu zeka kuramı çerçevesinde zeka alanlarını tespit etmek ve çoklu zeka alanları ile ilişkili öğeleri araştırmak amaçlanmıştır. Araştırmanın örneklemini, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Girne ve Lefkoşa ilçelerinde bulunan Üniversitelerin Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği bölümünde öğrenim gören 4. sınıf öğrencileri (n=88) oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak, araştırmacı tarafından hazırlanan ve 8 sorudan oluşan “Kişisel Bilgi Formu” ile McClellan ve Conti (2008) tarafından geliştirilen ve Babacan (2012) tarafından geçerlilik ve güvenilirlik çalışması yapılarak Türkçeye uyarlanan ‘Multiple Intelligence Survey’, ‘Çoklu Zeka Ölçeği’ kullanılmıştır. Araştırma sonucunda; öğrencilerin zeka alanlarının ortalaması incelendiğinde bütün zeka alanlarında “orta düzeyde gelişmiş” olarak homojen bir dağılım olduğu, bazı değişkenler açısından da belli zeka alanlarının ön plana çıktığı görülmüştür. Beden Eğitimi ve Spor öğretmenliği bölümünde öğrenim gören öğretmen adaylarının çoklu zeka kuramına dayalı zeka alanları dağılımları ve zeka alanları ile cinsiyet, mezun oldukları okul türü, spor türü ve ailede öğretmen olma durumu arasında anlamlı farklılıklar olmadığı ancak post-hoc testi ile bazı zeka alanları ile okul türü arasında anlamlı farklılaşma olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Anahtar Kelimeler: Zeka, Çoklu Zeka, Beden Eğitimi, Spor, Öğretmen

GİRİŞ

21. yüzyıl koşullarında her alanda gerçekleşen gelişmeler öğretim alanında da gerçekleşmiş, öğretim sürecinde yeni ve farklı uygulamaların gerçekleştirildiği, öğreneni merkeze alan yeni bir sistemi getirmiş, klasik öğretim yerine öğrencinin yetenek, beceri ve zekası ile aktif olduğu bir süreç önem kazanmıştır.

Çağdaş eğitim anlayışı ile birlikte önem kazanan bireysel farklılık kavramı, aynı yaş gurubunun ilgi ve ihtiyaçlarının aynı olmadığını, farklı öğrenmelerin, farklı süreç ve yapıda gerçekleştiğini, öğrenilen bilgi ve becerilerin ortaya konmasında zekanın belirleyici unsurlardan biri olduğunu anlamamıza katkı sağlamıştır. Her bireyin gelişimi, zeka, ilgi, hazırbulunuşluk ve yetenek noktasının birbirinden farklı olması eğitimde bireysel farklılıkların önemini arttırmaktadır. (Bağçeci& Demir, 2011).

Öğreneni ve bireysel farklılıkların önemini vurgulayan kuramlardan biri Çoklu Zeka Kuramı’dır. Bu kurama göre zeka, bir kişinin bir veya daha fazla kültürde değer bulan bir ürün ortaya koyabilme kapasitesi, gerçek hayatta karşılaştığı problemlere etkili ve verimli çözümler üretebilme becerisi ve çözüme kavuşturulması gereken yeni veya karmaşık yapıları keşfetme yeteneğidir. (Saban 2001). Çoklu zeka, yıllar boyu daha çok matematik, mantık ve dil becerileri ile ilgili olarak tanımlanan zekanın, dilsel, matematiksel, görsel, bedensel, müziksel, iletişimsel, içsel ve doğal olarak da tanımlanabileceğinin ortaya konmasıyla tartışılmaya başlanmıştır (alıntılayan Abacı ve Baran, 2007; aktaran Demirel, 1999).

Zekâ; diğer şeyler arasında akıl yürütme (mantıklı düşünme yeteneği), plan yapma, problem çözüme, soyut düşünme, karmaşık fikirleri kavrama, çabuk ve deneyimlerden öğrenme yeteneklerini içeren genel bir zihinsel kapasitedir (WEB 1).

Gardner’a (2004) göre zekâ ise; bir kişinin bir veya birden fazla kültürde değer bulan bir ürün ortaya koyabilme kapasitesi gerçek hayatta karşılaştığı problemlere etkili ve verimli çözümler üretebilme becerisi ve çözüme kavuşturulması gereken karmaşık yapıları keşfetme yeteneğidir. Zekâ kavramı, “bireylerin kültürel açıdan değerli olan çeşitli etkinliklerle uğraşmasına olanak veren belirli birtakım bilgi işleme eylemleri” olarak kabul edilmiştir ve Gardner “zekâ türlerinden her birinin kendine has biyolojik bir temelini, farklı bir gelişim sürecinin ve farklı bir uzmanlık performansının ya da ulaşabileceği bir noktanın olduğuna” inanmaktadır (Berk, 2015).

Yapılan tanımlarda bireysel farklılıkların belirleyici olan yetenek, beceri ve zeka kavramları bir arada ele alınarak, kişilik özelliklerimizin ana unsurlarına değinilmiştir. Zeka ile ilgili olarak, doğuştan gelen bir şey olduğu ve insanların sadece belirli bir miktarına sahip olduğu düşünülürken, Gardner’in yaptığı araştırma ile zekanın geliştirilebilir bir yapıda olduğu ve her bireyin farklı zeka sistemine sahip olduğu ortaya konmuştur. Gardner, Harvard Üniversitesinde “Zero Projesi” kapsamında, yetenekli, dahi, zihinsel özür, beyin hasarlı ve normal dediğimiz pek çok zihinsel farklılığı bulunan insanları gözlemleyerek araştırmasını yürütmüştür (Gardner, 1999). Harvard Üniversitesi’nde zeka ile ilgili yapılan araştırmalarda, Howard Gardner, başlangıçta yedi farklı zekayı tanımlamıştır. Gardner’a göre, bilişsel araştırmadan ortaya çıkan bu teori, “öğrencilerin farklı zihin türlerine sahip olma ve dolayısıyla farklı şekillerde öğrendikleri, hatırladıkları, gerçekleştirdikleri ve anladıklarını belgelenmiştir.”

(WEB 2). Teori, tüm bireylerin, sorunları çözmek veya daha fazla kültürde değerli ürünler yaratmak için çeşitli kombinasyonlarda uyguladıkları birkaç özerk zekaya sahip olduğunu savunur (Kornhaber, 2020).

Gardner'a göre (Amstrong, 2006) büyük ölçüde farklıyız çünkü hepimizin farklı zeka kombinasyonları var. Çoklu Zekâ Kuramı, sözel-dilsel zekâ, mantıksal-matematiksel zekâ, görsel (şekil)-uzamsal (uzaysal; alansal) zekâ, müziksel-ritmik zekâ, bedensel-kinestetik zekâ, kişilerarası-sosyal zekâ, kişiye dönük (içsel; özgedönük) zekâ ve doğa zekâsı olmak üzere birbirinden bağımsız fakat birbiri ile çalışan, 8 zekâ türüdür (Campbell, 1992). Howard Gardner sonrasında dokuzuncu zeka alanı olarak varoluşçu zekadan bahsetmektedir. Dokuz zeka alanı her zaman birbiri ile etkileşim halindedir ve her birinde yeterli bir yeterlilik düzeyine ulaşılabilir. Bununla birlikte, zekalar her insan için birbirine benzemeyen bir sistemde çalışmaktadır.

Flynn'e (2007) göre, beceriler belirlenmiş bir liste değildir. Bunlara sahip olanlar genellikle yeni performanslar yaratır ve şimdiye kadar bilinmeyen yeni problemler keşfederler. Bu bağlamda günlük planlar ve Beden Eğitimi ve Spor derslerinde uygulamalar zeka alanı dikkate alınarak yapılırsa, öğrenme ile ilgili pek çok sorun (dikkat dağınılığı, istenmeyen davranışlar, dersten soğuma, başarısız olduğunu düşünme) ortadan kaldırılabilmektedir (Selçuk ve Kayılı, 2002).

Bilgi toplumunun eğitimcisi olan öğretmenler, bilginin eğitimsel değerinin farkında olmalı, ona ulaşma konusunda da etkili bir rehberlik ortaya koymalıdır (Numanoğlu, 1999). Artık günümüzde klasik öğretim yerine öğrencinin yetenek, beceri ve zekası ile aktif olduğu öğrenmelere bırakmıştır. Eğitim ve öğretimin her alanında her boyutta ilerleyen bir yapıya kavuşması, bu süreçte en önemli rolü olan öğretmenin mesleğini yaparken niteliklerin sorgulanmasını ve yükseltilmesini gerekli kılar (WEB 3). Bu nedenle de öğretmenlerin ve öğretmen adaylarının çoklu zeka kuramına dayalı zeka alanlarının demografik özelliklerine göre tespit edilmesi önemlidir.

Bu çalışma ile,

1. Beden eğitimi öğretmen adaylarının ağırlıklı çoklu zekâ alanları nedir?,
2. Zeka alanları ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?,
3. Zeka alanları ile mezun oldukları okul türü arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?,
4. Zeka alanları ile spor türü arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
5. Zeka alanları ile ailede öğretmen olma durumu arasında anlamlı bir ilişki var mıdır? soruları cevaplanmaya çalışılmıştır.

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Bu çalışma tarama modelinde olup, beden eğitimi ve spor öğretmen adaylarının çoklu zeka alanları bazı değişkenler açısından ele alınarak, mevcut durumu açıklamayı amaçlayan bir yaklaşıma sahiptir. Tarama modeli, geçmişte ya da o anda var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi, tanımlamayı amaçlayan araştırma yaklaşımıdır (Karasar, 2014). Araştırmanın evreni Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Üniversitelerinin Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği bölümünde öğrenim gören öğrencilerdir. Araştırmanın örneklemini ise, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde bulunan Girne Amerikan Üniversitesi, Final Üniversitesi, Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi ve Yakın Doğu Üniversitesi beden eğitimi öğretmenliği bölümünde öğrenim gören 4. sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. 2020-2021 Bahar döneminde kayıtlı olan 88 öğrenciye ulaşılmıştır.

Araştırmada veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından hazırlanan kişisel bilgi formu ve Çoklu Zeka Ölçeği kullanılmıştır. Öğretmen adayları için hazırlanan kişisel bilgi formu cinsiyet, mezun olduğu okul türü, gelir düzeyi, yaşadığı bölge, spor türü, spor branşı, ailede spor ile ilgilenen ve ailede başka öğretmen olup olmadığı ile ilgili 8 sorudan oluşmaktadır.

Araştırmada kullanılan 'Çoklu Zeka Ölçeği' McClellan ve Conti (2008) tarafından geliştirilmiş ve Babacan (2012) tarafından geçerlilik ve güvenilirlik çalışması yapılarak Türkçeye uyarlanmıştır. Babacan'ın (2012) belirttiği gibi, ölçek, Gardner'ın ele almış olduğu dokuz zeka alanını (Sözel Zeka, Mantıksal Zeka, Bedensel Zeka, Müziksel Zeka, Görsel Zeka, Kişilerarası Zeka, İçsel Zeka, Doğacı Zeka ve Varoluşçu Zeka) kapsayan 27 maddeden oluşmaktadır. Ölçek, öğrencilerin hangi zeka alanında baskın olduklarını saptamak amacıyla tasarlanmıştır. Ölçekte var olan 27 madde üç bölüme ayrılarak her bir bölümdeki dokuz madde bir zeka alanını temsil etmektedir. Öğrencilerin en çok hangi zeka alanına eğilimli olduğu, zeka alanını temsil eden maddelere verdikleri en düşük puan toplamının belirlenmesiyle ortaya çıkmaktadır. Ölçekten elde edilen en düşük puan 3; en yüksek puan ise 27'dir. Ölçekteki maddelerin zeka alanlarını temsil etmeleri aşağıdaki şekildedir:

- 1.-10.-19. madde: Bedensel zeka
- 2.-11.-20. madde: Varoluşçu zeka
- 3.-12.-21. madde: Kişilerarası zeka
- 4.-13.-22. madde: İçsel zeka
- 5.-14.-23. madde: Mantıksal zeka
- 6.-15.-24. madde: Müziksel zeka
- 7.-16.-25. madde: Doğacı zeka
- 8.-17.-26. madde: Sözel zeka
- 9.-18.-27. madde: Görsel zeka

Bu araştırmada yapılan analizlerde SPSS 25.0 paket program kullanılmıştır. Verilerin analizi aşamasında;

- Araştırma grubunun kişisel özelliklerinin betimleyici frekans ve yüzde dağılımları çıkarılmıştır.
- Araştırma grubunun cinsiyet ve ailede öğretmen bulunma değişkenine göre çoklu zekâ alanlarını belirleyebilmek için t testi
- Araştırma grubunun mezun oldukları okul türü değişkenine göre çoklu zekâ alanlarını belirleyebilmek için One Way Anova (tek yönlü varyans analizi) testi ve gruplar arasındaki farkı belirleyebilmek için tukey/post-hoc testleri kullanılmıştır.
- Araştırma grubunun spor branşı değişkenine göre çoklu zekâ alanlarını belirleyebilmek için One Way Anova (tek yönlü varyans analizi) kullanılmıştır.

BULGULAR

1. Demografik özellikler ile ilgili bulgular

CINSİYET	N	Yüzde lik	Toplam yüzdelerik
KADIN	23	26.1	26.1
ERKEK	65	73.9	100.0
Total	88	100.0	100.0

1.1. Tablo 1. Cinsiyet

Tablo 1 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin 23'ü (% 26,1) kız öğrenci, 65'i (% 73,9) erkek öğrenciden oluşmaktadır.

OKUL TURU		Yüzdelerik	Toplam yüzdelerik
DUZ LISE		21.6	21.6
ANADOLU/FEN		22.7	44.3
MESLEK		30.7	75.0
SPOR LİSESİ		2.3	77.3
İMAM HATİP		8.0	85.2
KOLEJ		14.8	100.0
Total		100.0	100.0

1.2. Tablo 2. Okul türü

Tablo 2'de öğrencilerin 19'u (%21,6) düz lise, 20'si (%22,7) anadolu/ fen lisesi, 27'si (%30,7) meslek lisesi, 2'si (%2,3) spor lisesi, 7'si (%8) imam hatip ve 13'nün (%14,8) kolej mezunu oldukları görülmektedir.

SPOR TÜRÜ		Yüzdelik	Toplam yüzdelik
BİREYSEL		40.9	40.9
TAKIM		26.1	67.0
HER İKİSİ		33.0	100.0
Total		100.0	100.0

1.3. Tablo Spor türü

Tablo 3 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin 36'sı (%40,9) bireysel, 23'ü (% 26,1) takım ve 29'u (% 33) hem bireysel hem de takım sporları ile ilgilendikleri görülmektedir.

AILEDE ÖĞRETMEN VAR MI?	N	Yüzdelik	Toplam yüzdelik
EVET	21	46.6	46.6
HAYIR	26	53.4	100.0
Total	47	100.0	100.0

1.4. Tablo 4. Ailede öğretmen

Tablo 4'te araştırmaya katılan öğrencilerin 41'i (% 46,6) ailesinde öğretmen olduğunu, 47'si (% 53,4) ailesinde öğretmen olmadığını belirttiği görülmektedir.

2. Çoklu Zeka Envanteri ile ilgili Bulgular

2.1. Tablo 5 Zeka Alanlarının Ortalaması ve Standart Sapmaları

Tablo 5 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin zeka alanlarının ortalamalarında en yüksek sözel/dilsel zeka, en düşük kinestetik/ bedensel zeka düzeyine sahip oldukları görülmektedir.

	CİNSİYET	N	\bar{X}	SS
Kinestetik / Bedensel	KA	2	6.4	6.02
	DİN	3	8	9
	ERK EK	6	6.0	5.14
Varoluşçu	KA	2	8.2	7.39
	DİN	3	2	8
	ERK EK	6	7.9	5.85
Sosyal / Kişilerarası	KA	2	9.2	5.84
	DİN	3	2	6
	ERK EK	6	7.7	5.13
İçsel / Özdedönük	KA	2	8.9	7.89
	DİN	3	1	1

	ERK	6	6.8	5.49
	EK	5	3	0
Mantıksal / Matematiksel	KA	2	8.4	6.96
	DIN	3	8	7
	ERK	6	7.4	5.63
	EK	5	2	4
Ritmik / Muzikal	KA	2	11.	6.64
	DIN	3	13	9
	ERK	6	9.7	5.25
	EK	5	5	6
Doğa	KA	2	7.4	5.97
	DIN	3	8	6
	ERK	6	8.4	5.50
	EK	5	3	0
Sözel / Dilsel	KA	2	12.	5.23
	DIN	3	57	8
	ERK	6	13.	5.50
	EK	5	14	8
Görsel / Uzamsal	KA	2	8.5	4.75
	DIN	3	7	6
	ERK	6	9.4	5.14
	EK	5	2	1

2.2. Tablo 6 Cinsiyete göre Çoklu Zeka Alanlarının Ortalaması

Tablo 6 incelendiğinde öğrencilerin cinsiyetlerine göre zeka alanlarının ortalamalarında, içsel, kinestetik ve mantıksal zeka alanlarında farklılaşma olduğu, kız öğrencilerin içsel ve kinestetik, erkek öğrencilerin ise mantıksal zeka ortalamalarının daha yüksek olduğu görülmüştür.

2.3. Tablo 7 Mezun Olduğu Lise Türüne Göre Çoklu Zeka Alanlarının Ortalaması

	OKUL	N	X	SS
Kinestetik / Bedensel	DUZ LİSE	19	5.16	4.822
	ANADOLU/FEN	20	6.35	6.175
	MESLEK	27	5.41	3.003
	SPOR LİSESİ	2	5.50	2.121
	İMAM HATİP	7	10.00	9.609
	KOLEJ	13	6.92	5.894
	Total	88	6.16	5.360
Varoluşçu	DUZ LİSE	19	6.16	5.336
	ANADOLU/FEN	20	6.70	5.895
	MESLEK	27	8.26	5.375
	SPOR LİSESİ	2	4.00	1.414
	İMAM HATİP	7	14.57	8.829

	KOLEJ	1 3	9.54	6.728
	Total	8 8	8.05	6.253
Sosyal / Kişilerarası	DUZ LİSE	1 9	6.95	5.191
	ANADOLU/F EN	2 0	7.50	5.277
	MESLEK	2 7	7.93	3.980
	SPOR LİSESİ	2	7.50	2.121
	İMAM HATİP	7	12.5 7	9.163
	KOLEJ	1 3	8.85	5.505
	Total	8 8	8.11	5.338
	İçsel / Özedönük	DUZ LİSE	1 9	6.11
ANADOLU/F EN		2 0	6.05	6.013
MESLEK		2 7	6.41	3.141
SPOR LİSESİ		2	4.50	2.121
İMAM HATİP		7	12.5 7	10.29 3
KOLEJ		1 3	10.9 2	8.139
Total		8 8	7.38	6.226
Mantıksal / Matematiksel		DUZ LİSE	1 9	6.32
	ANADOLU/F EN	2 0	7.10	5.457
	MESLEK	2 7	7.96	4.727
	SPOR LİSESİ	2	4.50	.707
	İMAM HATİP	7	12.7 1	10.46 8
	KOLEJ	1 3	7.85	6.594
	Total	8 8	7.69	5.987
	Ritmik / Muzikal	DUZ LİSE	1 9	9.53
ANADOLU/F EN		2 0	10.4 5	5.356
MESLEK		2 7	9.52	5.359
SPOR LİSESİ		2	4.50	.707
İMAM HATİP		7	13.2 9	7.847

	KOLEJ	1 3	10.8 5	5.742
	Total	8 8	10.1 1	5.646
Doğa	DUZ LISE	1 9	6.37	4.763
	ANADOLU/F EN	2 0	7.70	6.618
	MESLEK	2 7	8.70	5.105
	SPOR LİSESİ	2	4.50	.707
	İMAM HATİP	7	13.0 0	6.351
	KOLEJ	1 3	8.46	5.093
	Total	8 8	8.18	5.609
	Sözel / Dilsel	DUZ LISE	1 9	11.8 4
ANADOLU/F EN		2 0	12.6 0	4.382
MESLEK		2 7	13.5 9	5.257
SPOR LİSESİ		2	10.0 0	2.828
İMAM HATİP		7	14.5 7	5.996
KOLEJ		1 3	13.6 2	5.378
Total		8 8	12.9 9	5.415
Görsel / Uzamsal		DUZ LISE	1 9	8.37
	ANADOLU/F EN	2 0	8.25	5.320
	MESLEK	2 7	9.41	4.543
	SPOR LİSESİ	2	8.00	5.657
	İMAM HATİP	7	13.1 4	7.471
	KOLEJ	1 3	9.46	4.176
	Total	8 8	9.19	5.031

Tablo 7’de araştırmaya katılan öğrencilerin mezun oldukları okul türüne göre, varoluşçu zeka alanında düz lise ve imam hatip mezunları arasında, ritmik zeka alanında spor lisesi mezunlarının dua lise, anadolu/fen, meslek ve kolej mezunları arasında, mantıksal zeka alanında spor lisesi ve meslek lisesi mezunları arasında, doğa zekasında da meslek ve spor lisesi mezunları arasında anlamlı fark olduğu görülmektedir.

2.4. Tablo 8 Spor Türüne Göre Çoklu Zeka Alanlarının Ortalaması

	SPOR	N	X	SS
Kinestetik / Bedensel	BIREYS EL	3 6	7. 17	6.5 97
	TAKIM	2 3	4. 74	2.1 15
	HER İKİSİ	2 9	6. 03	5.3 28
	Total	8 8	6. 16	5.3 60
Varoluşçu	BIREYS EL	3 6	7. 64	6.7 45
	TAKIM	2 3	7. 43	3.9 87
	HER İKİSİ	2 9	9. 03	7.1 14
	Total	8 8	8. 05	6.2 53
Sosyal / Kişilerarası	BIREYS EL	3 6	9. 25	6.0 68
	TAKIM	2 3	6. 35	3.3 52
	HER İKİSİ	2 9	8. 10	5.4 27
	Total	8 8	8. 11	5.3 38
İçsel / Özdedönük	BIREYS EL	3 6	7. 72	6.7 93
	TAKIM	2 3	5. 52	2.9 37
	HER İKİSİ	2 9	8. 41	7.2 04
	Total	8 8	7. 38	6.2 26
Mantıksal / Matematiksel	BIREYS EL	3 6	8. 17	6.6 18
	TAKIM	2 3	5. 83	3.1 86
	HER İKİSİ	2 9	8. 59	6.6 84
	Total	8 8	7. 69	5.9 87
Ritmik / Muzikal	BIREYS EL	3 6	10 .3 1	5.7 16
	TAKIM	2 3	8. 65	4.2 70
	HER İKİSİ	2 9	11 .0 3	6.4 17
	Total	8 8	10 .1 1	5.6 46

Doğa	BIREYS EL	3 6	8. 00	6.2 20
	TAKIM	2 3	7. 70	4.8 28
	HER IKISI	2 9	8. 79	5.5 19
	Total	8 8	8. 18	5.6 09
Sözel / Dilsel	BIREYS EL	3 6	12 .6 9	5.0 19
	TAKIM	2 3	12 .5 2	6.0 82
	HER IKISI	2 9	13 .7 2	5.4 50
	Total	8 8	12 .9 9	5.4 15
Görsel / Uzamsal	BIREYS EL	3 6	9. 00	5.9 09
	TAKIM	2 3	9. 52	4.7 57
	HER IKISI	2 9	9. 17	4.1 32
	Total	8 8	9. 19	5.0 31

Tablo 8’de araştırmaya katılan öğrencilerin spor türüne göre sözel zeka ortalamalarının yüksek, bedensel zeka ortalamasının en düşük olduğu görölmektedir. Ayrıca takım sporlarında sosyal zekanın yüksek olması beklenirken düşük olduğu tespit edilmiştir.

2.5 Tablo 9 Ailede öğretmen olma ve Çoklu Zeka Alanlarının Ortalaması

	AILEDE OGRETMEN VAR MI?	N	X	SS
Kinestetik / Bedensel	EVET	41	6. 98	6.540
	HAYIR	47	5. 45	4.004
Varoluşçu	EVET	41	8. 83	7.092
	HAYIR	47	7. 36	5.403
Sosyal / Kişilerarası	EVET	41	8. 88	6.539
	HAYIR	47	7. 45	3.966
İçsel / Özedönük	EVET	41	8. 61	7.870
	HAYIR	47	6. 30	4.112

Mantıksal / Matematiksel	EVET	41	7. 80	7.114
	HAYIR	47	7. 60	4.875
Ritmik / Muzikal	EVET	41	10 .1 2	6.173
	HAYIR	47	10 .1 1	5.210
Doğa	EVET	41	8. 34	5.821
	HAYIR	47	8. 04	5.477
Sözel / Dilsel	EVET	41	13 .3 9	4.964
	HAYIR	47	12 .6 4	5.810
Görsel / Uzamsal	EVET	41	9. 63	4.662
	HAYIR	47	8. 81	5.351

Tablo 9’da araştırmaya katılan öğrencilerin ailede öğretmen olma değişkenine göre sözel zeka ortalamasının yüksek, en düşük zeka alanının ise bedensel zeka olduğu görölmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre, öğrencilerin cinsiyet, spor türü, mezun oldukları okul türü ve ailede öğretmen olma değişkenlerine göre çoklu zeka alanlarında farklılıkların olmadığı tespit edilmiştir. Hipotezlere bağlı olarak oluşturulan alt problemlere göre değişkenler tekrar ele alınarak post hoc testi uygulanmış ve zeka alanlarının ortalamalarına göre farklılaşmalar tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda okul türü değişkeninde farklılaşmaların olduğu tespit edilmiştir.

Uygulanan testin sonuçlarına göre cinsiyet değişkenine göre sözel-dilsel, sosyal, doğa, görsel-uzamsal, içsel, varoluşçu ve kinestetik zeka alanlarında anlamlı fark olmadığı ancak kız öğrencilerin ritmik zeka ortalamalarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Ailede öğretmen olma değişkenine göre belirlenen hipotez H0 olarak zeka alanları arasında farklılaşma olmadığı yönünde belirlenmiştir.

Spor turu değişkenine bağlı olarak belirlenen hipotez doğrultusunda, takım sporu ile ilgilenenlerin sosyal, bireysel sporlarla ilgilenenlerin içsel, her iki spor türü ile ilgili olarak da kinestetik zeka alanları H0 yönünde desteklenmiştir.

Mezun oldukları okul türüne göre zeka alanlarının puan ortalamalarında anlamlı farklar olmadığı, ancak post-hoc testinde okul türüne göre düz lise mezunlarının imam hatip mezunlarına göre varoluşçu zeka alanının düşük, spor lisesi mezunlarının meslek lisesi mezunlarına göre mantıksal zeka alanlarının düşük, spor lisesi mezunlarının düz, anadolu/fen, meslek ve kolej mezunlarına göre ritmik zeka alanlarının yüksek, spor lisesi mezunlarının meslek lisesi mezunlarına göre doğa zekasının yüksek ortalamada olduğu yönünde farklılaşmanın olduğu tespit edilmiştir.

Tespit edilen bulgular doğrultusunda araştırmanın KKTC Üniversitelerinin tümünde yapılması, örneklem grubunun artırılması, farklı değişkenler ele alınarak araştırma kapsamının genişletilmesi önerilmektedir.

Çoklu zekâ kuramında öğrenciler, kendi öğrenmelerine etkin biçimde katılmaktadırlar. Bu kuram ezberci eğitimden uzaklaşmayı sağlar, başarı oranını artırır, dersleri ilginç ve zevkli hale getirir ve anlamlı öğrenmeyi sağlar. Öğrenciler kendi zekâ özelliklerinin farkına varabilirler ve problem çözmeye, düşünmeye gibi becerilerini ve kendilerine olan güven duygularını geliştirirler. Böylece öğrencilerin kendi eğilim ve istekleri ön plana çıkar (Demirci, 2002).

Robinson'un (2009) belirttiği gibi, her bireyin yeteneğini geliştirmenin önemini tanıtmalı ve bunun her bireyde farklı şekillerde ifade edildiğini anlamalıyız.

KAYNAKÇA

1. Abacı, R. & Baran, A. (2007). Üniversite öğrencilerinin çoklu zeka düzeyleri ile bazı değişkenler arasındaki ilişki. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 4(1), 1-13.
2. Armstrong, Thomas (2006) *Multiple Intelligences in the Classroom*. Virginia: ASCD.
3. Babacan, T. ve Dilci, T., (2012). Çoklu Zeka Ölçeği'nin Türkçeye Uyarlama Çalışmaları. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 7 (3), 1306-3111.
4. Babacan,T.(2012). Sınıf Öğretmeni Adaylarının Üstbilişsel Okuma Stratejileri ile Çoklu Zeka Alanları Asındaki ilişkinin İncelenmesi.(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Cumhuriyet Üniversitesi/Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sivas.
5. Bağgeci, B., Demir, A. (2011). Eğitimde Bireysel Farklılıklar ve Önemi. 20.Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Burdur.
6. Berk, L.E. (2015). *Bebekler ve Çocuklar- Doğum Öncesinden Orta Çocukluğa-*. N. I. Erdoğan (Çev. Ed.). Ankara: Nobel Yayıncılık.
7. Demirci, C. (2002). Etkin Öğrenme Yaklaşımının İlköğretimde Uygulanması, 2002. www.Epo.Hacettepe.Edu.Tr/Eleman/Yayinlar/C-Etkin-Ogrenme.Doc.
8. Flynn, J.,R. (2007). *What is Intelligence (203-219)*.Yeni Zelanda: Cambridge University Press.
9. Gardner, H. (1999). *Intelligence Reframed: Multiple Intelligences for the 21 st Century*, NY:Basic Boks, 1999, New York.
10. Gardner, Howard (2006) *Changing Minds. The Art and Science of Changing Our Own and Other People's Minds*. Boston MA.: Harvard Business School Pres
11. Karasar, N. (2014). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Nobel Yayınevi.
12. Kornhaber, M.,L.(2020). *The Theory of Multiple Intelligences (659-678)*. *Cambridge University Press*.
13. McClellan, J. A., Conti, G. J. (2008). Identifying the Multiple intelligences of Your Students. *Journal of Adult Education*, 37 (1), 13-32.
14. Numanoğlu, G. (1999). Bilgi Toplumu ve Eğitimde Yeni Kimlikler. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi. 32, (1-2), 341-350
15. Saban, A. (2001). Çoklu Zekâ Teorisi ve Eğitim. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
16. Selçuk Z, Kayılı H. Çoklu Zeka Uygulamaları. 1. Baskı, Ankara, Nobel Yayınları, 2002,47-62.
17. Robinson, Sir Ken (2013) *Eİ Elemento. Descubrir tu pasión lo cambia todo*. Barcelona: DeBolsillo.
18. Web 1. <http://www.geocities.com>.
19. Web 2. <https://www.cornerstone.edu/blog-post/what-are-multiple-intelligences-and-how-do-they-affect-learning/>, 2018
20. Web 3 <http://www.megepmeb.com/2017/10/20171028-1.htm>

BİREYLERİN GÜNLÜK BOŞ ZAMAN KULLANIM SÜRELERİNİN TÜRKİYE-OECD ÜLKELERİNDE KÜMELEME ANALİZİ İLE İNCELENMESİ

M. Enes IŞIKGÖZ

Mardin Artuklu Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu

pdgenes@gmail.com

ÖZET

Yoğun çalışma hayatında fiziksel, psikolojik ve duygusal yönden bireylerin kendilerini daha iyi hissetmeleri için günlük zaman kullanımlarından boş zaman aktivitelerine ayırdıkları süre önemli bir yer tutmaktadır. Bu çalışmanın amacı; bireylerin günlük zaman yönetimlerinde boş zaman kullanımlarına ayırdıkları süreye göre OECD ülkelerini sınıflandırmak ve Türkiye'nin benzerlik gösterdiği OECD ülkeleri arasındaki yerini incelemektir. Çalışmanın verileri; OECD istatistik veri tabanında yer alan ve aralarında Türkiye'nin de bulunduğu otuz OECD ülkesinde, 15-64 yaş arası bireylerin günlük zaman kullanımı göstergelerinden elde edilmiştir. Zaman kullanımına ilişkin göstergeler; "iş ve çalışmaya ayrılan süre", "ücretsiz çalışmaya ayrılan süre", "kişisel öz-bakım için ayrılan süre", "boş zaman için ayrılan süre" ve "diğer" olmak üzere beş değişken altında düzenlenmiştir. Çalışmada, çok değişkenli istatistiksel analiz yöntemlerinden hiyerarşik kümeleme analizi kullanılmıştır. "Boş zaman için ayrılan süre" değişkeninin dâhil edildiği analizde, "Ward's" yönteminden ve "Kare Öklit Uzaklık" yaklaşımından yararlanılmıştır. Çalışma sonucunda otuz OECD ülkesinin, günlük zaman kullanımında bireylerin boş zamana ayırdıkları süreye göre 6 küme altında toplandığı tespit edilmiştir. Norveç'in daha yüksek, Meksika'nın ise daha düşük bir boş zaman kullanım oranı ile diğer OECD ülkelerinden ayrılarak tek başlarına birer kümeyi, Türkiye'nin; Avustralya, Macaristan, Kanada, Japonya, Luxemburg, ABD, Polonya, Avusturya ve Fransa ile birlikte OECD ortalamasına yakın bir kümeyi, Litvanya, Portekiz, Kore ve Latviya'nın OECD ortalamasının altında bir kümeyi, Yeni Zelanda, Birleşik Krallık, Hollanda, İspanya, Estonya, Slovenya, İrlanda, Belçika, Yunanistan, İtalya, İsveç, Finlandiya, Almanya ve Danimarka'nın ise OECD ortalamasının üstünde iki ayrı kümeyi oluşturdukları görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Boş Zaman Kullanımı, Kümeleme Analizi, OECD, Süre, Türkiye

ANALYSIS OF DAILY LEISURE TIME USES OF INDIVIDUALS WITH CLUSTER ANALYSIS IN TURKEY-OECD COUNTRIES

ABSTRACT

In order for individuals to feel better physically, psychologically and emotionally in busy working life, the time they spare for leisure activities from their daily time use has an important place. The purpose of this study is to classify OECD countries according to the time that individuals spare for their leisure use in their daily time management and to examine the place of Turkey among similar OECD countries. The data of the study were obtained from the daily time use indicators of individuals between the ages of 15 and 64 in thirty OECD countries including Turkey in the OECD statistical database. Time use indicators are organized under five variables namely "time allocated for work and study", "time allocated for unpaid work", "time allocated for personal self-care", "time allocated for leisure" and "other". In the study, hierarchical cluster analysis being one of the multivariate statistical analysis methods was used. In the analysis, in which the variable of "time allocated for leisure time" was included, the "Ward's" method and the "Square Euclidean Distance" approach were utilized. It has been determined following the study that thirty OECD countries are grouped under 6 clusters according to the leisure time spared by individuals in daily time use. It has been observed that Norway has a higher and Mexico has a lower leisure time usage rate, separating them from other OECD countries and making them a cluster; Turkey constitutes a cluster close to the OECD average together with Australia, Hungary, Canada, Japan, Luxemburg, USA, Poland, Austria and France; Lithuania, Portugal, Korea and Latvia constitutes a cluster below the OECD average and New Zealand, United Kingdom, Netherlands, Spain, Estonia, Slovenia, Ireland, Belgium, Greece, Italy, Sweden, Finland, Germany and Denmark form two separate clusters above the OECD average

Keywords: Leisure Use, Cluster Analysis, OECD, Duration, Turkey

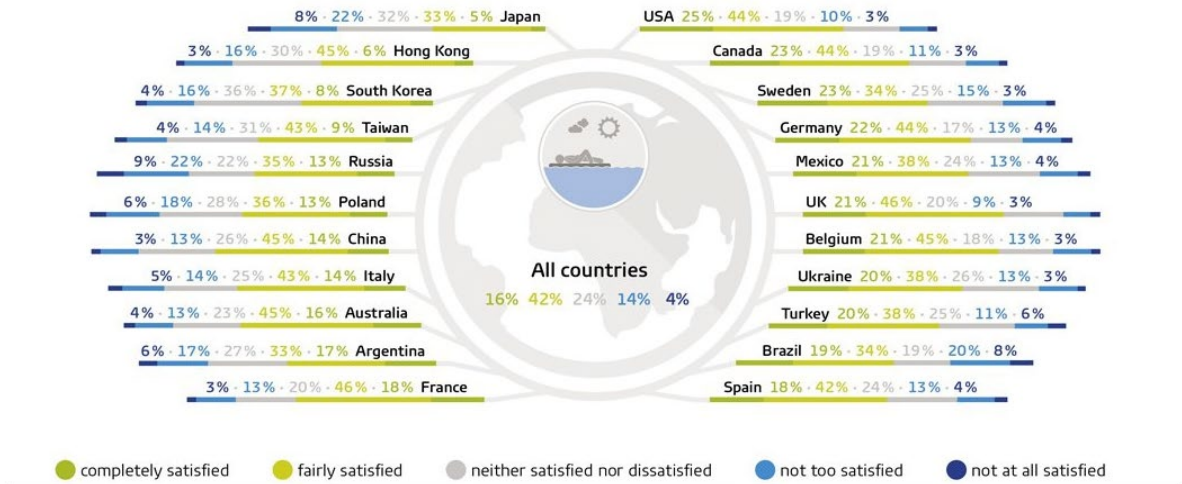
GİRİŞ

Zaman, insan yaşamının yerine göre uzun ya da kısa süreli, yinelenmesi olanaksız, başlangıcı ve sonu belli olan, saatle ölçülebilen bir bölümdür (Tezcan, 1982). Zaman önüne geçilemez bir şekilde, sabit bir hızla akıp giden ve tüm bireylerin eşit olarak sahip olduğu önemli bir değerdir (Akatay, 2003). Günümüz yaşam koşullarında zamanın bu değeri daha da önemli hale gelmiştir. Bu nedenle zamanın etkili verimli kullanılması bireyler için zorunluluk haline gelmiş, özellikle çalışma hayatının getirdiği yoğun iş temposuna, bilgi ve iletişim teknolojilerinin toplum hayatına olan hızlı yansımalarına sağlıklı bir şekilde ayak uydurulması noktasında zamanın iyi planlanmasını diğer bir ifadeyle zamanın iyi yönetilmesini gerektirmektedir. Zaman yönetimi, belirlenen ihtiyaçları karşılayabilmek

için gerekli olan amaçları oluşturup, bunların arasındaki öncelikleri belirleyerek zamanı; planlama, programlama ve listeleme yoluyla uyumlaştırmaktır (Francis-Smythe ve Robertson, 1999). Bir başka tanıma göre zaman yönetimi; zaman içerisinde bireylerin kendini meşgul ettiği faaliyetlerin yönetimi ve zamanı etkinlik dilimlerine göre başarılı bir şekilde bölmektir (Tutar, 2007).

Genel olarak zaman kullanımı; çalışma zamanı ve çalışma dışı zaman olarak iki dilime ayrılmaktadır. Çalışma zamanı; işe ayrılan ve işe bağımlı olan zaman olarak tanımlanırken, çalışma dışı zaman; yemek, uyku, vücut bakımı gibi temel fizyolojik ihtiyaçlara ilişkin olan zaman ile dinlenme ve rekreasyon amaçlı zaman olarak tanımlanmaktadır (Karaküçük, 2005). Çalışma hayatı dışındaki zaman dilimi, serbest zaman olarak da adlandırılmakta, insanların çalışmadığı, yaşam uğraşlarının ve yapmaları gerekli görevlerinin dışında kendi isteği ile geçirdiği zaman olarak tanımlanan boş zaman (Kılbaş, 1995) ise, serbest zaman içerisinde ele alınmaktadır. Boş zaman, kişinin çalışma dışı faaliyetler için kullandığı zaman aralığı olup serbest zamanın bir parçasıdır. Kişiler eğer serbest zamanlarında çalışma kaygısı olmaksızın diledikleri gibi hareket edebiliyor ve bu faaliyetlerden hoşnutluk, mutluluk duyarak tatmin oluyorsa boş zaman faaliyeti gerçekleştirmiş olmaktadır (Demir ve Demir, 2006). Bireylerin günlük zaman dilimleri içerisinde; çalışma ve zorunlu ihtiyaçları için ayırdıkları zamanın yanı sıra, çalışma hayatı dışında ayırdıkları zaman önem taşımaktadır. Çünkü birey için temel fizyolojik ihtiyaçlarını karşılamak ve geçimini sağlamak ne kadar önemli ise, boş zaman oluşturmak ve bunu en iyi şekilde değerlendirmek de o derece önemlidir (Gülbağçe, 1996). Boş zamanların değerlendirilmesi ile insanların dinlenme ve eğlenme gereksinimleri karşılanır. Böylece bireylerin hayata bağlılıkları güçlenir ve kişiler mutlu kılınmış olurlar (Tezcan, 1977). Günümüzde uzmanlar boş zamanı; kişinin fiziksel ve zihinsel yeteneklerini ve nihayetinde yaratıcı becerilerini de iyileştiren ve geliştiren neşe, zevk, keyif ve rahatlama sağlayan etkinlikleri özgürce seçip yaptığı bir zaman olarak görmektedirler (Nimec, 2002).

Günlük zaman kullanımına ilişkin yapılan araştırmalarda; bireylerin çoğunluğunun günlerini “iş, dinlenme ve eğlence” olarak ayırdıkları belirlenmiştir. Bu ayırmda en fazla zaman diliminin çalışma ve uykuya ayrıldığı, her gün sahip olduğumuz 1440 dakikanın %80-90'ını; ücretli iş, ev işi, boş zaman, yemek yemek, uyumak vb. faaliyetlerin oluşturduğu ve bu noktada ülkeler arasında pek çok benzerlik olduğu görülmüştür (Ospina, 2020). Avrupa Birliği [AB] ülkeleri arasında “Avrupa İstatistik Ofisi (EUROSTAT)” tarafından yapılan araştırmada ise, İnsanların günün neredeyse dörtte birini (%24,2) boş zaman etkinlikleri için kullandığı en yüksek boş zaman kullanım süresi ile Finlandiya'da kaydedilmiştir. 2018 yılında Finlandiya aynı zamanda insanların boş zamanlarından (süresinden) en çok memnun kaldıkları ülkedir. Diğer ülkelerden; Almanya, Yunanistan ve Belçika %23'ün üzerinde boş zaman kullanım süresine sahip ülkeler iken, Romanya %17,6 ile en düşük boş zaman kullanım süresine sahip ülke olmuştur. Toplamda ise Fransa, İtalya, Lüksemburg ve Yunanistan olmak üzere, insanların günlerinin %20'sinden daha azını boş zaman etkinlikleri için kullandıkları tespit edilmiştir. Öte yandan, Yunanistan'da ikamet eden bireyler diğer Avrupalılara kıyasla günlerinin daha büyük bir bölümünü boş zaman faaliyetlerine harcamakla birlikte, boş zamanlarından (süresinden) en memnun olmayanlar arasında yer almaktadırlar (EUROSTAT, 2021). Küresel ölçekli anketler düzenleyen Growth from Knowledge [GfK] tarafından 30.06.2015 tarihinde, aralarında Türkiye'nin de bulunduğu 22 ülkede 15 yaş ve üzeri 27.000'den fazla kişiye, boş zaman sürelerinden memnun olup olmadıkları sorulmuş, anket sonuçlarına göre insanların çoğunun sahip oldukları boş zaman süresinden memnun oldukları tespit edilmiştir. Ülkelere göre bireylerin boş zaman süresinden memnuniyetlerine ilişkin sonuçlar ile toplamda cinsiyet dağılımın göre bireylerin boş zaman süresinden memnuniyetlerine ilişkin sonuçlar Şekil-1 ve Şekil-2' de verilmiştir (GfK, 2015).

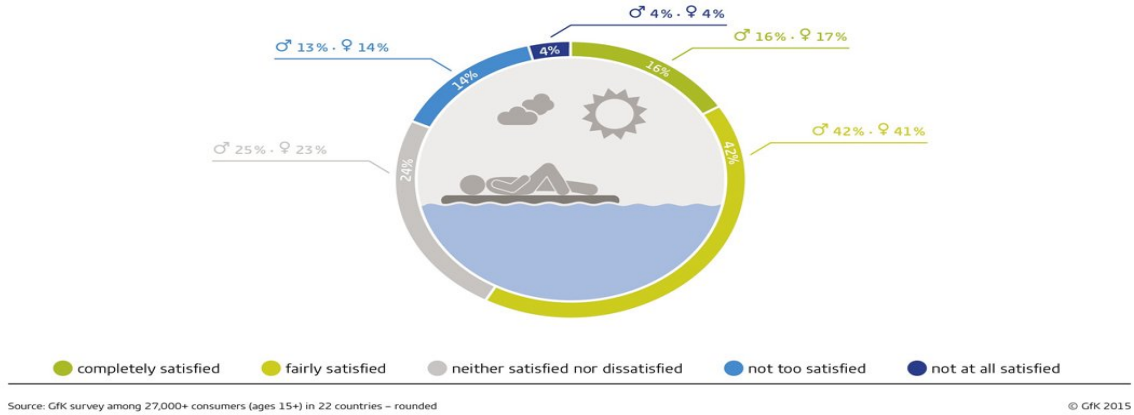


Source: GfK survey among 27,000+ consumers (ages 15+) in 22 countries - rounded

© GfK 2015

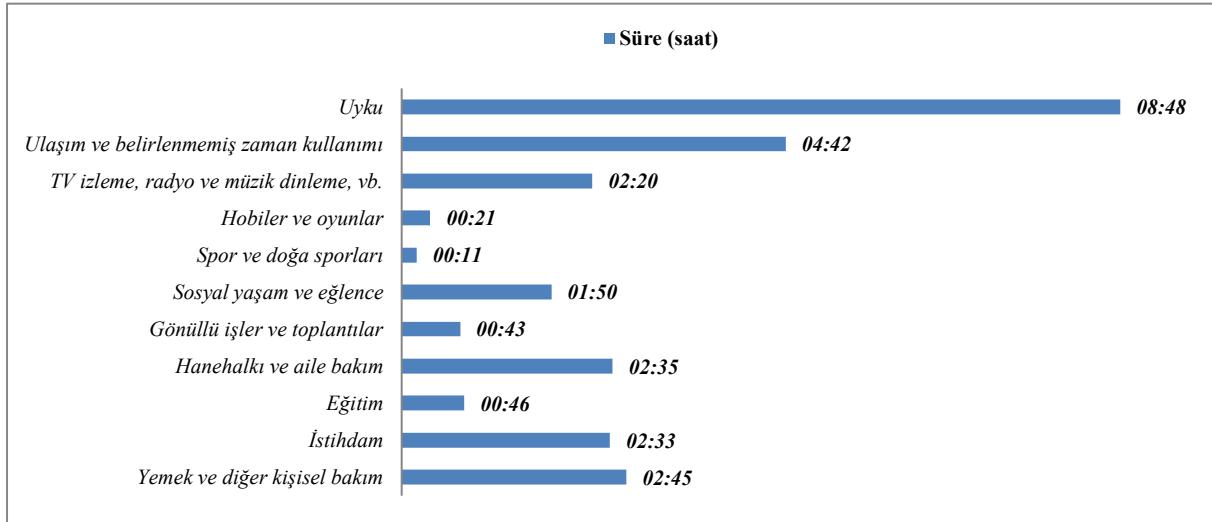
Şekil-1. Ülkelere Göre Bireylerin Boş Zaman Kullanım Süresinden Duydukları Memnuniyet (GfK, 2015).

SATISFACTION WITH THE AMOUNT OF LEISURE TIME



Şekil-2. Toplamda Cinsiyete Göre Bireylerin Boş Zaman Kullanım Süresinden Duyulan Memnuniyet (GfK, 2015).

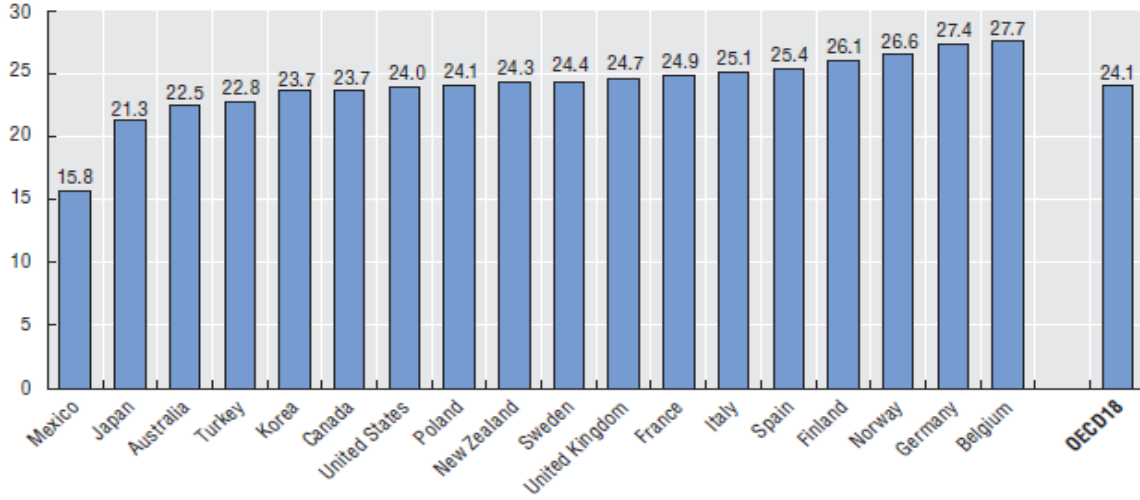
Türkiye’de’ EUROSTAT’ in başlattığı uluslararası karşılaştırılabilir nitelikte zaman kullanım anketi çalışmaları kapsamında yer alan, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından ilki 01 Ocak-31 Aralık 2006 döneminde gerçekleştirilen “Zaman Kullanım Araştırması”nın ikinci uygulaması 01 Ağustos 2014-31 Temmuz 2015 döneminde gerçekleştirilmiştir. 2014-2015 döneminde gerçekleştirilen çalışmada; bir çalışma ayı dört hafta olmak üzere 13 çalışma ayı boyunca ortalama 880 hane halkında olmak üzere Türkiye genelinde toplam 11.440 örnek hane ile anket uygulanmıştır. Ankette 10 ve daha yukarı yaştaki tüm fertlerin, bir hafta içi ve bir de hafta sonu olmak üzere iki günde 24 saat boyunca yaptığı tüm günlük faaliyetlerini 10’ar dakikalık aralıklarla hazırlanan günlüklere kaydetmeleri yoluyla bilgiler derlenmiştir. Yapılan araştırmada bireylerin; yaş, cinsiyet, eğitim durumu, gelir düzeyi, çalışma durumu gibi değişkenlere göre bir gününü hangi faaliyetlere ve ne kadar süre ayırarak geçirdikleri hakkında veriler elde edilmiştir (TÜİK, 2015). Faaliyet türüne göre 10 yaş ve üzeri kişi başına ortalama faaliyet süresine ilişkin veriler Şekil-3’ de verilmiştir.



Şekil-3. Faaliyet Türüne Göre Kişi Başına Ortalama Faaliyet Süresi [TÜİK, Zaman Kullanım Araştırması, 2014-2015] <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Zaman-Kullanim-Arastirmasi-2014-2015-18627>

Şekil-3 incelendiğinde; 2014-2015 yılı TÜİK zaman kullanımı araştırmasına göre, 10+ yaş üzeri bireylerin ortalama zamanlarının büyük bölümünü (08:48 saat) uykuya ayırdıkları, boş zaman faaliyetleri olarak değerlendirilebilecek etkinliklere (TV izleme, radyo ve müzik dinleme, vb., sosyal yaşam ve eğlence, spor ve doğa sporları, hobiler ve oyunlar) toplam 04:42 saat zaman ayırdıkları görülmektedir. Günlük yaklaşık %20 oranında boş zaman faaliyetleri için süre ayrıldığı söylenebilir. OECD’nin 2006 yılında 18 üye ülkesinde, bireylerin bir günde ortalama boş zaman kullanım süresine (%) ilişkin araştırmasında ise; 18 üye ülke ortalamasının % 24,1 olarak gerçekleştiği, en yüksek boş zaman süresine sahip ülkenin Belçika (%27,7), en düşük boş zaman kullanım süresine sahip ülkenin ise Meksika (%15.8) olduğu görülmektedir. Bireylerin günlük ortalama boş zaman kullanım

sürelerine göre Türkiye (%22,8), araştırmaya dâhil 18 OECD ülke arasında 14. sıradadır (OECD, 2009). Göstergeler Şekil-4’de verilmiştir.



Şekil-4. OECD 2006 Yılı Zaman Kullanım Anketlerine Dayalı Olarak Ülkelerin Bir Günde Ortalama Boş Zamanın Yüzdesi (<http://dx.doi.org/10.1787/548604870643>)

Küresel ölçekli olarak ülkelerin çeşitli alanlara ilişkin durum, beklenti, gelişmişlik vb. göstergelerini sunan birçok kurum, kuruluş ve iş birliğine dayalı örgüt bulunmaktadır. Bu örgütlerden biri de 1961 yılından beridir varlığını sürdüren “Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD)” dir. Sanayileşmiş ve gelişmekte olan ülkelere oluşan ve Türkiye’nin de kurucu üyesi olduğu OECD’ nin günümüzde 38 üye ülkesi bulunmaktadır. Bu ülkelerin (Türkiye, ABD, Avusturya, Kanada, Fransa, Hollanda, Lüksemburg, Almanya, İtalya, İngiltere, Belçika, Danimarka, İrlanda, Yunanistan, İsviçre, İsveç, İspanya, İzlanda, Norveç, Portekiz) 20’si kurucu ülke statüsündedir. Bu ülkelere ek olarak ilerleyen yıllarda; Japonya, Finlandiya, Avustralya, Güney Kore, Meksika ve Yeni Zelanda üye olarak Örgüte katılmışlardır. Sovyetler Birliği’nin dağılması sonrasında, 1990’lı yılların başında Batı ile uyum süreçlerine hız kazandırmak için Polonya, Macaristan, Çek Cumhuriyeti ile Slovakya da Örgüte “üye” olarak kabul edilmişlerdir. 2010 yılından sonra ise Estonya, İsrail, Slovenya, Şili, Letonya, Litvanya ve Kolombiya örgüte katılırken, en son 2021 yılında Kosta Rika örgüte dâhil olmuştur (<https://www.oecd.org/about/>). OECD’nin en temel amaçları: Ekonomik büyüme, mali istikrar, ticaret ve yatırım, teknoloji, yenilik, girişimcilik ve kalkınma alanlarında işbirliği yoluyla refahın sağlanması ve yoksullukla mücadele konularında hükümetlere yardımcı olmak; Ekonomik ve sosyal gelişme ile çevrenin korunması arasındaki dengeyi gözetmek; Herkes için iş imkânı yaratılması ve sosyal eşitlik ile etkin ve sağlıklı bir yönetim gerçekleştirilmesi ve yeni gelişme ve sorunları anlamak ve bunlara çözüm üretmek konularında hükümetlere tavsiyelerde bulunmaktır (https://www.mfa.gov.tr/iktisadi-isbirligi_ve-gelisme-teskilati_oecd_tr.mfa). Bu çalışma; OECD ülkelerinde bireylerin günlük zaman yönetimlerinde boş zaman kullanımlarına ayırdıkları süreye göre benzer ülkeleri belirlemek ve Türkiye’nin benzerlik gösterdiği ve ayrıştığı OECD ülkeleri arasındaki yerini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

YÖNTEM

OECD ülkelerinde bireylerin günlük zaman yönetimlerinde boş zaman kullanımlarına ayırdıkları süreye göre benzer ülkeleri belirlemek ve Türkiye’nin benzerlik gösterdiği ve ayrıştığı OECD ülkeleri arasındaki yerini ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmada, çok değişkenli istatistiksel analiz yöntemlerinden kümeleme analizi kullanılmıştır. Kümeleme analizi, bir araştırmada incelenen birimleri aralarındaki benzerliklerine göre belirli gruplar içinde toplayarak sınıflandırma yapmayı, birimlerin ortak özelliklerini ortaya koymayı ve bu sınıflar ile ilgili genel tanımlar yapmayı sağlayan bir analiz yöntemidir (Kaufman ve Rousseuw, 1990). Kümeleme analizinin en belirgin özelliği kümelerin kendi içlerinde homojen aralarında ise heterojen olmasıdır. Faktör analizine benzemesine rağmen, kümeleme analizinde değişkenler bağımlı ve bağımsız değişken olarak ayrılmamaktadır. Kümeleme analiz yöntemleri hiyerarşik (aşamalı) ve hiyerarşik olmayan (aşamalı olmayan) kümeleme yöntemleri olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır. Hiyerarşik kümeleme yönteminde küme sayısı önceden bilinmemekte olup analiz sonucunda karar verilir. Hiyerarşik olmayan kümeleme yöntemi ise küme sayısının önceden belirlenmesi gerekmektedir (Özdamar 2018). Bu çalışmada, OECD ülkelerinde bireylerin günlük zaman yönetimlerinde boş zamanları kullanımlarına ayırdıkları süreye ilişkin benzerlikleri ve farklılıklarına göre kümeleneceğinden hiyerarşik kümeleme yöntemi kullanılacaktır.

Çalışmanın verileri OECD istatistik veri tabanından temin edilmiştir. Aralarında Türkiye’nin de bulunduğu 30 OECD ülkesinde, 15-64 yaş arası bireylerin günlük zaman kullanımlarının; “iş ve çalışmaya ayrılan süre”,

“ücretsiz çalışmaya ayrılan süre”, “kişisel öz-bakım için ayrılan süre”, “boş zaman için ayrılan süre” ve “diğer” olmak üzere 5 gösterge başlığı toplanan veriler, en son 18.02.2021’ de güncellenmiştir (https://stats.oecd.org/viewhtml.aspx?datasetcode=TIME_USE&lang=en#). Çalışmada yer alan 30 OECD ülkesine ilişkin zaman kullanımı göstergeleri Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. OECD Ülkelerinde Günlük Zaman Kullanımı (dk)

Ülke	Ücretli çalışma veya eğitime ayrılan süre ^a	Ücretsiz çalışmaya ayrılan süre ^b	Kişisel bakım için ayrılan süre ^c	Boş zaman etkinlikleri için ayrılan süre ^d	Diğer ^e	Günlük boş zaman kullanım oranı (%)
1. Australia	238	243	657	281	20	19,53
2. Austria	306	202	632	291	8	20,22
3. Belgium	236	192	664	339	9	23,57
4. Canada	305	186	637	279	34	19,37
5. Denmark	225	217	659	329	10	22,84
6. Estonia	256	208	663	309	5	21,49
7. Finland	229	197	640	331	43	22,99
8. France	204	181	752	294	9	20,38
9. Germany	248	196	648	331	17	23,00
10. Greece	228	180	685	341	6	23,71
11. Hungary	238	229	683	281	9	19,54
12. Ireland	268	210	609	312	41	21,69
13. Italy	177	219	708	323	13	22,45
14. Japan	363	132	620	278	47	19,33
15. Korea	344	132	678	258	28	17,93
16. Latvia	330	196	641	269	4	18,67
17. Lithuania	315	224	646	247	8	17,13
18. Luxembourg	285	179	686	276	14	19,19
19. Mexico	349	264	634	172	21	11,94
20. Netherlands	243	186	682	315	15	21,86
21. New Zealand	270	204	648	301	17	20,90
22. Norway	241	196	627	368	7	25,57
23. Poland	260	226	657	286	11	19,87
24. Portugal	295	223	676	241	6	16,71
25. Slovenia	265	231	628	311	6	21,57
26. Spain	202	217	692	316	13	21,95
27. Sweden	293	196	622	321	6	22,33
28. Türkiye	246	186	682	286	40	19,84
29. United Kingdom	262	195	645	306	32	21,22
30. United States	289	219	652	286	24	19,83
OECD Ülke Ort.	267	202	658	296	18	20,55

^aÜcretli çalışma veya öğrenme faaliyetleri arasında tüm ücrete tabi işler, iş arama, her kademedeki eğitim faaliyetleri, araştırma/ev ödevi, ev ile iş/okul arası yol sayılabilir.

^bÜcretsiz çalışma sayılabilecek faaliyetler ise rutin ev işleri, alışveriş, ev ve çocuk bakımı, gönüllü işler, ev halkıyla ilişkili seyahatlerdir.

^cKişisel bakıma ilişkin faaliyetler arasında uyumak yemek yemek gibi temel ihtiyaçlar, kişisel veya ev halkının sağlık bakımını yapmak veya bu bakımı almak, dini/ruhani ihtiyaca ilişkin seyahatler, dinlenme ve planlama yer almaktadır. ^dSosyalleşmeye ayrılan zaman, eğlence ve spor aktivitelerine katılma, hobiler, boş zaman faaliyetleri ve spor faaliyetleri sayılabilir.

^eManevi ve dini faaliyetlerde ve vatandaşlık yükümlülüklerinde veya belirtilmemiş faaliyetlerde harcanan zaman.

Tablo 1’den elde edilen veriler SPSS 22 paket programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Analize dahil değişkenler Tablo 2’de gösterilmiştir. Çalışmada az sayıda gözlemin kümelenebilmesinde kullanılabilir olması ve daha doğru sonuçlar vermesi nedeniyle hiyerarşik kümeleme analizi yöntemlerinden biri olan “Ward’s” yönteminden ve bu yöntemin “Kare Öklit Uzaklık” yaklaşımından yararlanılmıştır. Ward’s yöntemi, bir kümenin ortasına düşen gözlemin, aynı kümenin içinde bulunan gözlemlerden ortalama uzaklığını esas almakta olup toplam sapma karelerinden yararlanır. Ward’s yönteminde gözlemler arası uzaklık değerlerinin ölçülmesinde “Kare Öklit Uzaklık” yaklaşımı kullanılmaktadır (Alpar, 2017; Kalaycı, 2014; Özdamar, 2018). Bu kapsamda OECD ülkelerinde günlük zaman kullanımını oluşturan değişkenlerden; “Boş Zaman Etkinlikleri İçin Ayrılan Süre” değişkeni analize dâhil edilmiştir.

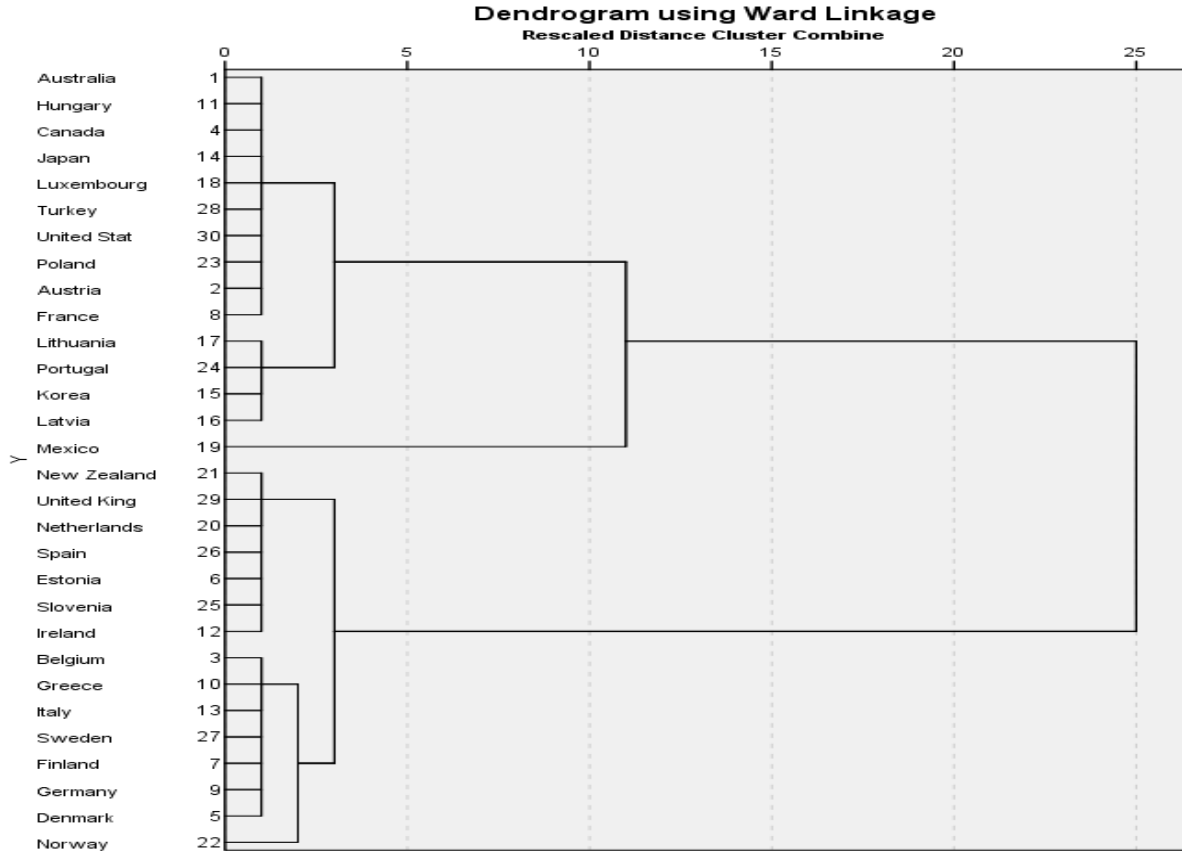
BULGULAR

Tablo 2. Yığışım Tablosu (Agglomeration Schedule)

Aşama	Birleştirilmiş Küme		Katsayılar	Kümenin İlk Görüldüğü Aşama		Sonraki Aşama
	Küme 1	Küme 2		Küme 1	Küme 2	
1	1	11	0,011	0	0	15
2	7	9	0,024	0	0	12
3	28	30	0,046	0	0	4
4	23	28	0,230	0	3	18
5	4	14	0,422	0	0	11
6	6	25	1,095	0	0	13
7	20	26	1,927	0	0	17
8	13	27	3,511	0	0	20
9	3	10	5,592	0	0	23
10	2	8	8,306	0	0	18
11	4	18	11,622	5	0	15
12	5	7	14,937	0	2	20
13	6	12	18,525	6	0	17
14	21	29	28,786	0	0	21
15	1	4	42,644	1	11	22
16	17	24	60,286	0	0	24
17	6	20	86,140	13	7	21
18	2	23	138,017	10	4	22
19	15	16	193,985	0	0	24
20	5	13	269,955	12	8	23
21	6	21	394,978	17	14	26
22	1	2	606,302	15	18	27
23	3	5	856,198	9	20	25
24	15	17	1252,606	19	16	27
25	3	22	2471,104	23	0	26
26	3	6	4925,502	25	21	29
27	1	15	7537,892	22	24	28
28	1	19	17490,366	27	0	29
29	1	3	40436,549	28	26	0

Tablo 2’ de 30 OECD ülkesinde boş zaman kullanım süreleri (dk) değişkenine ait verilerin kümeleme analizine tabi tutulması neticesinde elde edilen yığışım tablosuna ilişkin veriler görülmektedir. Yığışım tablosunda ilk aşama kümeleme analizinin aşamalarını göstermektedir. Aşama sütununa göre OECD ülkelerinin 29 aşama sonrası tek bir kümede toplandığı, “Birleştirilmiş Küme” sütununun ilk aşamasına göre ise birbirine en yakın gözlenen iki ülkenin “Avustralya(1)” ve “Macaristan(11)” olduğu görülmektedir. “Avustralya(1)” ve “Macaristan(11)” arasında gözlenen “Kareli Öklid Uzaklık (Squared Euclidean Distance)” ise 0,011’dir. Her iki ülkede boş zaman etkinlikleri için ayrılan süre (281 dk.) zaten aynıdır. Sonraki aşama sütunu ise, o satırdaki iki gözlemin hangi aşamada bir diğer gözlemlerle birleşerek kümeleştiğini göstermektedir. Sonraki aşamanın 15. aşama olduğu görülmektedir.

Bu aşamada; “Avustralya(1)” ve “Macaristan(11)” 15. aşamada olan Kanada’yı(4) aralarına alarak bir küme oluşturduklarını görmekteyiz. İkinci aşamada birbirine en yakın iki ülke Finlandiya(7) ve Almanya(9)’dır. Bu iki ülke arasında gözlenen “Kareli Öklid Uzaklığı” ise 0,024’tür. Finlandiya(7) ve Almanya(9)’ya ise 12. aşamada, 7.ülke olan Danimarka(7)’nin katıldığı ve ikinci bir küme oluşturdukları görülmektedir. Kümeleneleme ilişkin bu aşamalar 29. aşamaya kadar devam etmekte ve son aşamalara doğru ülkeler arası “Kareli Öklid Uzaklık” iyice artarak tüm ülkelerin tek bir küme altında birleştikleri görülmektedir. Tablo 2 incelendiğinde; birinci aşamada, 1. ve 11. ülkeler arasındaki mesafe 0,011 iken, son aşamada bulunan 1. ve 3. ülke arasındaki mesafe 40436,549 olmuştur. Kümeleneleme ilişkin Dendrogram (Ağaç Grafiği) Şekil 5’te verilmiştir.



Şekil 5. Ward Yönetime İlişkin Dendrogram

Çalışmada öncelikle Ward's yöntemi ile kümeleme analizi yapılmıştır. Ward yönetiminden elde edilen Şekil 4'teki ağaç grafiği incelendiğinde; ülkelerin (1.....8), (17.....16), (19), (21.....12), (3.....5) ve (22) olarak 6 grupta kümelendikleri görülmektedir. Birinci kümede, 9 ülke; ikinci kümede 3 ülke; üçüncü kümede 1 ülke; dördüncü ve beşinci kümede 6'şar ülke ve son olarak altıncı kümede 1 ülkenin yer aldığı görülmektedir. Bu kümeleme biçiminde yığışım tablosu ile ağaç grafiği tutarlılık göstermektedir. Kümeleme sonuçları tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Kümelene Tablosu

Küme No	Küme Elemanı
1	Avustralya, Macaristan, Kanada, Japonya, Luxemburg, Türkiye, ABD, Polonya, Avusturya, Fransa
2	Litvanya, Portekiz, Kore, Latviya
3	Meksika
4	Yeni Zelanda, Birleşik Krallık, Hollanda, İspanya, Estonya, Slovenya, İrlanda
5	Belçika, Yunanistan, İtalya, İsveç, Finlandiya, Almanya, Danimarka
6	Norveç

Tablo 3 incelendiğinde; OECD ülkelerinde 15-64 yaş arası bireylerin günlük zaman kullanımları içinde boş zaman sürelerine ilişkin oluşan kümeler görülmektedir. Otuz OECD ülkesinin analize dâhil edilmesi sonucunda, 6 farklı küme elde edilmiştir. Günlük zaman kullanımı içindeki boş zaman kullanımı süresine ilişkin hiyerarşik kümeleme analizi sonucunda, dikkat çeken kümeler tek başına Meksika'nın yer aldığı 3. ve Norveç'in yer aldığı 6. kümelerdir. Norveç'te OECD ülkelerine oranla bireylerin daha yüksek bir boş zaman kullanım oranına (%25,57; OECD; %20,55.) sahip olması ile diğer ülkelere ayrılmakta ve tek başına bir kümeyi oluşturmaktadır. 3. kümede yer alan Meksika ise OECD ülkelerine oranla bireylerinin en düşük bir boş zaman kullanım oranına (%11,94; OECD; %20,55) sahip olması ile yine diğer ülkelere ayrılmakta ve tek başına bir kümeyi oluşturmaktadır. Boş zaman kullanım oranı olarak Türkiye'nin (%19,84) yer aldığı 1. kümede; Avustralya, Macaristan, Kanada, Japonya, Luxemburg, ABD, Polonya, Avusturya ve Fransa bulunmaktadır. Bu kümedeki ülkelere bireylerin boş zaman kullanım oranlarının OECD ortalamasına (%20,55) yakın olduğu görülmektedir. 2. Kümede yer alan; Litvanya, Portekiz, Kore ve Latviya OECD ortalamasının (%20,55) altında, 4. kümede yer alan; Yeni Zelanda, Birleşik Krallık, Hollanda, İspanya, Estonya, Slovenya ve İrlanda ile 5. Kümede yer alan: Belçika, Yunanistan,

İtalya, İsveç, Finlandiya, Almanya ve Danimarka'nın ise boş zaman kullanım oranlarının OECD ortalamasının (%20,55) üstünde olduğu görülmektedir.

SONUÇ

Bu çalışmada, otuz OECD üyesi ülkesinde bireylerin günlük zaman (1440 dk) kullanımları içinde boş zaman sürelerine ilişkin veriler dikkate alınarak kümeleme analizi ile bir sınıflandırma yapılması amaçlanmıştır. Bu amaçla hiyerarşik kümeleme analizinde Ward's kümeleme analizi yönteminden yararlanılmıştır. Çalışma sonucunda; bireylerin günlük zaman kullanımları içinde boş zaman sürelerine göre otuz OECD üyesi ülkesinin altı kümeye ayrıldığı görülmüştür. 6. kümede yer alan OECD üyesi "Norveç" 'in en yüksek boş zaman süresi açısından ilk sırada yer aldığı, bu kümeyi 5. kümede yer alan "Belçika, Yunanistan, İtalya, İsveç, Finlandiya, Almanya ve Danimarka" ile 4. kümede yer alan "Yeni Zelanda, Birleşik Krallık, Hollanda, İspanya, Estonya, Slovenya ve İrlanda" ülkelerinin takip ettiği tespit edilmiştir. Boş zaman kullanımı süresi olarak 4., 5. ve 6. kümedeki ülkeler, OECD ülke ortalamasının üstünde yer almaktadırlar. Türkiye'nin de yer aldığı 1. kümede bulunan; "Avustralya, Macaristan, Kanada, Japonya, Luxemburg, ABD, Polonya, Avusturya ve Fransa" ülkelerinde, günlük boş zaman kullanım süresi olarak OECD ülke ortalamasının kısmen altında kaldıkları, diğer bir ifade ile ortalamaya yakın oldukları, 2. kümede yer alan; "Litvanya, Portekiz, Kore ve Latviya" ülkelerinin OECD ortalamasının altında kaldıkları, 3. kümede yer alan "Meksika" nın ise OECD ortalamasının çok altında ve en geride kaldığı saptanmıştır. OECD, çeşitli tarihlerde ülkelerden elde ettiği bu göstergeleri en son 18.02.2021 tarihinde güncellediğini belirtmiştir. OECD'nin 2006 yılındaki bir başka araştırma göstergeleri incelendiğinde; benzer bulguların olduğu görülmektedir. 18 üye ülkesinde yapılan bu araştırma göstergelerine göre; en yüksek boş zaman süresine sahip ülkenin Belçika, en düşük boş zaman kullanımı süresine sahip ülkenin ise yine Meksika' nın olduğu görülmüştür. Türkiye ise 18 OECD ülke arasında 14. sırada yer almıştır (OECD, 2009). TÜİK'in 2014-2015 yılı zaman kullanım araştırmasında, 10+ yaş üzeri bireylerin, gün içinde en fazla uykuya zaman ayırdıkları, uykudan sonra en fazla zamanın, 2 saat 45 dakika ile yemek ve diğer kişisel bakım faaliyetlerine, bu faaliyetleri, 2 saat 35 dakika ile hane halkı ve aile bakımı ve 2 saat 33 dakika ile istihdam faaliyetlerinin izlediği belirlenmiştir. Araştırmada ayrıca; eğitim seviyesi yükseldikçe sosyal yaşam ve eğlenceye ayrılan sürenin azaldığı, hobi ve oyun faaliyetleri ile spor ve doğa sporlarına en fazla 10-14 yaş grubundaki fertlerin zaman ayırdığı, fertlerin bir günde spora ayırdıkları ortalama sürenin 11 dakika olduğu tespit edilmiştir. Fertlerin son dört hafta içinde boş zamanlarını değerlendirmek üzere yaptıkları eğlence ve kültür faaliyetlerinin dağılımı incelendiğinde ise; 10 ve daha yukarı yaştaki fertlerin en fazla yaptıkları faaliyetlerin %94,6 ile televizyon izlemek, %69,9 ile akraba ziyaretinde bulunmak ve %55,7 ile arkadaş ziyaretinde bulunmak olduğu görülmüştür (<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Zaman-Kullanim-Arastirmasi-2014-2015-18627>).

Gerek ulusal ve gerekse uluslararası düzeyde yapılan bu araştırma bulgularına göre Türkiye'de boş zaman kullanım süresinin benzerlik gösterdiği görülmektedir. Ülkelerin kalkınmışlık ve insanların refah düzeyleri dikkate alındığında 4., 5. ve 6. kümede yer alan ülkelerin benzer statüye sahip oldukları söylenebilir. Fakat kalkınmışlık düzeyi ve refah seviyesinin günlük zaman içerisinde boş zaman etkinliklerinin planlamasına ayrılan süre için tek başına anlamlı bir gösterge olmamaktadır. Örneğin Japonya ve Kore'de bireylerin günlük boş zaman için kullandıkları süre OECD ülke ortalamasının altındadır. Ancak bu ülkelerde ücretli çalışma ve eğitim için ayrılan süre, diğer ülkelere göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Boş zaman kullanım süresine göre kümelenen ülkelerde, günlük iş, eğitim, kişisel bakım, günlük rutin ihtiyaçlar için ayrılan sürelerin de bu kümelenme üzerinde etkili olduğu görülmektedir.

KAYNAKLAR

Akatay, A. (2003), Örgütlerde zaman yönetimi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10, 282-300.

Alpar, R. (2017). *Uygulamalı çok değişkenli istatistiksel yöntemler-5. Baskı*. Detay Yayıncılık.

Demir, C. ve Demir, N. (2006). Bireylerin boş zaman faaliyetlerine katılmalarını etkileyen faktörler ile cinsiyet arasındaki ilişki: Lisans öğrencilerine yönelik bir uygulama. *Ege Academic Review*, 6(1), 36-48.

EUROSTAT (2021). Quality of life indicators-leisure. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Quality_of_life_indicators_-_leisure#Time_spent_on_leisure_activities, Erişim tarihi:10.08.2020

Francis-Smythe, J.A., and Robertson, I.T. (1999). On the relationship between time management and time estimation. *British Journal of Psychology*, 90(3), 333-347.

GfK (2015). Satisfaction with the amount of leisure time. Country ranking for "Satisfaction with the amount of leisure time" <https://www.gfk.com/insights/satisfaction-with-the-amount-of-leisure-time>, Erişim tarihi: 10.08.2021

- Gülbahçe, . (1996). *Boş zamanları değerlendirme alışkanlıkları* (Tez No. 51928). [Yüksek lisans tezi, Atatürk Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden edinilmiştir.
<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Zaman-Kullanim-Arastirmasi-2014-2015-18627>, Erişim tarihi:10.07.2021
<http://dx.doi.org/10.1787/548604870643>, Erişim tarihi: 13.06.2021
https://stats.oecd.org/viewhtml.aspx?datasetcode=TIME_USE&lang=en#, Erişim tarihi: 10.07.2021
https://www.mfa.gov.tr/iktisadi-isbirligi_ve-gelisme-teskilati-oeecd_tr.mfa, Erişim tarihi: 20.07.2021
<https://www.oecd.org/about/>, Erişim tarihi: 10.07.2021
- Kalaycı, ř. (2014). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri-5.Baskı*. Asil Yayın Dağıtım.
- Karaküçük, S. (2005). *Rekreasyon: Boş zamanları değerlendirme*. Gazi Kitabevi.
- Kaufman, L. and Rousseeuw, P.J. (1990). *Finding groups in data: An introduction to cluster analysis*. Wiley-Interscience.
- Kılbaş, ř. (1995). *Gençlik ve boş zamanı değerlendirme*. Adana Çukurova Üniversitesi Basımevi.
- Nimec, J. (2002). *Kapitoly ze sociální pedagogiky a pedagogiky volného asu*. Brno: Paido.
- OECD (2009). Special focus: Measuring leisure in OECD countries. <https://www.oecd.org/berlin/42675407.pdf>, Erişim tarihi: 10.08.2021
- Ospina, E.O. (2020). How do people across the world spend their time and what does this tell us about living conditions?, <https://ourworldindata.org/time-use-living-conditions#licence>, Erişim tarihi: 10.08.2021
- zdamar, K. (2018). *Paket programlar ile istatistiksel veri analizi-2*. Nisan Yaymevi.
- Tezcan, M. (1977). *Boş zamanlar sosyolojisi*. Doğan Matbaası.
- Tezcan, M. (1982). *Sosyolojik açıdan bos zamanların değerlendirilmesi*. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları.
- Tutar, H. (2007). *Zaman yönetimi*. Seçkin Yayıncılık.
- TK (2015). Zaman kullanım araştırması mikro veri seti. <https://www.tuik.gov.tr/media/microdata/pdf/zaman-kullanimi-arastirmasi.pdf>, Erişim tarihi: 10.07.2021

BIRTH, DEVELOPMENT AND APPLICATIONS OF QUANTUM PHYSICS: A TRANSDISCIPLINARY APPROACH

PAOLO DI SIA

University of Padova, School of Science, Department of Physics and Astronomy, Padova, Italy

University of Padova, School of Medicine, Department of Neurosciences, Padova, Italy

paolo.disia@gmail.com

www.paolodisia.com

ABSTRACT

The last century has been a period of extreme interest for scientific research, marked by the overcoming of the classical frontiers of scientific knowledge. Research oriented towards the infinitely small and infinitely big, in both cases beyond the borders of the visible. Quantum physics brought to a new Copernican revolution, opening the way to new questions that led to a new view of reality. At the same time, advanced theories have developed, involving every field of science, philosophy and art, rediscovering the link between unity and totality and the importance of the human potential. In a transdisciplinary approach, we consider the birth, development and important applications of quantum physics, the world of nanotechnology, pointing out on new ideas about the concepts of vacuum and entanglement, metaphysical aspects, so as the introduction of different interpretative approaches to the concept of “empty space”.

Keywords: Modern Physics, Contemporary Physics, Vacuum, Entanglement, Education, Human Being, Metaphysics, Nanotechnology.

INTRODUCTION

The last century has been an extremely interesting period for scientific research; the feeling was that science had reached the frontiers of classical knowledge. Scientists focused more attention both on the microscopic world, i.e. the infinitely small, and on the infinitely large, i.e. the universe. It arises the need to look beyond the frontiers of the visible, beyond the natural classical field of action, to probe what until then had remained unprobed.

In particular, the “new physics”, that is “quantum physics”, placed the unknowable at the center of any possible speculation about this new path of knowledge. Over the next few years, this led to a revolution in the development of human thought, with the arrival of questions that would have led to a new vision of the universe.

Along with research into the depths of the infinitely small and large, theories involving every field of science, philosophy and art were also developed. The birth and development of psychoanalysis directed interest towards the depths of the human soul, with connections to various other human sciences. All this global research led to the rediscovery of unity, with everything linked to the whole, and to the enhancement of man’s intuitive and creative abilities, as well as his unexplored potential (Di Sia, 2021^a; Di Sia, 2021^b).

The surprises of quantum physics

Thanks to quantum theory, radical changes have taken place regarding the concept of reality; in its final form, this theory has concentrated the new ideas of modern physics. One of the greatest crises of classical physics started in 1900 with German physicist Max Planck (1858-1947), although as young man he was advised not to undertake studies in physics, as at that time it seemed that almost everything had been discovered in the physical field. This vision of physics was fueled by the triumphs of Newton’s laws on mechanics and Maxwell’s laws on electromagnetism (Heisenberg, 2007).

The experiments of his group on black body radiation did not lead to the expected results. Planck had an original intuition that led him to elaborate an idea destined to write a memorable page in the history of physics. In December 1900 Planck presented his report, arguing that the exchanges of energy in the phenomena of emission and absorption of electromagnetic radiation occur in a “discrete form”, and “not in a continuous form” as claimed by the classical electromagnetic theory, according to the relation:

$$E = h\nu \quad (1)$$

where E is the energy, ν is the frequency of the radiation and h a constant, then called Planck’s constant, also called “quantum of action”, with value given by: $h = 6.626 \cdot 10^{-34}$ J s.

This paved the way for quantization, i.e. to the fact that the fundamental physical quantities did not evolve continuously, but could only assume multiple discrete values of this constant. Planck’s constant is one of the universal constants of Nature (Planck, 2014).

Planck’s theory, later reworked by Albert Einstein and Niels Bohr, began a new path related to subatomic particles. In followed years it was learned that the basis of the solidity of the real world is given by tiny particles that represent essentially “empty space”, with positions distributed in clouds of probability.

In 1905 the German naturalized Swiss and American physicist Albert Einstein (1879-1955) resumed Planck’s theory highlighting the quantum nature of light; he demonstrated how electromagnetic radiation was not just a

“wave”, but a set of “discrete particles”, the “photons”. This is the “photoelectric effect”.

Following Einstein’s discoveries, in 1924 the French physicist and mathematician Louis De Broglie (1892-1987) postulated the “wave-particle dualism” of matter, a central part of the theory of quantum mechanics: each moving particle is associated with a wave and the link between wave variables and those of a particle depend on Planck’s constant. To a particle of energy E is associated a wave of wavelength:

$$\lambda = \frac{h}{mv} \Leftrightarrow p = \frac{h}{\lambda} \quad (2)$$

These wave-like aspects of matter received experimental confirmation in 1927. Each particle is therefore endowed with a double descriptive modality:

- “energetic” mode (wave representation);
- “material” mode (particle representation).

However, it is not possible to simultaneously reveal all the characteristics of a particle or a system; this fact was studied in particular by the German physicist Werner Heisenberg (1901-1976). He reasoned on the idea that in microscopic physics the uncertainties in the measurements of position and momentum could not be reduced to zero at the same time, due to the inevitable interaction between the object to be measured and the instruments needed to observe it; the more we know about the particle’s position, the less we know about its momentum, and vice versa. This indeterminacy also exists between energy and time variables.

These arguments have remained in history as “Heisenberg’s uncertainty principle”, enunciated in 1927; it is a principle that plays a fundamental role in the interpretation of microscopic reality and is connected to the Planck’s constant:

$$\Delta x \cdot \Delta p_x \geq \frac{\hbar}{2}; \quad \Delta E \cdot \Delta t \geq \frac{\hbar}{2} \quad (3)$$

According to this principle, it is not possible to force a particle into a certain position. Following the De Broglie’s idea, the Austrian physicist Erwin Schrödinger (1887-1961) elaborated an equation relating to the nascent theory, which marks an analogy with respect to Newton’s equations of the macroscopic world. This is the Schrödinger equation:

$$i\hbar \frac{\partial \Psi}{\partial t}(\vec{r}, t) = H \Psi(\vec{r}, t) \quad (4)$$

with i imaginary units, $r = (x, y, z)$ generic point of the space, Ψ wave function and H Hamiltonian operator.

This equation studies, in a deterministic way, the temporal evolution of a quantity called “wave function”, a central concept of quantum physics and whose interpretation is still today subject of debate. This function would represent a sort of electron diffusion around the atomic nucleus (Di Sia, 2020).

The wave function does not propagate in the ordinary three-dimensional space, but lives in a space called “configurations space”, of which we can give a mathematical representation; it is a complex Hilbert space. The values that the function assumes in this space are related to the probability of finding the particle represented by the wave function at that point.

This leads to think on science as a reality that cannot describe Nature in its entirety and totality, but gives us a partial knowledge of it; in this case it answers questions about the possible results of the measurements. Before the measurement, the state of the system is in a state of “superposition” of all possible states; after taking the measurement, the system “collapses” into a certain state.

This also leads to two different interpretations:

- of “ontological” type: the wave function represents the reality as it is, and its collapse is the natural evolution of the system following the interaction with the surrounding environment;
- of “epistemological” type: the wave function represents at the maximum degree our limited knowledge of the state of the system and its collapse is not a real physical process, but the updating of our knowledge on the state of the system.

Elementary particles are not just particles, which can be visualized as tiny balls of matter (possibly electrically charged), but they are “waves and particles at the same time”. They cannot therefore be located in a specific point in space, but they are everywhere in relation to the delocalization of their wave function. Therefore, the electrons do not literally orbit around the nucleus; their wave functions form three-dimensional structures called orbitals in the space surrounding the nucleus, linked to the probability of finding the electron in a specific spatial region around the nucleus.

With quantum physics we passed from the Democritus hypothesis of an indivisible atom as a building block of primary substance to a set of particles in continuous motion with a “double reality”, a corpuscular and wave reality, governed by the laws of probability and by the uncertainty (Murdoch, & Murdoch, 1989; Di Sia, 2017).

A new concept of emptiness

The atom is a substantially an empty structure. About its size, the atomic nucleus (consisting of protons and neutrons, made up of quarks held together by gluons) has an average size of the order of 10^{-15} meters; electrons

move at an average distance of about 10^{-11} meters from it. Therefore, more than 99% of the space occupied by an atom is empty.

Despite this vacuum situation, matter is solid thanks to the electromagnetic forces that hold its fundamental elements together. Electrons do not respond to the laws of classical physics, but to those of quantum physics; in normal conditions they can only occupy discrete energy states starting from a minimum level. The uncertainty principle prevents the electronic cloud from falling on the nucleus, which would happen following the classical laws.

It is this emptiness that we must refer to when thinking to forms and substance, a vacuum that structures the universe; the multitude of events is realized by particles through different rules of ordering and movement (Di Sia, 2015).

Almost all particles have mass (at rest); being mass and energy linked by the Einstein's relation:

$$E = mc^2 \quad (5)$$

we can say that all elementary particles are made up of energy. We could therefore consider energy as the "first substance" of the cosmos; it has the essential property of being conserved.

In the modern particle accelerators of the world, we are witnessing collisions between particles that give rise to new others; they are experiments providing evidence that all particles are composed of the same substance, i.e. energy.

According to quantum field theory, the physical vacuum does not appear to be nothing, but a potentially active reality, related to the continuous process of creation and destruction of matter.

Microcosm and macrocosm

What happens in the infinitely small, at subatomic level, is revolutionizing the human knowledge about the surrounding reality, which appears so different from that described by quantum physics.

In the macroscopic world everything seems to be:

- deterministic: it is always possible to know position and speed of an object at the same time;
- linear: a movement from a point P_1 to a point P_2 is performed continuously, passing over each point that separates them;
- causal: between two correlated phenomena there is always a cause-effect link;
- local: distant objects cannot be influenced instantly.

Classical reality rests on these foundations, which have determined and influenced the deductive scientific thinking.

In quantum reality, however, what has been indicated above is contradicted. In relation to the four main indicated properties, we can say:

- uncertainty: the Heisenberg principle establishes precise limits in the measurement of the values of conjugate or incompatible physical quantities. Following the interference of a quantum system with a measurement system, a precise prediction is not possible;
- non-linearity: in the case of a transition from an energy potential to another, a particle such as the electron does not travel through all the points that separate the two extreme points, but performs a sort of instantaneous quantum leap between the two levels (and in the operation it absorbs or gives a photon) without assuming intermediate energy values;
- non-causality: the values of an observable quantity are obtained in a non-deterministic way through a probability distribution uniquely identified by the state of the system;
- non-locality: new phenomena, such as the "quantum entanglement", show that two entangled particles can instantly influence each other even if they are at very great distances between them, overcoming the barrier of the finite speed of light as means of communication.

Elementary particles constitute the real world and yet the laws that govern their dynamics appear in stark contrast with the laws that govern the behavior of the material bodies they make up. This seems to lead to the renunciation of the hope of a "sure knowledge" of the world based on the so-called "exact sciences". In the light of quantum physics, the universe appears as an indeterminate and indeterminable reality.

This leads to ask whether we are not using an improper language to describe a reality that goes beyond our current understanding, also in view of a unifying theory that can describe in its totality the physical behavior of the subatomic and macroscopic world.

Quantum physics has introduced the scientific world to the fundamental question of the "observation-observer relation" and of the related level of reality; it often happens that what seems impossible and inconsistent, turns out to be admitted and not contradictory if viewed by a different perspective (Pratt, 2021; Di Sia, 2021^c; Feynman, Leighton, & Sands, 2011).

Quantum physics and transdisciplinarity

The focal theme of the objective or subjective reality of the wave function has involved and is still involving physicists, epistemologists, philosophers, thinkers, neuropsychologists. The Hungarian naturalized American

physicist and mathematician Eugene Wigner (1902-1995) proposed the observer's consciousness as a dividing line that triggers the collapse of the wave function; this approach has been resumed and developed over the last few years (Wigner, 1997).

The British mathematician and physicist Roger Penrose has developed a model called Orch-OR (Orchestrated Objective Reduction) according to which consciousness originates from processes within neurons, related to microtubules, rather than by the connections between neurons, i.e. the conventional vision. It is a quantum physics mechanism called "objective reduction" and directed by the molecular structures of the microtubules of brain cells, which make up the cytoskeleton of cells. In collaboration with the American anesthetist Stuart Hameroff, he has suggested a relation between the quantum vibrations of microtubules and the formation of consciousness.

Over time, physics and mathematics have studied and presented reality from three distinct points of view:

- the microscopic view of subatomic-elementary particles;
- the visible macroscopic view, in which we live;
- the cosmological view of great intergalactic distances, that is related to infinity.

For each of the indicated sectors, formulas and theories describing the fundamental laws have been studied and elaborated. However, despite the efforts, a unified theory has not yet been found and tested, expressing its validity in the transition from a dimension that tends to zero to one that tends to infinity (Penrose, & Hameroff, 2014; Di Sia, & Bhadra, 2020^a).

Therefore, it is important and constructive an approach that takes into account other human disciplines which can integrate the models presented by physics, coming to consider different levels of reality. It is a transdisciplinary research capable of integrating the human being within it, with due connections with reality.

There are different paths of knowledge, each with its own particular modalities, but which pertain to the same global reality; the "levels of reality", with their respective different levels of perception, are constitutive of transdisciplinarity.

According to the common scientific approach, the physical laws are valid only within their area of competence; however, the various levels exist simultaneously and those which appear as contradictions in one of them, are no longer so in the others.

This complexity of reality cannot be described by mathematical language alone; it addresses the analytical mind, while the symbolic language addresses the totality of the human being, in relation to his thoughts, feelings and body. The classical Aristotelian logic of "tertium non datur" must be critically reviewed, in the light of a transdisciplinary approach, especially following the discoveries of quantum physics.

Quantum physics brings with it consequences of epistemological, methodological, ontological nature; it highlights two different aspects of reality that are usually indicated with the two concepts of "objective" and "subjective".

Quantum physics has shown that various key points of classical science need to be rethought, such as:

- the total separation between the subject and the object;
- the hypothesis that sees the material world as the only real world;
- the idea that science can develop totally independently by other sources of knowledge such as theology, philosophy, art, neuropsychology (Di Sia, & Bhadra, 2020^b).

The discovery of the laws of quantum world has led to an integral review of what was previously considered as contradictory in the exclusive sense (A and non-A), in relation to pairs of concepts such as:

- wave and corpuscle;
- continuous and discontinuous;
- local and global;
- separable and inseparable;
- reversible and irreversible;
- symmetrical and non-symmetrical.

This has led to rethink these pairs of contradictors no longer through the interpretative filter of classical logic, but using new logics.

Physics, prior to the quantum period, was founded on the rigid axiom of "cause and effect"; the study of new phenomena, such as the "synchronicity" studied by the Swiss psychiatrist, psychoanalyst and philosopher Carl Gustav Jung (1875-1961) with the Austrian physicist Wolfgang Pauli (1900-1958), made inconceivable any presumption of a causal link between synchronic events. Non-causality, which seems to have no reason to exist at macrocosmic level, is instead one of the basic principles of entanglement in quantum reality (Jung, & Pauli, 2014).

The quantum field theory (QFT)

Quantum mechanics is able to describe the behavior of particles and subatomic systems with a high degree of experimental consistency, without taking into account the equally valid conclusions of general relativity. Among the attempts to unify the two levels of reality (macrocosm and microcosm) through a theory of unification, a fundamental step concerns the formulation in terms of "quantum field theory" (QFT). This theory has been developed over several decades through the studies of famous scientists like Paul Dirac, Richard Feynman and Freeman Dyson.

One of the starting points was the observation of the process of emission and absorption of photons by atoms, which is not fully understandable within the quantum mechanical model based on particle mechanics. In the case of particle emission by other particles, such as the emission of a photon by an atomic electron that loses energy, in the initial state of the system we have only the electron, while in the final state we have an electron and a photon. In the classical formalism of quantum mechanics the number of particles is fixed and the Schrödinger wave function establishes that the particle is always somewhere (Peskin, & Schroeder, 1995).

Such a situation does not allow to treat the photon as a particle that can appear and disappear; atomic transitions are also possible in which multiple photons can be emitted or absorbed at the same time. The quantum mechanical models developed until then were unable to describe such processes.

It is possible to describe these dynamic processes using the axioms of quantum theory in a different way; it is the so-called quantum field theory. The concept of “field” in physics is related to the characteristics and properties that a region of space, even empty, can have, in the absence of matter. The fields are revealed through their action, i.e. the production of forces that act on the material objects in the space “filled” by the field.

Among the most classic and simplest examples, we remember the electric and magnetic fields, which fill a region of space and attract or repel electrically charged objects and magnetized objects respectively.

Quantum field theory describes the behavior of elementary particles and its visualization and statement is more complex than with a classical field. Considering the validity of the uncertainty principle, the smaller is the region being examined, the larger and faster are the fluctuations; classical models are unable to correctly describe the properties of the quantum field. The quantities we can talk about are in fact the averages of the velocities over regions of space and in time intervals. It is not easy, if not through qualitative analogies that often do not convey the idea, to explain in non-technical language how particles emerge by the fluctuations of a field, yet this is what really happens (Capra, 2010).

The image of the world described by the QFT can be summarized as follows: there are a certain number of different quantum fields, related to the various types of elementary particles. Each of them fills all the space and has its own particular properties; there is nothing else, only these fields, which make up the entire material universe. There are different types of interaction between the various fields; the number of particles of a given type is not fixed, as new particles are constantly being created or destroyed or transformed into others.

The classical electromagnetic field can be accurately described by QFT, with “photons” as its reference particles. The elementary particle corresponding to the gravitational field is the “graviton”, even if its detection is proving problematic at experimental level. This is also due to the extreme weakness of the gravitational interaction, which requires big masses to produce observable gravitational effects, with a huge number of involved gravitons. Consequently, observing a single graviton is a very hard circumstance.

QFT needs the strong support of mathematical theory at its foundations; on a qualitative and approximate level, we can think of a quantum field as a “tissue”, composed of very small vibrating springs correlated with each other, which extends into known space. The fabric is rippled and these ripples represent what we call particles.

It happens that a large number of ripples come together and jointly move along the fabric; this gives rise to a macroscopic object. A single particle, on the other hand, is a lonely and quantized excitation of the tissue; when the fabric is subjected to a strong shock, the particles can be created or annihilated.

The quantum mechanical interactions among the various particles are described as terms of interaction between the corresponding underlying quantum fields; therefore, the fundamental constituents of matter and their interactions are not particles or waves in the classical sense, but a “quantum field”. Each type of elementary particle is described by a quantum field; particles represent elementary excitations of the quantum field, and matter manifests itself in response to the interactions of the field.

QFT made possible to describe the behavior of a great variety of atomic and subatomic phenomena very well. This is not only a theoretical success, but also an experimental one, especially in the field of interactions between light and matter. The field exists everywhere and is the vehicle of all material phenomena, a vacuum filled with energy that allows the creation and dissolution of particles.

This vision offered by QFT therefore requires to leave the classic distinction between material particles and vacuum; they must be considered as condensations of the field that is present in all space and therefore cannot be seen as isolated entities. Empty space is therefore not empty; it appears in this way because the incessant creation and destruction of particles occurs in extremely short time intervals that no material time is left for their detection. In consideration of the uncertainty principle between energy and time, in very small time intervals, matter-antimatter pairs can be created, such as an electron and a positron; the effects of these spontaneous behaviors were measured in laboratory in accordance with the uncertainty principle. The vacuum contains therefore an unlimited number of particles that are continuously created and annihilated.

We can make an intuitive connection between the quantum field, understood as the underlying “fabric” of the universe, and the creator deity Prajapati of Vedic culture, who sustains every event. New models are being developed that describe the reality in its totality, i.e. understood as composed of dense energies, together with subtle energies related to the non-material aspects of reality, such as consciousness (Easwaran, 2007; Di Sia, 2019).

The quantum entanglement

Of all phenomena appeared during the development of quantum physics, the “entanglement” represents the most amazing reality; it has generated since its discovery an incredible enigma that collides not only with classical physics, but also with relativistic physics.

Two particles are in a state of entanglement (they are “entangled”) when the properties of one are totally correlated with the properties of the other; two entangled particles do not represent two separate entities, but the manifestation of a single entity.

If two particles, which have interacted with each other at least once, are separated and moved away even at a very great distance, when a measurement is made on one of them, the collapse of the wave function that describes its state is determined, making manifests one of its properties. At the same instant, even if the distance between them is enormous, the measurement operation on the first particle “instantly” influences the other, whose wave function will collapse anyway.

The phenomenon of entanglement was described on a theoretical level in the early decades of the twentieth century, but was highlighted in laboratory starting from the mid-sixties of the last century; it was fully demonstrated in 1982 by physicist Alain Aspect. Already in 1935 Schrödinger had glimpsed it (Brody, 2020).

The instantaneous reaction that the entangled particle undergoes following an action on the other particle seems to violate and exceed the limit imposed by the finite speed of light. In fact, this violation is not to be considered wrong, as there is no propagation of signals between the two particles as there is no cause-effect mechanism in the phenomenon; there is nothing that physically travels from one particle to another. It is not a propagation of signals, but is the intrinsic deep structure of the universe, where there is an intimate link beyond space and time.

At the beginning of studies on entanglement, it was thought that entanglement was confined only to the region of very low temperatures (near absolute zero Kelvin) and only for extremely short time intervals, since only in these particular situations it seemed possible to reproduce the phenomenon in laboratory. Surprising findings were then analyzed that overruled the previously mentioned restrictions.

A striking example of biological entanglement has been studied by Penrose and Hameroff in relation to the quantum behavior of consciousness. According to their Orch-Or theory, the microtubules present in the brain, which constitute the cytoskeleton together with the microfilaments and intermediate filaments, and whose main function is organization and intracellular transport, would be in perfect state of entanglement.

According to this theory, the “conscious moment” corresponds to the collapse of the wave function which collects in itself, in a single quantum state, the global entanglement that unites the microtubules of the brain. This phase was referred by them as orchestrated objective reduction (Orch-OR). The presence of quantum vibrations in the microtubules of brain neurons seems to be experimentally confirmed (Rosenblum, & Kuttner, 2011; Di Sia, 2018).

Quantum physics and nanotechnologies

Nanotechnologies allow the realization of functional materials, devices and complex systems through the control of matter on atomic or molecular scale. Historically, the birth of nanotechnologies is fixed in 1959, the year in which Richard Feynman, in a famous speech at Caltech, showed that, with the knowledge of physics at that time, there seemed to be no obstacles to miniaturization (<https://www.aps.org>).

Nanotechnologies are based on quantum mechanics. These are objects made up of a few tens or hundreds of atoms/molecules that have different or intermediate properties from those observed in molecules and solids.

Starting by Rutherford’s conclusions on the atomic structure, i.e. a small nucleus of great mass in the center with electrons moving around, Bohr introduced with his model the quantization of energy states starting by a hydrogen-like atom. Using the equations of classical physics, he obtained the allowed orbits and the binding energy of the electron in these orbits.

Quantum mechanics confirmed the presence of the energy quantization and the cause of the emission of electromagnetic waves from an excited atom, introducing the concept of “wave function” and “probability”, allowing the calculation of energies and states of many electrons atoms, as well as the probability that an electron passes from one state to another. To calculate the energy and wave function of an electron in an atom we use the Schrödinger equation.

When we go from single atoms to molecules, the atomic states combine to give rise to “molecular orbitals”. In the case of a heteronuclear molecule, the energy levels of the states in individual atoms are generally different, but the effect is similar, i.e. the formation of binding and anti-binding states whose energies are, respectively, lower and greater than those of the atomic states combine.

When we move from molecules to solids, the effect on energy levels is similar to that observed in the transition from single atoms to molecules, with the addition that in this case we have to consider a much larger number of levels. Considering that the average distance between 2 atoms in a solid is about 0.1 nm, in a cube with side $L = 1$ cm we have about $(10^8)^3 = 10^{24}$ atoms (in fact it is about 10^{22} cm⁻³) (Di Sia, 2014).

If the number of atoms becomes very large, the levels become so numerous that they form a continuum, called “band”. The energetic distance in the band between one level and another is such that it is possible to treat them just as continuous levels. These bands are formed by the more external electronic states of the atoms making up

the solid.

Between one band and another there is an area in which there are no permitted electronic states; these are the so-called “forbidden areas”. The distance between these bands varies by fractions of eV (of the order of tenths or less) up to some eV ($1 \text{ eV} = 1.602176634 \cdot 10^{-19} \text{ J}$). The transition, i.e. the passage of an electron from one band to another, occurs in general due to the thermal effect or to absorption of a photon. The bands in a solid, which concern the more external electronic states, are divided into “valence” and “conduction bands”.

The development of nanotechnologies is mainly due to the possibility of seeing the created nanotechnological objects. Among the main techniques to do this, we remember the scanning electron microscope (SEM), transmission electron microscope (TEM), scanning tunnel microscope (STM) and atomic force microscope (AFM).

The limit resolution of optical microscopy is about 500 nm (diffraction limit); with the microscopy indicated above, on the other hand, using fast electrons (high energy electrons), images with a resolution lower than 0.1 nm can be obtained (Di Sia, 2019^b).

The possible applications of nanotechnologies are constantly growing, in the fields of:

- materials science (powders, coatings, carbon-based nano-materials, carbon-based nano fabrication);
- energy (solar and photovoltaic, hydrogen for fuel cells, white light LEDs);
- medicine and biotechnology (genomics, proteomics, lab on a chip, nanotubes, nanofibers);
- electronics (MRAM, NRAM, Q-dots, Q-bits);
- devices (lithography, dip pen lithography, AFM, MEMS).

It is in no way possible to explain the charge transport (current) properties from the microscopic point of view using classical physics. The operation, for example, of the MOSFET semiconductor transistor is based on the theory of solids that derives by quantum mechanics, through the use of the concepts of energy bands, Fermi level, density of states, Fermi-Dirac distribution, etc.

Through chemical synthesis it is possible to build nanoparticles (NPs) of various nature and with different sizes, which have intermediate properties between single atoms/molecules and solids (Di Sia, 2021^d).

For materials science, the priority is the discovery and design of new materials, in particular special materials with high innovation potential (smart and self repairing materials), biomaterials, nanomaterials and materials for alternative energy sources. In the near future, it is expected the control of phenomena affecting materials at the nanometer and femtosecond scales and under extreme operating conditions.

To achieve this goal, nanotechnologies contribute for obtaining new properties by acting on the dimensionality, exploiting the extreme reactivity of the surfaces and the surprising quantum effects that regulate the behavior of atoms (Di Sia, 2014^b; Di Sia, 2014^c; Di Sia, 2015^b; Di Sia, 2018^b).

On metaphysical aspects of quantum physics

The extraordinary discoveries related to the most intimate structure of matter have not limited to upsetting the scientific world of physics from its very foundations, but have introduced a “metaphysical revolution”. Physics has always been linked to philosophy, therefore every discovery in the physical field always carries a philosophical character.

It can basically be:

- of “ontological” nature, i.e. relating to the being of specific scientific knowledge regardless of its relation with the observer;
- of “epistemological” nature, when it refers in particular to the relation of the scientist as experimenter with the object under examination, therefore relating to the conditions under which scientific knowledge can be obtained and about the methods to achieve it.

Quantum physics had a great importance regarding the modification made to the epistemological theory on the relation of existence between subject and object. The probability wave is inserted between the idea of an event and the event itself, a strange physical situation between “possibility” and “reality” (Di Sia, 2021^a; Di Sia, 2020; Di Sia, 2015^a; Di Sia, 2021^c; Di Sia, 2018^a).

CONCLUSION

The new and strange behavior of particles is in strong contradiction with schemes and rules of classical physics, and brings to mind analogies with ancient sapiential cultures. Modern physics, which has quantum physics as its basis, is progressively attenuating the divergences and harshness of the debate between science and religion.

Science and religion are two windows through which it is possible to look at for understanding the mysteries of universe; they offer different points of view, but they can complement each other. The problem arises when they claim the right to be infallible.

With quantum physics, the world of subatomic particles appears as a network of relations between the various parts of a single whole. The classic concept of isolated particle becomes an idealization; it can be defined only in relation to its connections with the whole, and these connections are of a statistical, probabilistic nature. Uncertainty becomes crucial in the world of modern physics, overcoming a classical approach governed by precise,

univocal, indispensable laws.

By observing a system, we interfere with it, we make interact our macroscopic level of reality with the microscopic one; the macroscopic world determines the microscopic reality from which it in turn is formed. Quantum measurement leads to this strange situation.

Yet without quantum physics, the human being would not have discovered and invented a whole series of things that we use everyday in our life today. However, despite all these novelties and successes, quantum physics as a whole can explain how the systems interact with each other, but not the “why” of this continuous interaction of energy.

This interactions generate an incessant exchange of particles in a process of continuous creation and destruction, and this leads to the stable structures of the material world that surrounds us and of which we are made.

So, even in the context of a science that defines itself as “exact”, energy seems to have a transcendent quality. In the human being does not seem to be a marked distinction between a body and a soul; the so-called body can be considered as a manifestation of the soul. Energy is life, and proceeds from the body.

References

Available online (2021-08-10): <https://www.aps.org/publications/apsnews/200012/history.cfm>.

Brody, J. (2020). *Quantum Entanglement*, The MIT Press, illustrated edition.

Capra, F. (2010). *The Tao of Physics: An Exploration of the Parallels Between Modern Physics and Eastern Mysticism*, Shambhala, 5th edition.

Di Sia, P. (2014^a). Present and Future of Nanotechnologies: Peculiarities, Phenomenology, Theoretical Modelling, Perspectives, *Reviews in Theoretical Science*, 2(2), 146-180, doi: <https://doi.org/10.1166/rits.2014.1019>.

Di Sia, P. (2014^b). Relativistic nano-transport and artificial neural networks: details by a new analytical model, *International Journal of Artificial Intelligence and Mechatronics (IJAIM)*, 3(3), 96-100.

Di Sia, P. (2014^c). Analytical Nano-Modelling for Neuroscience and Cognitive Science, *Journal of Bioinformatics and Intelligent Control*, 3(4), 268-272, doi: [10.1166/jbic.2014.1097](https://doi.org/10.1166/jbic.2014.1097).

Di Sia, P. (2015^a). About the existence of the universe among speculative physics, metaphysics and theism: an interesting overview, *International Letters of Social and Humanistic Sciences (ILSHS)*, 9(1), 36-43.

Di Sia, P. (2015^b). A new analytical transport model for (nano)physics, *International Research Journal of Engineering and Technology (IRJET)*, 2(7), 1-4.

Di Sia, P. (2017). Quantum Physics, Metaphysics, Theism: Interpretations, Ontologies, Theological Remarks, *World Scientific News*, 74, 106-120.

Di Sia, P. (2018^a). *On Quantum Physics, Metaphysics and Theism*, in: Relations. Ontology and Philosophy of Religion, Mimesis International, <https://www.amazon.co.uk/Relations-Ontology-Philosophy-Daniele-Bertini/dp/8869771261>.

Di Sia, P. (2018^b). Quantum-Relativistic Velocities in Nano-Transport, *Applied Surface Science*, 446, 187-190, <https://doi.org/10.1016/j.apsusc.2018.01.273>.

Di Sia, P. (2019^a). A CULTURAL OVERVIEW ON THE CONCEPT OF INFINITY, *Journal of Education, Culture and Society (JECS)*, 1(1), 17-38, doi: [10.15503/jecs20141-9-19](https://doi.org/10.15503/jecs20141-9-19).

Di Sia, P. (2019^b). *Mathematics and Physics for Nanotechnology - Technical Tools and Modelling*, Pan Stanford Publishing - CRC Press, <https://www.crcpress.com/Mathematics-and-Physics-for-Nanotechnology-Technical-Tools-and-Modelling/Sia/p/book/9789814800020>.

Di Sia, P. (2020). On philosophy of mind, quantum physics and metaphysics of the uni-multiverse, *PHILOSOPHICAL NEWS* - Official publication of the European Society for Moral Philosophy, 18, 161-174, https://mimesisjournals.com/magazine_item_detail_front_phpnews.php?item_id=268.

Di Sia, P. (2021^a). ON ADVANCES OF CONTEMPORARY PHYSICS ABOUT TOTALITY, *International Journal of Multidisciplinary Research and Modern Education (IJMRME)*, 7(1), 8-12, doi: <http://doi.org/10.5281/zenodo.4642485>.

Di Sia, P. (2021^b). ON THE CONCEPT OF TIME IN EVERYDAY LIFE AND BETWEEN PHYSICS AND MATHEMATICS, *Ergonomics International Journal (EOIJ)*, 5(2), 000268 (8 pp), doi: [10.23880/eoij-16000268](https://doi.org/10.23880/eoij-16000268).

Di Sia, P. (2021^c). Interdisciplinary insights about the concept of time, *INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC RESEARCH AND MODERN EDUCATION (IJSRME)*, 6(1), 14-16, doi: <http://doi.org/10.5281/zenodo.4727049>.

Di Sia, P. (2021^d). *Fourth Industrial Revolution (4IR) and Functionalized MNPs*, in: Analytical Applications of Functionalized Magnetic Nanoparticles, Elsevier Publishing (Royal Society of Chemistry), chapter 19, 489-504, <https://pubs.rsc.org/en/content/chapter/bk9781839162107-00489/978-1-83916-210-7>.

Di Sia, P., Bhadra, N.K. (2020^a). Origin of consciousness and contemporary physics, *World Scientific News*, 140, 127-138.

Di Sia, P., Bhadra, N.K. (2020^b). Everything in a part: about the creation of universe and consciousness, *Ergonomics International Journal (EOIJ)*, 4(1), 000228 (6 pp), doi: [10.23880/eoij-16000228](https://doi.org/10.23880/eoij-16000228).

- Easwaran, E. (2007). *The Upanishads*, Nilgiri Press, 2nd edition.
- Feynman, R.P., Leighton, R.B., Sands, M. (2011). *Six Easy Pieces: Essentials of Physics Explained by Its Most Brilliant Teacher*, Basic Books; 4th edition.
- Heisenberg, W. (2007). *Physics & Philosophy: The Revolution in Modern Science*, Harper Perennial Modern Classics.
- Jung, C.G., Pauli, W. (2014). *Atom and Archetype: The Pauli/Jung Letters, 1932-1958*, Princeton University Press, revised edition.
- Murdoch, D.R., Murdoch, D. (1989). *Niels Bohr's Philosophy of Physics*, Cambridge University Press.
- Penrose, R., Hameroff, S. (2014). Consciousness in the universe: A review of the 'Orch OR' theory, *Physics of Life Reviews*, 11(1), 39-78.
- Peskin, M.E., Schroeder, Dan V. (1995). *An Introduction To Quantum Field Theory*, CRC Press, 1st edition.
- Planck, M. (2014). *Scientific Autobiography: And Other Papers*, Philosophical Library/Open Road.
- Pratt, C.J. (2021). *Quantum Physics for Beginners*, Independently published.
- Rosenblum, B., Kuttner, F. (2011). *Quantum Enigma: Physics Encounters Consciousness*, Oxford University Press, 2nd edition.
- Wigner, E.P. (1997). *Philosophical Reflections and Syntheses* (The Collected Works, B / 6), Springer.

COMPETENCE OF THE EDUCATIONIST, A MAJOR TREND IMPACTING EDUCATION

Ogbonna Emmanuel Nnamuchi

Faculty of Science, Chukwuemeka Odumegwu Ojukwu University, P.M.B 02 Uli , Anambra State Nigeria

prael2003@yahoo.com

ABSTRACT

A specialized definition of change would mean to change the traditional way such as that of an industry whose products are her graduates, especially in a new and effective way such as disruptive technology. Thus, competence of the educationist requires a high level of competency. This is where the price is paid for the crown won at last. As the Chief educationist who knows his weight aright, Henry bemoaned his position as king. The purposes of education that are accepted and the procedures used by a nation's leaders in implementing their educational programs may promote enlightenment and progress for all citizens or may perpetuate ignorance and misery or generate dangerous biases for many. In this paper the researcher explores factors necessary for sustainability of competence in the global educational system.

Keywords: Competence, Educationist, Education, Technology, disruptive, Transformative

INTRODUCTION

Disruption is just as someone could be described as a noisy, disruptive influence in a group of other students. However, as education is business (either of an individual or government), a specialized definition of change would mean to change the traditional way such as that of an industry whose products are her graduates, especially in a new and effective way such as disruptive technology [6].

Having defined these important terms, we proceed further by taking onward journey into the following essential factors: Who is an educationist? The answer is not farfetched. An educationist is a person who has a special knowledge of the principles and methods of teaching. For instance: Teachers, Lecturers, Rectors, Provosts, Housemistresses, etc. The counterpart question is equally necessary in dealing holistically with this topic, and that is:

What is Competence? Again, the answer is not still farfetched. Competence is the ability to do something well [7]. It is a highly desired trait of the 21st Century educationist. The reverse is incompetence. Education has tremendous potential for good or for evil. The purposes of education that are accepted and the procedures used by a nation's leaders in implementing the program may promote enlightenment and progress for all citizens or may perpetuate ignorance and misery or generate dangerous biases for many. This has therefore now created this one or more problems faced by nations and in principle the educationists that attempt to develop an adequate plan and program for education [13]. One of the unique features of the organization and administration of education found in the United States is that Americans believe that those who are responsible (Educationists) for the administration of their schools (be they private or public governmental), as well as those who teach in the schools should be especially prepared to meet their responsibilities [8]. Sadly, this idea that educational administrators should have special preparation has developed slowly but is now accepted in practically all states. It has been highlighted that Outside of the country of America and a few others, the concept of special preparation for administrators has had comparatively little recognition or acceptance. This calls for adjustment action on the part of the global education administrators.

Thus competence of the educationist requires a high level of competency [14]. This is where the price is paid for the crown won at last. As the Chief educationist who knows his weight aright, Henry bemoaned his position as king in that he, unlike even the most humble cabin - boy, could not find moment's peace and repose. He conscientiously admitted: "*And in the visitation of the winds, who take then ruffian billows by the top, Curling their monstrous heads and hanging them with deafening clamour in the slippery clouds, That, with the hurly, death itself awakes? Canst thou, O partial sleep, give repose To the wet sea-boy in an hour so rude, And in the calmest and most stillest night, With all appliances and means to boot, Deny it to the king? Then happy low, lie down! Uneasy lies the head that wears a crown.*" Shakespeare's *Henry IV. Part II*, 1597. Indeed Uneasy lies the head that wears the crown! Many educationist want to wear the crown without first paying the price. The educational leader must ensure he/she disrupts incompetence in her educational setting or be ready churn out 'cabin - boys' who with ease adorn with the educationist' crown.

Major changes needed to disrupt Incompetency

The following are recommended for the disruption of incompetency in educational setting:

- (i) Conduct regular Staff efficiency check and monitor educationist's efficiency level
- (ii) Term all educationists as potential and interview all educationists' before employing them
- (iii) Follow up with Regularization Assessment in case of infiltrations
- (iv) Pursue adherence to institutional goals, and entrenchment of same in the educationists
- (v) Monitoring and Supervision of the educationists' compliance to curriculum and quality assessment.

Role and responsibility of an educational leader with Major Considerations to ensure the recommended changes:

- (i) Competency training consisting of one or more skills whose mastery would enable the attainment of the competency.
- (ii) Link competency to all three of the domains under which performance can be assessed: They are knowledge, skills and attitude.
- (iii) Check for endowment with and Possession of a performance dimension, competencies are observable and demonstrable. Those who possess it will show this characteristics. [9]

Major Considerations of the Educational Leader to ensure intended Impact

Following Shemlev [11], a competency is more than just knowledge and skills; it involves the ability to meet complex demands by drawing on and mobilizing psychosocial resources (including skills and attitudes) in a particular context. The educationist need a wide range of competencies in order to face the complex challenges of today's world. Teaching competency is an inherent element of an effective training process. The central figures in the educational process are teachers, therefore the success of training and education depends on their preparation, erudition and performance quality. Therefore the educational leader must ensure that all their educationists demonstrate the following [10]:

- (i) Ability to perform complex pedagogical duties; to be well-spoken, in good mental and physical health, stable and tolerant;
- (ii) Have a propensity to work with the younger generation, good communicative and observational skills, tact, a vivid imagination, and leadership
- (iii) The educational leader has the responsibility to monitor the professional careers of their educationists, and to ensure they pass through the following levels of professional growth to achieve the acme of professional competency.
 - (a) 1st level: pedagogical ability – characterized by detailed knowledge of the subject;
 - (b) 2nd level: pedagogical skill – perfected teaching skill;
 - (C) 3rd level: pedagogical creativity – marked by implementation of new methods and techniques into educational activities;
 - (d) 4th level: pedagogical innovation – distinguished by the incorporation of essentially new, progressive theoretical ideas, principles and methods of training and education [12]

Action Plan

- Lay Emphasis on the preparation, selection, and role of administrators in relation to teaching and learning and to the operation of the instructional staff
- Pursue educational objectives by proper follow on individual educationist's assessment, sincerely and holistically drive to conclusive realization.
- Be hard (implement recommended disciplinary procedures), and where so recommended, lay off those who think business as usual, and has refused to improve or make changes.

References

1. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/change?q=change%2C>
2. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/regular>
3. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/transformativ>
4. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/condition?q=Condition>
5. <https://www.igi-global.com/dictionary/educational-settings/51590>
6. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/disruptive>.
7. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/competence>
8. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED025828.pdf>, pg 17)
9. Olga Nessipbayeva, Part 2: Pre-Service and In-Service Teacher Training, The Competencies of the Modern Teacher- <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED567059.pdf>,
10. Olga Nessipbayeva, Part 2: Pre-Service and In-Service Teacher Training, The Competencies of the Modern Teacher- <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED567059.pdf>, pg 3
11. Shmelev, A. G. Psychodiagnosis of personnel characteristics. Saint-Peterburg, 2002.
12. Buharkova, O. V., Gorshkova, E. G. Image of the leader: technology of creation and promotion. Training programme. Saint-Peterburg, 2007.
13. Theodore L. Reller and Edgar L. Morphet, eds., Comparative Educational Administration (Englewood Cliffs, N.J.: Prentice - Hall, Inc., 1962), Chap. 1; and Roe L. Johns and Edgar L. Morphet, Financing the Public Schools (Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, Inc., 1930), pp.1-7]
14. Ogbonna Nnamuchi, Unpublished

COVID 19 SÜRECİ, SINIF ÖĞRETMENLERİNİN TEKNOLOJİ ENTEGRASYONU VE ÇEVİRİMİÇİ ÖĞRETİMDE KARŞILAŞTIKLARI SORUNLARIN İNCELENMESİ: RİZE İLİ ÖRNEĞİ*

Hilal ÇALIŞIR

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Eğitim Fakültesi
hilal_calisir20@erdogan.edu.tr

Nermin KARABACAK

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Eğitim Fakültesi
nermin.karabacak@erdogan.edu.tr

ÖZET

Covid-19 sürecinde yaşanan zorunlu uzaktan eğitim deneyimi, ülkemizde 21. yüzyılın değişen problemleriyle baş edebilecek çocukların yetiştirilmesi için sınıf öğretmenlerinin de teknolojiyle donanık çok yönlü olmaları gerektiğini, tüm boyutlarıyla ortaya koymaktadır. Beklenmedik bir şekilde karşılaşılan bu sürece Millî Eğitim Bakanlığı (MEB), eğitim yöneticileri, okul yöneticileri, öğretmenler, veliler ve öğrenciler olmak üzere tüm paydaşlar hazırlıksız yakalanmışlardır. Öncelikle, zorunlu uzaktan eğitim sürecinde anahtar konumunda bulunan öğretmenlerin kısa süre içinde bu süreci yönetmeye yönelik alt yapılarının olmadığı görülmüştür. Covid-19 sürecine bağlı olarak alan yazında yapılan araştırmalarda, zorunlu uzaktan eğitim sürecinde sorunların yaşanmasındaki ana faktörlerin başında; sınıf öğretmenlerinin teknoloji kullanımı yetersizliği, teknoloji entegrasyonu yetersizliği ve teknoloji entegrasyonuna sahip olmaması gelmektedir. Bu nedenle sınıf öğretmenlerinin Covid 19 sürecini daha iyi yönetebilmeleri ve teknolojik olarak güçlendirilmeleri için teknoloji entegrasyonları ve çevrimiçi öğretimde karşılaştıkları sorunların incelenmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bağlamda araştırmanın amacı, Rize ilinde Covid 19 sürecinde görev yapan sınıf öğretmenlerinin teknoloji entegrasyonlarının ne durumda olduğunu ortaya çıkarılmasıdır. Bu araştırma, nicel araştırma yöntemlerinden betimsel tarama modelinde planlanmıştır. Bu araştırma, 2020-2021 eğitim-öğretim yılında Rize ilinde görev yapan 464 sınıf öğretmeni ile yürütülmüştür. Veriler, nicel yolla iki farklı ölçme aracı kullanılarak toplanmıştır. Bunlar, “Öğretmenlerin Bilgi ve İletişim Teknolojileri (BİT) Entegrasyon Yaklaşımları Ölçeği” ve “Teknoloji Entegrasyonuna Yönelik Öz-Yeterlik Algısı Ölçeği”dir.

Öğretmenlerin BİT Entegrasyon Yaklaşımları Ölçeği ve Teknoloji Entegrasyonuna Yönelik Öz-Yeterlik Algısı Ölçeğinden çoktan seçmeli sorulardan elde edilen veriler, IBM 24 SPSS programı ile analiz edilmiştir. Bu süreçte öğretmen görüşlerine ilişkin ortalama puanlar, standart sapma değerleri hesaplanmıştır. Toplanan verilerin analizinde betimsel istatistikler, ikili gruplar arası farklılıkları belirleyebilmek amacıyla bağımsız örneklem t-testi ve sayıyı ikiden fazla olan gruplar arası farklılıkları belirleyebilmek amacıyla da tek yönlü varyans analizi One-Way ANOVA testi kullanılmıştır.

Araştırma sonucunda ortalama puanlar incelendiğinde, sınıf öğretmenlerinin bilgi ve iletişim teknolojilerinde, sosyo-kültürel entegrasyon ve teknoloji entegrasyonunda bilgisayar teknolojilerini kullanmalarının düşük düzeyde; bilgi ve iletişim teknolojilerinde geleneksel entegrasyonun ve teknoloji entegrasyonunda bilgisayar teknolojilerini kullandıklarının orta düzeyde olduğu görülmektedir. Sınıf öğretmenlerinin teknoloji entegrasyonu öz-yeterlik algılarıyla bilgi ve iletişim teknolojileri entegrasyonu arasında ilişki bulunmamıştır. Sınıf öğretmenlerinin bilgi ve iletişim teknolojileri entegrasyon yaklaşımlarıyla bilgisayar teknolojilerini kullanma ve kullandırma öz-yeterliği arasında ilişki bulunmamıştır.

Sınıf öğretmenlerinin Covid 19 süreci ve öncesinde bilgi iletişim teknolojilerinin kullanımıyla teknoloji entegrasyonunu yeterince gerçekleştiremedikleri bu araştırmanın sonuçları tarafından ortaya konulmaktadır. Uzaktan eğitimin öne çıktığı bu süreçte teknik alt yapının ilerlemesi, çocukların teknolojik yatkınlıkları, teknolojik gelişmelerin beraberinde yeni öğretim yöntemlerini ortaya çıkarması öğretmenlerin teknoloji entegrasyonunu zorunlu kılmaktadır. Bu gerekçelerden dolayı temel eğitimdeki sınıf öğretmenleri, öğrencilerini ve velilerini destekleyebilmeleri için teknoloji entegrasyonu ile donanımlı bulunmalıdır. Bu bağlamda sınıf öğretmenlerine teknoloji entegrasyonunu kazandırabilmek için hizmet içi etkinlikler, tanıtım videolarının hazırlanması, örnek uygulamalar ve teknoloji araçlarının tanıtımı gibi farklı alanlarda çalışmaların yapılmasına ihtiyaç bulunmaktadır. Sınıf öğretmenlerine bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımının kazandırılarak, öğretmenlere zorunlu uzaktan eğitim sürecinde ve yüz yüze eğitimde eğitim süreçlerine bilgi ve iletişim teknolojilerini entegre ederek, eğitim

* Bu bildiri, Hilal Çalışır'ın devam eden “Covid 19 Süreci, Sınıf Öğretmenlerinin Teknoloji Entegrasyonu ve Çevrimiçi Öğretimde Karşılaştıkları Sorunların İncelenmesi: Rize İli Örneği” 2209 A TÜBİTAK projesinden üretilmiştir.

ortamlarını öğrencilerin ihtiyaçlarını dikkate alacak şekilde öğrenci etkileşimine dayalı olarak düzenlenmeleri önerilir.

Anahtar Kelimeler: Covid 19, teknoloji entegrasyonu, çevrimiçi eğitim, sınıf öğretmeni

COVID 19 PROCESS, ELEMENTARY SCHOOL TEACHERS' INTEGRATION INTO TECHNOLOGY, AND THE PROBLEMS FACED BY THEM IN ONLINE TEACHING: THE CASE OF RIZE PROVINCE

ABSTRACT

The experience of compulsory distance education during the Covid-19 process reveals that elementary school teachers should be equipped with technology in order to raise children who can cope with the changing problems of the 21st century in our country. All stakeholders, including the Ministry of National Education (MoNE), education administrators, school administrators, teachers, parents and students, were caught unprepared for this unexpected process. First of all, it was seen that teachers who were in the key position in the compulsory distance education process did not have the infrastructure to manage this process. The studies conducted in the literature on the Covid-19 process indicated that the main factors in the problems in the compulsory distance education process are elementary school teachers' inadequate use of technology, inadequacy of technology integration and lack of technology integration. For this reason, there is a need to examine the problems elementary school teachers face in technology integration and online teaching so that they can better manage the Covid 19 process and be technologically empowered. In this context, the aim of the research is to reveal the technology integration status of elementary school teachers working in the Covid 19 process in Rize. This research was planned in the descriptive survey model, which is one of the quantitative research methods. The research was conducted with 464 elementary school teachers working in Rize in the 2020-2021 academic year. Data were collected quantitatively using two different measurement tools named "Scale for Measuring ICT Integration Approaches for Teachers" and "Technology Integration Self-Efficacy Perception Scale".

The data obtained from the multiple-choice questions in the scales were analyzed using the IBM 24 SPSS program. In this process, the average scores and standard deviation values of teachers' opinions were calculated. In the analysis of the collected data, descriptive statistics, independent sample t-test to determine the differences between paired groups, and one-way analysis of variance (One-Way ANOVA) to determine the differences among groups more than two were used.

As a result of the research, when the average scores are examined, it is seen that the primary school teachers' use of computer technologies in information and communication technologies, socio-cultural integration and technology integration is at a low level and that the traditional integration in information and communication technologies and the use of computer technologies in technology integration are at a moderate level. There was no relationship between primary school teachers' self-efficacy perceptions of technology integration of information and communication technologies. There was no relationship between primary school teachers' ICT integration approaches and their self-efficacy in using and making use of computer technologies.

The results of this research reveal that classroom teachers could not sufficiently integrate technology with the use of information and communication technologies during and before the Covid 19 process. In this process, in which distance education stands out, the advancement of technical infrastructure, the technological predisposition of children, and the emergence of new teaching methods along with technological developments necessitate the technology to be implemented by teachers. For these reasons, primary school teachers in basic education should be equipped with technology integration in order to support their students and parents. In this context, there is a need for studies to be conducted in different areas such as in-service activities, preparation of promotional videos, sample applications and introduction of technology tools in order for primary school teachers to gain technology integration. It is recommended to organize the educational environments based on student interaction by taking into account the needs of the students, enabling primary school teachers to gain the ability to use information and communication technologies, and integrating information and communication technologies in the compulsory distance education process and face-to-face education.

Keywords: Covid 19, technology integration, online education, elementary school teacher

GİRİŞ

Eğitimde 21. yüzyılın değişen problemleriyle baş edebilecek çocukların yetiştirilmesi için sınıf öğretmenlerinin de teknolojiyle donanık çok yönlü olmaları gerektiğini Covid-19 sürecinde yaşanan zorunlu uzaktan eğitim deneyimi tüm boyutlarıyla ortaya koymaktadır. Beklenmedik bir şekilde karşılaşılan bu sürece Millî Eğitim Bakanlığı (MEB), eğitim yöneticileri, okul yöneticileri, öğretmenler, veliler ve öğrenciler olmak üzere tüm paydaşlar hazırlıksız yakalanmışlardır. Öncelikle, zorunlu uzaktan eğitim sürecinde anahtar konumunda bulunan öğretmenlerin kısa süre içinde bu süreci yönetmeye yönelik alt yapıları olmadığı görülmüştür.

Covid-19 sürecine bağlı olarak Türkiye'de 18 milyon ve dünyada 1,5 milyarın üzerinde öğrencinin, hazırlıklı olmadıkları bu süreçte eğitimlerini evde devam ettirmeleri nedeniyle, yerelde Türkiye'de ve evrensel boyutta dünya çapında kısa süre içinde eğitimde yaşanan sorunlara yönelik çalışmalar yapılmıştır. Konuyla ilgili alan

yazında yapılan bu çalışmalarda uzaktan eğitim sürecinde eğitim yöneticilerinin, öğretmenlerin, öğrencilerin ve velilerin sorunlar yaşadıkları ortaya konulmaktadır (Anderson, 2020; Can ve Köroğlu, 2020; Doğan ve Koçak, 2020; Giannini ve Lewis, 2020; TEDMEM, 2020). Alan yazındaki bu çalışmalarda öğretmenlerin bu süreçte yaşadıkları sorunların başında teknoloji entegrasyonuna bağlı olarak bilgi iletişim teknolojilerinin kullanımına sahip olmama ya da yetersiz kullanım sorunu gelmektedir. Alan yazında paylaşılan sorunların yaşanmasındaki ana faktör olarak, öğretmenlerin teknoloji entegrasyonuna sahip olmamaları ve bu nedenle çevrimiçi eğitimde sorun yaşadıkları ortaya çıkarılmıştır.

Alan yazın tarafından Covid-19 sürecindeki zorunlu uzaktan eğitimde farklı sorunlar yaşandığı ortaya konulmuştur. Buna karşın uzaktan eğitimde özellikle ilk kademelerdeki öğrencilerin sosyal etkileşim ihtiyacının karşılanamadığı sorunu Can (2020) tarafından ortaya konulmuştur. Fidan'ın (2020) çalışmasında, uzaktan eğitimde öğrencilerin içsel motivasyonlarının ön plana çıkmasına karşın ilkökul öğretmenlerinin öğrencilerini yeterince motive edemedikleri belirlenmiştir. Bu bağlamda uzaktan eğitim sürecinde öğrenmenin sorumluluğunun öğrencide bulunduğu ve bu nedenle sorumluluklarının daha da arttığı Bozkurt'un (2020) çalışmasında ifade edilmiştir.

İlkokul kademesindeki öğrencilerin bu süreçte hem öğretmen hem de veli desteğine daha fazla ihtiyaç duydukları yapılan çalışmalarda ortaya konulmuştur. Bundan dolayı zorunlu uzaktan eğitim sürecinde teknoloji kullanım becerisi ile birlikte internet etiği kurallarının öğrencilere ve velilere kazandırılması gerekliliği doğmaktadır (Özer ve Suna, 2020; Şen-Akbulut, 2020). Uzaktan eğitimin öne çıktığı süreçte öğretmenlerin rolü azalmaz. Eşzamanlı ya da eşzamansız eğitim ile sağlanan rehberlik yoluyla, öğretmenin rolü öğrencileri yönlendirmek için esastır (Reimers ve Schleicher, 2020). Bu gerekçelerden dolayı temel eğitimdeki sınıf öğretmenlerinin öğrencilerini ve velilerini destekleyebilmeleri için teknoloji entegrasyonu ile donanımlı olmaları gerekir. Çünkü öğretmen hem çocukların hem de velilerinin zorunlu uzaktan eğitim sürecindeki adaptasyonunu kolaylaştırabilecek anahtar kişidir. Sınıf öğretmenlerinin, hem hizmet öncesinde teknoloji entegrasyonu içeren bir deneyim yaşamadan mezun olduğu hem de öğretmenlik meslekleri süresinde ve bu sürede verilen hizmetiçi eğitimlerde bu teknoloji entegrasyonu deneyimini, yeterli düzeyde kazanamadığı alan yazındaki çalışmalarda ortaya konulmaktadır (Gökçe-Erbil ve Kocabaş, 2019; Yılmaz, 2016; Taşdemir, 2018). Zorunlu uzaktan eğitim sürecinde sorunların yaşanmasındaki ana faktörlerin başında sınıf öğretmenlerinin teknoloji kullanımı yetersizliği ve teknoloji entegrasyonuna sahip olmaması ya da teknoloji entegrasyonu yetersizliğinin bir sorun olarak devam etmekte olduğu ortaya çıkarılmıştır. Bu nedenle sınıf öğretmenlerinin öğrencilerine ulaşabilecek ve onlara rehberliğini devam ettirebilecek teknolojik donanıma sahip olması gerekliliği önemli bir sorun olarak yer almaktadır. Alan yazına dayalı olarak yapılan bu açıklamalar bağlamında, sınıf öğretmenlerinin Covid 19 sürecini daha iyi yönetebilmeleri ve teknolojik olarak güçlendirilmeleri için teknoloji entegrasyonları ve çevrimiçi öğretimde karşılaştıkları sorunların incelenmesine ihtiyaç duyulmaktadır.

Amaç

Bu araştırmanın genel amacı, Rize ilinde Covid 19 sürecinde görev yapan sınıf öğretmenlerinin teknoloji entegrasyonlarının ne durumda olduğu ve çevrimiçi öğretimde karşılaştıkları sorunların incelenmesidir. Bu temel amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranacaktır;

- 1) Rize ilinde Covid 19 sürecinde görev yapan sınıf öğretmenlerinin bilgi ve iletişim teknolojileri entegrasyon yaklaşımları nasıl bir dağılım göstermektedir?
- 2) Rize ilinde Covid 19 sürecinde görev yapan sınıf öğretmenlerinin teknoloji entegrasyonuna yönelik öz-yeterlik algıları nasıl bir dağılım göstermektedir?
- 3) Rize ilinde Covid 19 sürecinde görev yapan sınıf öğretmenlerinin bilgi ve iletişim teknolojileri entegrasyon yaklaşımları ve teknoloji entegrasyonuna yönelik öz-yeterlik algıları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

YÖNTEM

Bu çalışmada, Rize ilinde Covid 19 sürecinde görev yapan sınıf öğretmenlerinin teknoloji entegrasyonlarının ne durumda olduğunun incelenmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda araştırma, nicel araştırma deseninde ve tarama modelinde planlanmıştır. Tarama modeli, geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımıdır.

Araştırma Modeli

Nicel desenlemede olgu ve olaylar nesnelleştirilerek gözlemlenebilir, ölçülebilir ve sayısal olarak ifade edilebilir. Başka bir ifadeyle gözlem ve ölçmelerin tekrarlanabileceği ve objektif bir şekilde yapıldığı sayısal araştırmalardır. Nicel çalışmada veriler, tarama modellerinden ilişkisel tarama modeline göre tasarlanmıştır. İlişkisel tarama modelleri, iki veya daha fazla sayıda değişken arasında birlikte değişim varlığını ve/veya değişimin derecesini belirleyebilmeyi amaçlayan araştırma modelleridir (Karasar, 2016).

Evren ve Örneklem

Elde edilen resmi verilere göre Rize ilinde 2020-2021 eğitim-öğretim yılında resmi devlet ilkokullarda 861 sınıf öğretmeni görev yapmaktadır. Araştırmanın evreninin tamamına ulaşılabilir olması nedeniyle araştırma evreninin tamamı örneklem olarak alınmıştır. Araştırmanın verileri, 464 öğretmenin görüşlerinden elde edilmiştir. Tablo 1’de, örneklem grubuna ilişkin demografik özelliklere yer verilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların demografik özellikleri

Değişken		f	%
Okulun Yerleşim Türü	İl	385	83.0
	İlçe	79	17.0
Cinsiyet	Kadın	341	73.5
	Erkek	123	26.5
Öğrenim Durumu	Lisans	411	88.6
	Yüksek Lisans	53	11.4
Mesleki Deneyim	1-5	50	10.8
	6-10	77	16.6
	11-15	109	23.5
	16-20	89	19.2
	21 yıl ve üzeri	139	30.0
	Hiç Kullanmıyorum	39	8.4
Haftalık Teknoloji Kullanım Süresi	1-2 saat	108	23.3
	3-5 saat	128	27.6
	6-10 saat	34	7.3
	11 ve üzeri	155	33.4
BİT Hizmet İçi Eğitim Alma Durumu	Evet	274	59.1
	Hayır	190	40.9

Veri Toplama Aracı ve Verilerin Toplanması

Araştırmada, veri toplama aracı olarak “Öğretmenlerin Bilgi ve İletişim Teknolojileri (BİT) Entegrasyon Yaklaşımları Ölçeği” ve “Teknoloji Entegrasyonuna Yönelik Öz-Yeterlik Algısı Ölçeği” kullanılmıştır.

Öğretmenlerin Bilgi ve İletişim Teknolojileri Entegrasyon Yaklaşımları Ölçeği (ÖBEYÖ), öğretmenlerin sınıfta teknoloji entegrasyonu ile ilgili yaklaşımlarının belirlenmesi amacıyla Maddux ve Johnson’un (2005) TİP I ve TİP II ve Yuen (2000)’in Kültürel Entegrasyon teorisine dayalı olarak, sınıfta teknoloji kullanım yaklaşımlarını belirlemek amacıyla Tezci (2016) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek; geleneksel entegrasyon, bilişsel yapılandırmacı entegrasyon ve sosyo-kültürel entegrasyon olmak üzere 3 alt boyuttan ve 20 maddeden oluşmaktadır.

Teknoloji Entegrasyonuna Yönelik Öz-Yeterlik Algısı Ölçeği, Wang, Ertmer ve Newby (2004) tarafından geliştirilmiş ve Ünal (2013) tarafından Türkçeye uyarlaması yapılmıştır. Teknoloji entegrasyonuna yönelik öz-yeterlik algısı ölçeği kullanılacaktır. Ölçek toplam 19 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin “Bilgisayar Teknolojilerini Kullanma Öz-Yeterliği” (BTKD) ve “Bilgisayar Teknolojilerini Kullanma Öz-Yeterliği” (BTKM) olmak üzere iki alt boyutu bulunmaktadır.

Verilerin Analizi

Sınıf öğretmenlerinden, Öğretmenlerin BİT Entegrasyon Yaklaşımları ve Teknoloji Entegrasyonuna Yönelik Öz-Yeterlik Algısı Ölçeklerinde çoktan seçmeli sorulardan elde edilen veriler, IBM 24 SPSS programı ile analiz edilmiştir. Bu süreçte sınıf öğretmenlerinin görüşlerine ilişkin ortalama puanlar, standart sapma değerleri hesaplanmıştır. Ortalama puanların katılımcıların cinsiyeti açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemede bağımsız t-testi kullanılmıştır. Öğretmen görüşlerinin geleneksel entegrasyon, bilişsel yapılandırmacı entegrasyon ve sosyo-kültürel entegrasyon düzeyine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemede ANOVA testi kullanılmıştır. Sınıf öğretmenlerinin BİT entegrasyon yaklaşımları ve teknoloji entegrasyonuna yönelik öz-yeterlik algıları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?” sorusunun yanıtı Pearson Momentler Çarpım Korelasyonu kullanılmıştır.

BULGULAR

Sınıf öğretmenlerinin bilgi ve iletişim teknolojileri entegrasyon yaklaşımlarının alt boyutlarına ilişkin betimsel sonuçları Tablo 2 ve 3’de verilmiştir.

Tablo 2. Öğretmenlerin BİT entegrasyon yaklaşımlarına ilişkin betimsel analiz sonuçları

Ölçek	Ölçek Alt Boyutu	N	\bar{x}	ss
ÖBEYÖ	Geleneksel Entegrasyon	464	31.35	5.17
	Bilişsel Yapılandırmacı Entegrasyon	464	22.73	6.03
	Sosyo-Kültürel Entegrasyon	464	14.92	4.81

Tablo 2’de sınıf öğretmenlerinin bilgi ve iletişim teknolojileri entegrasyonunda en düşük ortalama puanın (\bar{x} =41.92, ss=4.81) ile ‘sosyo-kültürel entegrasyon’ ve en yüksek puanın ise (\bar{x} =31.35, ss=5.17) ile ‘geleneksel entegrasyon’ olduğu söylenebilir. Bu sonuçlara göre, sosyo-kültürel entegrasyon alt boyutunda katılımcıların bilgi ve iletişim teknolojileri entegrasyonları en alt düzeyde gerçekleşirken geleneksel entegrasyon alt boyutunda en üst düzeyde gerçekleşmektedir.

Tablo 3. Öğretmenlerin teknoloji entegrasyonu öz-yeterlik algısına ilişkin betimsel analiz sonuçları

Ölçek	Ölçek Alt Boyutu	N	\bar{x}	ss
TEYÖ	Bilgisayar Teknolojilerini Kullanma	464	50.15	9.36
	Bilgisayar Teknolojilerini Kullanma	464	22.87	4.17

Tablo 3’te sınıf öğretmenlerinin teknoloji entegrasyonu öz-yeterlik algılarında en düşük ortalama puanın (\bar{x} =22.87, ss=4.17) ile ‘bilgisayar teknolojilerini kullanma’ ve en yüksek puanın ise (\bar{x} =50.15, ss=9.36) ile ‘bilgisayar teknolojilerini kullanma’ olduğu söylenebilir. Bu sonuçlara göre, bilgisayar teknolojilerini kullanma alt boyutunda katılımcıların teknoloji entegrasyonuna yönelik öz-yeterlik algısında en alt düzeyde gerçekleşirken bilgisayar teknolojilerini kullanma alt boyutunda en üst düzeyde gerçekleşmektedir.

Tablo 4. Öğretmenlerin teknoloji entegrasyonuna yönelik öz-yeterlik algısıyla BİT entegrasyon yaklaşımları arasındaki korelasyon analiz sonuçları

		TEYÖ	Geleneksel Entegrasyon	Bilişsel Yapılandırmacı Entegrasyon	Sosyo-Kültürel Entegrasyon
Pearson Correlation	TEYÖ	1.000	.642	.587	.532
	Geleneksel Entegrasyon	.642	1.000	.710	.609
	Bilişsel Yapılandırmacı Entegrasyon	.587	.710	1.000	.862
	Sosyo-Kültürel Entegrasyon	.532	.609	.862	1.000

$p < .05$

Sınıf öğretmenlerinin teknoloji entegrasyonlarıyla bilgi ve iletişim teknolojileri entegrasyon yaklaşımlarının alt boyutlarından geleneksel entegrasyon, bilişsel yapılandırmacı entegrasyon ve sosyo-kültürel entegrasyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

Tablo 5. Öğretmenlerin bilgi ve iletişim teknolojileri entegrasyonu ile teknoloji entegrasyonu arasındaki korelasyon analiz sonuçları

		ÖBEYÖ	Bilgisayar Teknolojilerini Kullanma	Bilgisayar Teknolojilerini Kullanma
Pearson Correlation	ÖBEYÖ	1.000	.627	.629
	Bilgisayar Teknolojilerini Kullanma	.627	1.000	.847
	Bilgisayar Teknolojilerini Kullanma	.629	.847	1.000

$p < .05$

Sınıf öğretmenlerinin bilgi ve iletişim teknolojileri entegrasyonu ile bilgisayar teknolojilerini kullanma ve kullanma arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

SONUÇ

Sınıf öğretmenlerinin bilgi ve iletişim teknolojilerinde sosyo-kültürel entegrasyonun ve teknoloji entegrasyonunda bilgisayar teknolojilerini kullanmanın düşük düzeyde ve bilgi ve iletişim teknolojilerinde geleneksel entegrasyonun ve teknoloji entegrasyonunda bilgisayar teknolojilerini kullandırmanın orta düzeyde olduğu görülmektedir. Sınıf öğretmenlerinin teknoloji entegrasyonuna yönelik öz-yeterlik algılarıyla bilgi ve iletişim teknolojileri entegrasyonu arasında ilişki bulunmamıştır. Sınıf öğretmenlerinin bilgi ve iletişim teknolojileri entegrasyon yaklaşımlarıyla bilgisayar teknolojilerini kullanma ve kullandırma öz-yeterliği arasında bir ilişki bulunmamıştır.

Alan yazın incelendiğinde Tezci (2016) tarafından yapılan araştırmada, öğretmenlerin bilgi ve iletişim teknolojileri entegrasyon yaklaşımlarında geleneksel entegrasyon ile bilişsel yapılandırmacı entegrasyon ve sosyo-kültürel entegrasyon arasında düşük ilişki bulunmuştur. Yılmaz (2019) tarafından yapılan araştırmada, öğretmenlerin bilgi ve iletişim teknolojileri entegrasyon yaklaşımlarıyla teknoloji entegrasyonuna yönelik öz-yeterlik algılarının genel olarak cinsiyete göre farklılaştığı bulunmuştur. Öğretmenlerin mesleki deneyimlerine göre, teknoloji entegrasyonuna yönelik öz-yeterlik algılarının genel olarak farklılaştığı, bilgi ve iletişim teknolojileri entegrasyonlarının ise genel olarak farklılaşmadığı ortaya konulmaktadır.

Alan yazındaki çok sayıda araştırmanın sonuçları, öğretmenlerin öğrenme-öğretme sürecinde az bilgi gerektiren teknolojileri (örneğin; kelime işlemci programları, İnternet, World Wide Web, elektronik posta vb.) bilgi ve iletişim teknolojileri kullanımında geleneksel tarzda kullandıklarını ortaya koymaktadır (Önal ve Çakır, 2016; Yılmaz, 2016; Thomas ve Stratton, 2006). Gürbüzürk, Demir, Karadağ ve Demir (2015) tarafından yapılan araştırmada, sınıf öğretmenlerinin bilgisayar ve internet kullanımı özyeterlik algılarının uzmanlık gerektiren bazı beceriler dışında, genel olarak yüksek bulunmuştur. Yılmaz (2016) tarafından ilkökul öğretmenlerinin eğitimde teknoloji kullanımına ilişkin bilgisayar yeterliliklerinin ve teknoloji tutumlarıyla ilgili yapılan araştırmanın sonuçları; öğretmenlerin bilgisayar ile ilgili temel kavramları, kelime işlemci programları, İnternet-World Wide Web kullanımı ve e-posta kullanımını iyi bildikleri; bilgisayarın fiziksel parçaları, işletim sistemi, hesaplama tablosu programları ve sunum programlarını orta düzeyde bildikleri; veritabanı programları ve Web sayfası geliştirme konularında ise yetersiz kaldıkları tespit edilmiştir. Atlı (2019) tarafından yapılan araştırmanın sonuçları, sınıf öğretmenlerinin derste teknoloji kullanımına yönelik eğilim düzeylerinin cinsiyetlerine, bilişim teknolojileri konusunda kendilerini yeterli görüp görmemelerine ve bilişim teknolojileri ile ilgili bir hizmetiçi/seminer eğitime katılıp katılmamalarına göre farklılık göstermediğini buna karşın kıdemlerine, mezun oldukları fakülteye ve yeniliği benimsemelerine göre farklılık gösterdiklerini ortaya koymaktadır. Karatay ve Torun (2016), Kaya (2017) ve Avcı ve Ateş (2017) tarafından yapılan araştırmaların sonuçları da genç öğretmenlerin kıdemli öğretmenlere göre bilgi ve iletişim teknolojilerini eğitim öğretim sürecinde daha fazla kullandıklarını, derslere teknolojiyi entegre etmede kendilerini daha yeterli hissettiklerini ortaya koymaktadır.

Öğretmenlerin, teknoloji entegrasyonunu yeterince gerçekleştiremedikleri alan yazındaki araştırmaların sonuçları tarafından ortaya konulmaktadır (Kaya ve Usluel Koçak, 2011). Bu araştırmaların sonuçlarına karşın öğretmenlere teknoloji entegrasyonunu kazandırabilmek için hizmet içi etkinlikler, tanıtım videolarının hazırlanması, örnek uygulamalar ve teknoloji araçlarının tanıtımı gibi farklı alanlarda araştırmaların yapıldığı alan yazın tarafından ortaya konulmaktadır (Topuz ve Gökteş, 2015).

Perkmen ve Tezci (2011) tarafından, bir yandan teknik alt yapının ilerlemesi, çocukların teknoloji ile daha fazla etkileşimde bulunmasına bağlı olarak çocuklarda meydana gelen teknolojik yatkınlıklar ortaya çıkarken, diğer yandan da yeni öğretim teknolojileriyle birlikte yeni öğretim yöntemlerinin ortaya çıkmasının öğretmenlerin teknoloji entegrasyonunu zorunlu kıldığı belirtilmiştir.

Evren ve Şumuer (2020), Mohan vd., (2020) tarafından yapılan araştırmaların sonucunda, öğretmenlerin zorunlu uzaktan öğretim sürecinde dijital içerik üretmede zorlandıkları ortaya konulmaktadır. Eğitim-Sen (2020) tarafından yapılan bir araştırmada öğretmenlerin %93,8'inin Covid-19 sürecindeki uzaktan eğitimi nitelikli bir şekilde yapamadıkları ortaya konulmuştur. Yıldırım (2020) tarafından yapılan bir çalışmanın sonucunda; öğretmenlerin büyük çoğunluğunun uzaktan eğitim konusunda yeterli bilgi ve deneyim sahibi olmadığı, altyapı eksiklikleri nedeniyle sürdürülen uzaktan eğitim çalışmalarının tam tamına uzaktan eğitim sayılamayacağı belirtilmiştir. Bu bağlamda öğretmenlere bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanımının kazandırılarak öğretmenlerin zorunlu uzaktan eğitim sürecinde ve yüz yüze eğitimde bilgi ve iletişim teknolojilerini entegre ederek eğitim ortamlarının öğrencilerin ihtiyaçlarını dikkate alarak öğrenci etkileşimine dayalı olarak düzenlemeleri önerilir.

KAYNAKÇA

- Anderson, J. (2020). Brave new world the coronavirus pandemic is reshaping education. Retrieved from <https://qz.com/1826369/how-coronavirus-is-changing-education/>
- Avcı, T. ve Ateş, Ö. (2017). Fen bilimleri öğretmenlerinin teknolojik pedagojik alan bilgilerine yönelik algıları üzerine bir araştırma. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 30(1), 19-42.
- Atlı, Y. (2019). *Sınıf öğretmenlerinin bireysel yenilikçilik özellikleri ile derste teknoloji kullanımına yönelik eğilimleri arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Uşak Üniversitesi, Uşak.
- Bozkurt, A. (2020). Coronavirüs (Covid-19) pandemi süreci ve pandemi sonrası dünyada eğitime yönelik değerlendirmeler: Yeni normal ve yeni eğitim paradigması. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 6(3), 112-142.
- Can, E. (2020). Coronavirüs (Covid-19) pandemisi ve pedagojik yansımaları: Türkiye’de açık ve uzaktan eğitim uygulamaları. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 11-53.
- Can, N. ve Köroğlu, Y. (2020). Covid-19 döneminde yaygınlaşan uzaktan eğitimin değerlendirilmesi ve eğitim emekçileri açısından incelenmesi. *Madde, Diyalektik ve Toplum*, 3(4), 370-380.
- Doğan, S. ve Koçak, E. (2020). EBA sistemi bağlamında uzaktan eğitim faaliyetleri üzerine bir inceleme. *Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(14), 110-124.
- Eğitim-Sen. (2020). Pandemi koşullarında eğitim araştırması. <https://egitimsen.org.tr/pandemi-kosullarinda-egitim-arastirmasi/> adresinden edinilmiştir.
- Evren, Y. ve Şumuer, A. (2020). Covid-19 döneminde sanal sınıflarda öğretmenlerin karşılaştıkları sınıf yönetimi sorunlar. *Millî Eğitim* 49(1), 201-230.
- Fidan, M. (2020). Covid-19 belirsizliğinde eğitim: İlkokulda zorunlu uzaktan eğitime ilişkin öğretmen görüşleri. *Uşak Üniversitesi Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 24-43.
- Giannini, S., & Lewis, G. S. (2020). *Three ways to plan for equity during the coronavirus school closures*. Retrieved from <https://shorturl.at/fpKU0>
- Gökçe-Erbil, D. ve Kocabaş, A. (2019). Sınıf öğretmenlerinin eğitimde teknoloji kullanımı, tersine çevrilmiş sınıf ve işbirlikli öğrenme hakkındaki görüşleri. *Elementary Education Online*, 18(1), 31-51. <https://doi.org/10.17051/ilkonline.2019.527150>
- Gürbüzürk, O., Demir, O., Karadağ, M. ve Demir, M. (2015). Sınıf öğretmenlerinin bilgisayar ve internet kullanımına ilişkin öz-yeterlik algılarının bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Turkish Studies, International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 10(11), 787-810.
- Karasar, N. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemi* (28. Baskı). Nobel Yayın Dağıtım.
- Karatay, R. ve Torun, E. (2016). Bilgisayar destekli eğitime ilişkin öğretmen tutumlarının belirlenmesi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(28), 388-402.
- Kaya, B. (2017). *Sınıf öğretmenlerinin eğitimde teknoloji kullanımına ilişkin tutum düzeyi ile mesleğe yönelik tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ahievran Üniversitesi, Kırşehir.
- Kaya, G. ve Usluel Koçak, Y. (2011). Öğrenme-öğretme süreçlerinde BİT entegrasyonunu etkileyen faktörlere yönelik içerik analizi. *Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, 31, 48-67.
- Mohan, G., McCoy, S., Carroll, E., Mihut, G., Lyons, S., & Domhnaill, C. M. (2020). *Learning for all? Second-level education in Ireland during COVID-19*. ESRI Survey and Statistical Report Series Number 92.
- Önal, N. ve Çakır, H. (2016). Ortaokul matematik öğretmenlerinin matematik öğretiminde bilişim teknolojileri kullanımına ilişkin görüşleri. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12(1), 76-94.
- Özer, M. ve Suna, H. E. (2020). Covid-19 salgını ve eğitim. M. Şeker, A. Özer ve C. Korkut, (Ed.), *Küresel toplumun anatomisi: İnsan ve toplumun geleceği* içinde (s. 171-192). Ankara: Türkiye Bilimler Akademisi-TÜBA.
- Perkmen, S. ve Tezci, E. (2011). Eğitimde teknoloji entegrasyonu: Materyal geliştirme ve çoklu ortam tasarımı. Pegem Akademi.
- Reimers, F. M. ve Schleicher, A. (2020). *2020 COVID-19 pandemisine karşı eğitimde atılabilecek adımlara rehberlik edecek bir çerçeve*. OECD 2020 Raporu. https://globaled.gse.harvard.edu/files/geii/files/framework_guide_v4_tr.pdf adresinden edinilmiştir.
- Şen-Akbulut, M. (2020). Dijital teknolojilerin eğitimde etkin kullanımı. *Bilim ve Teknik*, 53(631), 48-55.
- Taşdemir, S. (2018). FATİH projesi ile eğitimde teknoloji entegrasyonu sağlanan okullarda teknoloji liderinin belirlenmesi. *Ihlara Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 1-14.
- TEDMEM. (2020). *COVID-19 sürecinde eğitim uzaktan öğrenme, sorunlar ve çözüm önerileri* (TEDMEM Analiz Serisi 7). Türk Eğitim Derneği Yayınları.
- Tezci, E. (2016). Öğretmenlerin BİT entegrasyon yaklaşımlarının ölçülmesine yönelik ölçek geliştirme. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 24(2), 975-992.
- Thomas, A., & Stratton, G. (2006). What we are really doing with ICT in physical education: A national audit of equipment, use, teacher attitudes, support, and training. *British Journal of Educational Technology*, 37(4), 617-632.

- Topuz, A. C. ve Göktaş, Y. (2015). Türk eğitim sisteminde teknolojinin etkin kullanımı için yapılan projeler: 1984-2013 dönemi. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 8(2), 99-110.
- Ünal, E. (2013). *Öğretmen adaylarının teknoloji entegrasyonu öz-yeterlik algıları ve teknolojik pedagojik içerik bilgisi yeterlikleri arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Yıldırım, K. (2020). İstisnai bir uzaktan eğitim-öğretim deneyiminin öğrettikleri. *Alanyazın*, 1(1). 7-15.
- Yılmaz, M. (2016). *İlkokul öğretmenlerinin eğitimde teknoloji kullanımına ilişkin bilgisayar yeterliliklerinin ve teknoloji tutumlarının değerlendirilmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Mersin Üniversitesi, Mersin.
- Yılmaz, O. (2019). *Öğretmenlerin bit entegrasyon yaklaşımları, teknoloji entegrasyonuna yönelik öz-yeterlik algısı ve bireysel yenilikçilik özellikleri arasındaki ilişkiler* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya.

COVID-19 DÖNEMİNDE BEDEN EĞİTİMİ ÖĞRETMEN ADAYLARININ ÇEVİRİMİÇİ ÖĞRENME ORTAMLARINDAKİ SINIF TOPLULUĞU HİSSİNİN ÇEŞİTLİ DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ

M. Enes İŞIKGÖZ

Mardin Artuklu Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu
pdgenes@gmail.com

ÖZET

Bu çalışmanın amacı; Covid-19 döneminde beden eğitimi öğretmen adaylarının çevrimiçi öğrenme ortamlarındaki sınıf topluluğu hissini çeşitli değişkenler açısından incelemesidir. Araştırma betimsel nitelikte tarama modelinde desenlenmiştir. Araştırmanın çalışma grubunu, 2020-2021 eğitim öğretim yılı bahar döneminde üç devlet üniversitesinin beden eğitimi ve spor yüksekokullarının beden eğitimi ve spor öğretmenliği programında öğrenim gören ve araştırmaya gönüllü katılan 296 öğretmen adayı oluşturmaktadır. Araştırmanın verileri; “Kişisel Bilgi Formu” ve öğrencilerin çevrimiçi öğrenme ortamlarındaki sınıf topluluğu hissini belirlemek için “Sınıf Topluluğu Ölçeği-(STÖ)” ile Google Docs Form aracılığıyla çevrimiçi ortamda toplanmıştır. Araştırmada; beden öğretmeni adaylarının genel olarak çevrimiçi öğrenme ortamlarındaki sınıf topluluğu hissini olumlu olduğu, sınıf topluluğu hissini “Bağlılık” alt boyutunda yüksek, “Öğrenme” alt boyutunda ise düşük düzeyde kaldığı görülmüştür. Kişisel özelliklerine göre ise öğretmen adaylarının; cinsiyet değişkenine göre bağlılık ve öğrenme alt boyutlarında, sınıf değişkenine göre sadece bağlılık alt boyutunda, milli sporcu olup olmama değişkenine göre; bağlılık ve öğrenme alt boyutlarında, kalman yer değişkenine göre ise sadece bağlılık alt boyutunda çevrimiçi öğrenme ortamlarındaki sınıf topluluğu hissi anlamlı olarak değiştiği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Beden eğitimi, öğretmen adayı, çevrimiçi öğrenme ortamı, sınıf topluluk hissi.

ANALYSIS OF PHYSICAL EDUCATION TEACHER CANDIDATES' SENSE OF CLASSROOM COMMUNITY IN ONLINE LEARNING ENVIRONMENTS IN TERMS OF VARIOUS VARIABLES DURING THE COVID-19 PERIOD

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine physical education teacher candidates' sense of class community in online learning environments in terms of various variables during the Covid-19 period. The research was designed in a descriptive scanning model. The target population of the study consists of 296 voluntary teacher candidates who are studying in the physical education and sports teaching program of physical education and sports schools of three state universities in the spring term of the 2020-2021 academic year. The data of the research were collected online via the “Personal Information Form” and the “Classroom Community Scale-(CCS)” and Google Docs Form in order to determine the students' sense of classroom community in online learning environments. It was observed in the research that the physical teacher candidates generally had a positive sense of classroom community in online learning environments while the sense of classroom community was high in the "Commitment" sub-dimension and low in the "Learning" sub-dimension. It has been concluded according to the personal characteristics that teachers' sense of class community in online learning environments significantly differ in the sub-dimensions of commitment and learning according to the gender variable, only in the sub-dimension of commitment according to the class variable, in the sub-dimensions of commitment and learning according to the variable of being a national athlete or not, and only in the sub-dimension of commitment according to the variable of place of residence.

Keywords: Physical education, teacher candidate, online learning environment, sense of classroom community.

GİRİŞ

Çin'in Vuhan kentinde Aralık 2019 sonunda başlayan ve tüm dünyaya yayılan Covid-19 enfeksiyonu hayatın her alanında insanları olumsuz yönde etkilemiştir. Sosyal, kültürel ve ekonomik olarak toplumların normal akışında seyreden olağan hayatları, Dünya Sağlık Örgütü'nün (DSÖ) Covid-19 salgını nedeniyle tüm dünyada pandemi ilan etmesi (DSÖ, 2020) ile birlikte olağanüstü bir hal almıştır. Pandeminin tüm dünyada yaratmış olduğu kriz durumunun başta sağlık olmak üzere ekonomik, psikolojik, sosyal yaşam ve eğitim üzerine olan derin etkileri devam etmekte ve ne zaman sona ereceğine ilişkin kesin bir veri bulunmamaktadır (Can, 2020). Küresel ölçekli bu salgından özellikle eğitim-öğretim faaliyetleri büyük ölçüde etkilenmiş, ülkeler salgının seyrini azaltmak için almış oldukları önlemler kapsamında eğitim-öğretim faaliyetlerinde çeşitli kısıtlamalara gitmişlerdir. Nitekim Nisan 2020'ye gelindiğinde tüm eğitim seviyelerinde dünyada 1,5 milyardan fazla öğrencinin bu kısıtlamalardan etkilendiği görülmektedir (UNESCO, 2021). Salgının kontrol altına alınması yönelik kısıtlamaların başında, okullarda yüz yüze eğitime ara verilmesi ve uzaktan eğitim sistemine geçilmesidir.

Ülkemizde ilk Covid-19 vakasının tespit edildiği 11 Mart 2020 tarihinden sonra Milli Eğitim Bakanlığı (MEB) tarafından 16 Mart Pazartesi'den itibaren 30 Mart Pazartesi'ne kadar tüm okulların tatil edilerek, akabinde kısmi açılma ve kapanma ile birlikte okullarda çeşitli e-öğrenme platformları üzerinde uzaktan eğitime geçilmiştir. Temel ve orta öğretim okullarında olduğu gibi 16 Mart 2020 tarihi itibarıyla Yüksek Öğretim Kurulu (YÖK) kararı ile üniversitelerde de örgün eğitime ara verilmiş (YÖK, 2020a), salgının artan seyri üzerine 26 Mart 2020 tarihinde yeni bir karar ile 2019-2020 eğitim-öğretim yılı bahar döneminin sadece uzaktan eğitim, açık öğretim ve dijital öğretim imkânları ile sürdürüleceği kararlaştırılmıştır (YÖK, 2020b). 2020-2021 eğitim-öğretim yılı için ise YÖK (2000c) yeni bir karar alarak; kampüslerdeki öğrencilerin seyreltilmesi, hareketliliğin azaltılması için üniversitelerin karar alma süreçlerine geniş imkân tanınarak, fakülte ve program bazında farklı uygulamalar yapabilmelerinin önünü açmıştır. Bu noktada salgının bölgesel ve yerel seyrine göre farklı programlar için yapılacak olan uygulamalara yönelik hususlarda üniversitelerin ilgili kurullarının karar vermesi istenmiştir. Bu karar üzerine üniversitelerin hemen hemen tamamında uzaktan eğitim sistemine geçilerek, 2020-2021 eğitim-öğretim yılının tamamlandığı görülmektedir.

Uzaktan eğitim; geleneksel öğrenme yöntemlerinin sınırlılıkları nedeniyle sınıf içi etkinliklerini yürütme olanağının bulunmadığı durumlarda, eğitim etkinliklerini planlayıcılar ile öğrenciler arası iletişim ve etkileşimin özel olarak hazırlanmış öğretim üniteleri ve çeşitli ortamlar yoluyla belirli bir merkezden bir öğretme yöntemidir (Kaya, 2002). Bir başka tanıma göre ise uzaktan eğitim, farklı mekânlardaki öğrenci, eğitmen ve öğretim materyallerinin iletişim teknolojileri aracılığı ile bir araya getirildiği kurumsal bir eğitim faaliyetidir (Gülbahar, 2017). Uzaktan eğitimde kullanılan çeşitli modeller bulunmaktadır. Genel olarak kullanılan modeller; Senkron (eş zamanlı) ve asenkron (eş zamansız) olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır (Romiszowski, 2004). Web tabanlı bir eğitim olarak senkron eğitim; öğretmen ve öğrencinin fiziksel olarak farklı ortamlarda bulunmalarına rağmen iki yönlü iletişimin sağlandığı ve karşılıklı etkileşimin eşzamanlı olarak gerçekleştiği bir ortam olarak tanımlanırken, asenkron eğitim ise ders içeriğinin önceden hazırlanarak internet aracılığıyla öğrencilere ulaştırıldığı, zaman ve mekandan bağımsız, esnek bir iletişim ortamı olarak tanımlanmaktadır (Yorgancı, 2015). Gerek senkron ve gerekse asenkron şeklinde gerçekleştirilen çevrimiçi öğrenme-öğretme süreçlerinin temelinde; öğrenen-öğretici, öğrenen-öğrenen, öğrenen-içerik olmak üzere üç tür etkileşim bulunmakta ve özellikle öğrenen-öğretici-öğrenen arasındaki kişiler arası etkileşim önemli bir yer tutmaktadır (Moore, 1989). Yine Garrison ve ark. (2000)'na göre çevrimiçi öğrenme ortamında gerçekleşen öğrenmenin; öğrenci, öğretici ve içerikten oluşan üç önemli bileşen arasındaki etkileşimden meydana geldiğini ifade etmişlerdir. Çevrimiçi öğretimde etkileşimin önemli olmasının nedeni, etkileşimin bu ortamlarda sosyal yakınlık yaratarak öğrencilerin soyutlanmışlık hissini azaltmasıdır (Bibeau, 2001).

Çevrimiçi öğrenmede etkileşim aynı zamanda öğrencilerin bireysel farklılıkları, sosyal ve bilişsel hazır bulunuşlukları, öğrenci katılımı, öğrenci ve öğreticinin uzaktan eğitimde değişen rolleri gibi konular öne çıkmaktadır (Gunawardena ve McIsaac, 2003). Çevrimiçi iletişim teknolojilerinin önemli rol oynadığı uzaktan eğitimde bu teknolojiler sayesinde fiziksel olarak birbirinden ayrı olan uzaktan eğitim öğrenci ve öğretmenlerinin iletişimleri ve topluluk hissi geliştirebilmeleri, sosyal açıdan önem taşımaktadır (İlgaz ve Aşkar, 2009). Çevrimiçi öğrenme ortamlarında, öğrencilerin kendilerini sadece teknoloji ile etkileşiyor gibi değil, kendilerini bu ortamdaki topluluğun bir parçası gibi hissetmeleri motivasyon ve başarılarını da olumlu yönde etkilemektedir (Haar, 2018; Yılmaz, 2016). Topluluk hissi; grup üyelerinin birbirleriyle karşılıklı bağlılık içinde olması, birbirlerine karşı duydukları güven ve birbirleri ile etkileşim halinde olma duygusu olarak tanımlanmakta, bağlılık ve öğrenme olmak üzere iki faktör altında ele alınmaktadır. Grup içinde bütünlük, canlılık, karşılıklı dayanışma ve güven bağlılık faktörünü belirlerken, grup içindeki etkileşimin kullanılması ve bu ortamdan memnun olunan öğrenme amaçlarının yaygınlaştırılması öğrenme faktörünü belirlemektedir. Cesaret, güven, etkileşim ve öğrenme unsurları ise topluluk hissini bileşenlerini oluşturmaktadır. Bu bileşenlerden oluşan sınıf topluluk hissi, çevrimiçi öğrenmede kalıcılığı sağlayacağı ve öğrenci memnuniyetini etkileyeceği öne sürülmektedir (Rovai, 2001; Rovai, 2002b; Rovai, 2002c).

Uzaktan eğitimde topluluk hissi oluşturmak, bireylerin ilgisini çekeceği ve eğitime olan ilgilerini canlı kılacağından önemli bir yere sahiptir (İlgaz ve Aşkar, 2009). Alan yazın incelendiğinde üniversite öğrencilerinin çevrim içi öğrenme ortamlarındaki topluluk hissini incelendiği (Chatterjee ve Correia, 2020; Enfiyeci ve Filiz, 2019; Ergün ve Kurnaz, 2017; Gökçeşlan, 2013; Haar, 2018; Göksal, 2008; İlgaz, 2008; Lin ve Gao, 2020; Luo ve ark., 2017; Özkanan ve Akdoğan, 2013; Öztürk, 2009; Saltürk ve Güngör, 2020; Sel, 2018; Üstündağ, 2012; Yıldız, 2020; Yıldız, 2016) ulusal ve uluslararası düzeyde araştırmaların raporlandığı ve bu araştırmaların daha çok Covid-19 döneminden önce yapıldığı görülmektedir. Alan yazında beden eğitimi öğretmen adayları ile Covid-19 döneminde bu konuda yürütülen bir çalışmaya ise rastlanılmamıştır. Bu çalışmanın amacı; Covid-19 döneminde beden eğitimi öğretmen adaylarının çevrimiçi öğrenme ortamlarındaki sınıf topluluğu hissini çeşitli değişkenler açısından incelemesidir. Bu amaç doğrultusunda şu sorulara cevap aranmıştır;

1. Beden eğitimi öğretmen adaylarının sınıf topluluk hissi düzeyleri nasıldır?
2. Beden eğitimi öğretmen adaylarının sınıf topluluk hissi düzeyleri; cinsiyete, öğrenim gördükleri sınıfa, milli sporcu olup olmama ve kaldıkları yer değişkenlerine göre değişmekte midir?

YÖNTEM

Covid-19 döneminde beden eğitimi öğretmen adaylarının çevrimiçi öğrenme ortamlarındaki sınıf topluluğu hissini çeşitli değişkenler açısından incelendiği bu araştırma betimsel nitelikte tarama modelinde desenlenmiştir. Araştırmanın çalışma grubunu, 2020-2021 eğitim öğretim yılı bahar döneminde üç devlet üniversitesinin beden eğitimi ve spor yükseköğretilerinin beden eğitimi ve spor öğretmenliği programında öğrenim gören ve araştırmaya gönüllü olarak katılan 296 öğretmen adayı oluşturmaktadır. Araştırmanın verileri; araştırmacı tarafından oluşturulan “Kişisel Bilgi Formu” ile öğrencilerin çevrimiçi öğrenme ortamlarında sınıf topluluğu hissini ölçmek için Rovai (2002a) tarafından geliştirilen, Öztürk (2009) tarafından Türkçeye uyarlanan “Sınıf Topluluğu Ölçeği (STÖ)” ile çevrimiçi ortamda Google Docs Form aracılığıyla toplanmıştır.

Kişisel bilgi formunda öğrencilerin cinsiyet, sınıf, milli sporculuk durumu ve kaldıkları yere ilişkin 4 soru bulunmaktadır. “Sınıf Topluluğu Ölçeği” ise toplam 13 madde ve iki alt boyuttan (Öğrenme ve Bağlılık) oluşmaktadır. Ölçekte olumlu ifade içeren yedi madde, “1-Kesinlikle Katılmıyorum ile 5-Kesinlikle Katılıyorum” arasında, olumsuz ifade içeren altı madde ise tersinden beşli Likert tipli olarak derecelendirilmiştir. Ölçekten alınabilecek en düşük puan 13, en yüksek puan ise 65’tir. Elde edilen yüksek puan değerleri, beden eğitimi öğretmen adaylarının çevrimiçi öğrenme ortamlarındaki güçlü bir sınıf topluluk hissini yansıtmaktadır. Araştırmacı tarafından açmılayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi ile uyarlanmış olduğu ölçeğin Cronbach’s alfa güvenilirlik katsayısı “Öğrenme” alt boyutu için 0.84, “Bağlılık” alt boyutu için 0.77, ölçeğin tamamı için 0.85 olarak bulunmuştur. Mevcut araştırmada ise ölçeğin Cronbach’s alfa güvenilirlik katsayısı “Öğrenme” alt boyutu için 0.70, “Bağlılık” alt boyutu için 0.80, ölçeğin tamamı için 0.79 olarak hesaplanmıştır. Verilerin analizinde SPSS-22 istatistik paket programı kullanılmıştır. Gruplar arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını ölçmek için bağımsız örneklem t-testi (Independent Sample t-Test) ve tek yönlü varyans analizinden (One-Way ANOVA) yararlanılmıştır. ANOVA sonucu belirlenen anlamlı farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla Levene testi sonucunda Bonferroni düzeltilmeli Post Hoc testlerinden Games-Howell çoklu karşılaştırma testi kullanılmıştır. Elde edilen bulgular $p < 0,01$ ve $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde yorumlanmıştır.

BUGULAR

Tablo 1. Katılımcıların Kişisel Özelliklerinin Dağılımı

Kişisel Özellik	Kategori	n	%
Cinsiyet	Erkek	136	45,9
	Kadın	160	54,1
Sınıf	1.Sınıf	95	32,1
	2.Sınıf	70	23,6
	3.Sınıf	52	17,6
	4.Sınıf	79	26,7
Milli Sporcu	Evet	22	7,4
	Hayır	274	92,6
Kaldıkları Yer	Öğrenci Yurdu	184	62,2
	Kiralık Ev	81	27,4
	Aile İle Birlikte	31	10,5
	Toplam	296	100,0

Tablo 1’e göre araştırmaya katılan beden eğitimi öğretmen adaylarının 136’sı (%45,9) erkek, 160’ı (%54,1) kadındır. Öğretmen adaylarının 95’i (%32,1) 1.sınıf, 70’i (%23,6) 2.sınıf, 52’si (%17,6) 3.sınıf, 79’u (%26,7) 4.sınıf öğrencisidir. Öğretmen adaylarının 22’si (%7,4) milli sporcu olduklarını, 274’ü (%92,6) ise milli sporcu olmadıklarını belirtmişlerdir. Kaldıkları yer açısından öğretmen adaylarının 184’ü (%62,2) öğrenci yurdunda, 81’i (%27,4) kiralık evde, 31’i (%10,5) ise ailesi ile birlikte kalmaktadırlar.

Tablo 2. Katılımcıların Sınıf Topluluğu Ölçeğinden Aldıkları Puanların Betimsel İstatistikleri

Alt Boyutlar	Ort.	SS	Çarpıklık	Basıklık	Minimum	Maximum
Bağlılık	23,29	2,84	-0,31	0,64	6,00	30,00
Öğrenme	22,96	4,57	-0,28	0,01	7,00	35,00

Tablo 2 incelendiğinde; ölçek alt boyutlarından alınabilecek minimum ve maximum puanlara göre “Bağlılık (23,29±2,84)” alt boyutunda sınıf topluluğu hissini yüksek, “Öğrenme (22,96±4,57) alt boyutunda düşük düzeyde olduğu görülmektedir. Genel olarak öğrencilerin sınıf topluluğu hissini ortalamanın üstünde yüksek düzeyde olduğu söylenebilir. Her iki alt boyutta elde edilen verilerin çarpıklık ve basıklık değerlerinin $\pm 1,5$ aralığında kaldığı (Tabachnick ve Fidell, 2013), bu noktada dağılımın ortalamadan aşırı sapma göstermediği ve verilerin normal dağılıma uyduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda analizlerde parametrik testler kullanılmıştır.

Tablo 3. Katılımcıların Sınıf Topluluğu Hissinin Kişisel Özelliklerine Göre Değerlendirilmesi

Kişisel Özellik	Alt Boyut	Kategori	Sınıf Topluluğu Hissi (n=296)		
			n	Ort±SS	Test değeri, p
Cinsiyet	Bağlılık	Erkek	136	24,26±4,23	t: 4,698
		Kadın	160	21,84±4,57	^a p: 0,00<0,05
	Öğrenme	Erkek	136	22,69±3,29	t: 3,288
		Kadın	160	23,80±2,27	^a p: 0,01<0,05
Sınıf	Bağlılık	1.Sınıf ¹	95	23,95±4,67	F: 16,820 ^b p: 0,00<0,05 ^c p<0,0; Fark 1,2,3>4
		2.Sınıf ²	70	23,84±2,85	
		3.Sınıf ³	52	24,32±2,81	
		4.Sınıf ⁴	79	20,06±5,35	
	Öğrenme	1.Sınıf ¹	95	22,84±3,01	F: 1,273 ^b p: 0,28>0,05 Fark yok
		2.Sınıf ²	70	23,61±2,81	
		3.Sınıf ³	52	23,34±2,75	
		4.Sınıf ⁴	79	23,51±2,68	
Milli Sporcu	Bağlılık	Evet	22	27,81±5,91	t: 4,081
		Hayır	274	22,56±4,22	^a p: 0,00<0,05
	Öğrenme	Evet	22	25,90±1,47	t: 7,890
		Hayır	274	23,08±2,82	^a p: 0,00<0,05
Kalınan Yer	Bağlılık	Yurt ¹	184	22,51±4,81	F: 6,323 ^b p: 0,00<0,05 ^c p<0,01; Fark: 1,2,<3
		Kiralık Ev ²	81	22,95±4,13	
		Aile İle Birlikte ³	31	25,61±3,15	
	Öğrenme	Yurt ¹	184	23,33±2,63	F: 0,919 ^b p: 0,40>0,05 Fark yok
		Kiralık Ev ²	81	23,01±3,59	
		Aile İle Birlikte ³	31	23,80±1,37	

^aStudent t-Test; ^bOneway ANOVA Test; ^cPost Hoc: Games-Howell Test

Tablo 3 incelendiğinde; cinsiyet değişkenine göre öğretmen adaylarının sınıf topluluğu hissi hem bağlılık ($t_{(294)}=4,698$; $p<0,05$) hem de öğrenme ($t_{(294)}=1,273$; $p<0,05$) alt boyutlarında anlamlı olarak değişmektedir. Grupların ortalamaları dikkate alındığında, bağlılık alt boyutunda erkek öğretmen adaylarının, öğrenme alt boyutunda ise kadın öğretmen adaylarının sınıf topluluk hissini daha olumlu olduğu görülmektedir. Sınıf değişkenine göre öğretmen adaylarının sınıf topluluğu hissini bağlılık ($F_{(3, 292)}=16,820$; $p<0,05$) alt boyutunda anlamlı olarak değişirken, öğrenme ($F_{(3, 292)}=1,273$; $p>0,05$) alt boyutunda anlamlı olarak değişmemektedir. Bağlılık alt boyutunda uygulanan Levene testi ($p=0,00 <0,05$) sonucunda, gruplararası varyansların homojen dağılmadığı görülmüştür. Bu kapsamda anlamlı farklılaşmanın hangi ikili gruplar arasında olduğunu tespit etmek amacıyla yapılan Post Hoc-Games-Howell çoklu karşılaştırma testi sonucunda, 1., 2., ve 3.sınıflarda öğrenim gören öğretmen adayları ile 4.sınıfta öğrenim gören öğretmen adayları arasında anlamlı farkın olduğu saptanmıştır. Grupların puan ortalamaları incelendiğinde; 4.sınıf öğretmen adaylarının bağlılık alt boyutunda sınıf topluluğu hissini diğer sınıflara göre düşük düzeyde kaldığı dikkati çekmektedir.

Tablo 3 incelendiğinde; milli sporcu olup olmama değişkenine göre; öğretmen adaylarının sınıf topluluğu hissi hem bağlılık ($t_{(294)}=4,081$; $p<0,05$) hem de öğrenme ($t_{(294)}=7,890$; $p<0,05$) alt boyutlarında anlamlı olarak değişmektedir. Her iki alt boyutta milli sporcu olan beden eğitimi öğretmen adaylarının sınıf topluluk hissini daha olumlu olduğu görülmektedir. Kalınan yer değişkenine göre öğretmen adaylarının sınıf topluluğu hissini bağlılık ($F_{(2, 293)}=6,323$; $p<0,05$) alt boyutunda anlamlı olarak değişirken, öğrenme ($F_{(2, 293)}=0,919$; $p>0,05$) alt boyutunda anlamlı olarak değişmemektedir. Bağlılık alt boyutunda uygulanan Levene testi ($p=0,00 <0,05$) sonucunda, gruplararası varyansların homojen dağılmadığı görülmüştür. Bu kapsamda anlamlı farklılaşmanın hangi ikili gruplar arasında kaynaklandığını tespit etmek amacıyla yapılan Post Hoc-Games-Howell çoklu karşılaştırma testi sonucunda, ailesi ile birlikte kalan öğretmen adayları ile yurttan ve kiralık evde kalan öğretmen adayları arasında anlamlı farkın olduğu saptanmıştır. Grupların puan ortalamaları incelendiğinde; ailesi birlikte kalan öğretmen adaylarının, yurttan ve kiralık evde kalan öğretmen adaylarına göre bağlılık alt boyutunda sınıf topluluğu hissini daha yüksek olduğu dikkati çekmektedir.

SONUÇ

Covid-19 döneminde beden eğitimi öğretmen adaylarının çevrimiçi öğrenme ortamlarındaki sınıf topluluğu hissini çeşitli değişkenler açısından incelendiği bu çalışmada; beden eğitimi adaylarının genel olarak çevrimiçi öğrenme ortamlarındaki sınıf topluluğu hissini olumlu olduğu, sınıf topluluğu hissi düzeylerinin “Bağlılık” alt boyutunda yüksek, “Öğrenme” alt boyutunda ise düşük kaldığı görülmüştür. Kişisel özelliklerine göre ise öğretmen adaylarının; cinsiyet değişkenine göre bağlılık ve öğrenme alt boyutlarında, sınıf değişkenine göre sadece bağlılık alt boyutunda, milli sporcu olup olmama değişkenine göre; bağlılık ve öğrenme alt boyutlarında, kalınan yer değişkenine göre ise sadece bağlılık alt boyutunda çevrimiçi öğrenme ortamlarındaki sınıf topluluğu

hissi anlamlı olarak değiştiği sonucuna ulaşılmıştır. Alan yazın incelendiğinde yakın sonuçların olduğu görülmektedir. Ergün ve Kurnaz (2016) uzaktan eğitim yoluyla pedagojik formasyon eğitimi alan bir grup ğrenci ile yürütmüş oldukları araştırma sonuçlarına göre, öğrencilerin sınıf topluluk hissini yüksek bulmuşlardır. Saltürk ve Güngör (2020) Covid-19 döneminde öğrencilerde topluluk hissi ve evrimii uzaktan eğitimi inceledikleri çalışmalarında, öğrencilerin topluluk hissini olumlu düzeyde, Enfiyeci ve Filiz (2019) uzaktan eğitim yüksek lisans ğrencilerinin topluluk hislerini ortalamanın üzerinde bulmuşlardır. Çevrimiçi ğrenme türü olarak ztrk (2009) ise; eşzamanlı ortamdaki öğrencilerin, duygusal ve toplumsal özelliklerini gerçek bir insan gibi diğer katılımcılara yansıtabilme yeteneği olan toplumsal buradalıklarının, eşzamsız ortamdakilerden daha yüksek olduğunu belirlemiştir. Durdu ve Albayrak (2020) ‘da uzaktan ğretim ğrencilerinin sosyal bulunuşluk seviyelerini ortalamanın üzerinde bulmuşlardır. Ancak kısıtlıda olsa aksi yönde elde edilen sonuçlar da mevcuttur. Sel (2018) araştirmasında, öğrencilerin uzaktan eğitim ortamında ‘topluluk hissi’ düzeylerini düşük bulmuş, öğrencilerin ğretim elemanlarıyla yakınlık kuramadıkları, topluluğu oluşturan diğer öğrencilerle sıkça vakit geçiremedikleri ve duygusal bağ kuramadıkları yönünde düşüncelerinin olduğun sonucuna ulaşmıştır. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin genç nesiller tarafından özellikle artan sosyal medya platformundaki kullanımları, teknolojiye hızlı uyumları ve eğitimde teknolojilerine olan hızlı entegrasyonları, çevrim içi ortamlara olan bağlılık ve topluluk hissini büyük ölçüde arttırmaktadır. Nitekim İkiınar ve şengül (2019), sosyal medya kullanan öğrencilerin kullanmayan öğrencilere göre daha çok sınıf topluluğu duygusuna sahip olduklarını, Neira-Pineiro (2015) ise web tabanlı blog oluşturmanın öğrenenlerin dijital ortamlarda iletişim becerilerini geliştirdiğini, motivasyonlarını ve arkadaş ilişkilerini arttırdığını vurgulamışlardır.

Araştırmada beden eğitimi ğretmen adaylarının cinsiyet değişkenine göre sınıf topluluğu hissini anlamlı olarak değiştiği, erkek ğretmen adaylarının bağlılık alt boyutunda, kadın ğretmen adaylarının ise öğrenme alt boyutunda daha güçlü bir sınıf topluluk hissine sahip oldukları saptanmıştır. Alan yazında çalışma bulgumuzla benzerlik gösteren araştırma bulguları olduğu gibi, farklı bulguların da olduğu görülmektedir. Rovai (2001) alışmasında, kız öğrenciler erkeklerden daha güçlü bir topluluk hissi gösterdiklerini, ztrk ve Deryakulu (2011) ise, cinsiyete göre öğrencilerin topluluk hissinde anlamlı bir farklılaşmanın olmadığını, ancak ‘ğrenme’ alt boyutunda kızların topluluk hissini daha yüksek olduğunu tespit etmişlerdir. Saltürk ve Güngör (2020) Covid-19 döneminde bir grup niversite öğrencisinin topluluk hissini araştırdıkları çalışmalarında, öğrencilerin evrimii ortamlarda sınıf topluluk hissini cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterdiğini, erkeklerin sınıf topluluk hissini daha yüksek olduğunu belirlemişlerdir. Diğer taraftan Enfiyeci ve Filiz (2019), uzaktan eğitim yüksek lisans ğrencilerinin topluluk hissi düzeylerinin cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediğini tespit etmişlerdir. Çevrimiçi ğrenme ortamının sosyal ve psikolojik yapısı, ğrenci nitelikleri ve evrimii ortamda bulunma nedeni gibi etkenlerin, erkek ve kadınların topluluk hissinde de anlamlı değişimlere yol açtığı düşünülmektedir. Nitekim Yıldız (2016) araştirmasında, topluluk hissine etki eden bileşenleri; ğretim elemanı, ğrenci özellikleri, ğretim tasarımı, ğretim yöntemi, etkileşim, işbirliği ve uyum olarak belirtmiştir.

Araştırmada 4.sınıfta öğrenim beden ğretmen adaylarının bağlılık alt boyutunda sınıf topluluğu hissini alt sınıflara göre düşük düzeyde kaldığı görülmüştür. Sel (2018) araştirmasında, öğrencilerin sınıf kademelerine bağlı olarak ‘Topluluk Hissi’ düzeylerinin anlamlı olarak değiştiğini, örgün eğitim 3. Sınıf ğrencilerinin ‘Topluluk Hissi’ düzeyinin düşük, uzaktan eğitim 1. sınıf ğrencilerinin ise ‘Topluluk Hissi’ düzeyinin daha yüksek olduğunu tespit etmiştir. Durdu ve Albayrak (2020) sınıf düzeyi 2 olan öğrencilerde e-öğrenme tutumunu daha yüksek bularak bu durumu, e-öğrenmeye karşı n yargıların kırılarak, alışma sürecine girilmesi ile açıklamışlardır. Bu bulgular çalışma bulgularımızla kısmen örtüşmektedir. Ancak örtüşmeyen bulgular da bulunmaktadır. Saltürk ve Güngör (2020) sınıfı farklı olan gruplar arasında evrimii uzaktan eğitim ortamında topluluk hissi açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmadığını tespit etmişlerdir. Araştırmadan elde edilen bir başka sonuç, milli sporcu olan beden eğitimi ğretmen adaylarının sınıf topluluk hissini daha yüksek olmasıdır. Milli sporcu olan ğretmen adaylarının araştırma grubunun kk bir kesimini oluşturmasının yanı sıra, milli sporculuğun beraberinde getirmiş olduğu statü, ekonomik, sosyal ve kültürel özelliklerin de bu sonuca yol açtığı düşünülmektedir. Araştırmanın bir diğer sonucu ise ailesi birlikte kalan ğretmen adaylarının, yurttan ve kiralık evde kalan ğretmen adaylarına göre bağlılık alt boyutunda sınıf topluluğu hissini daha yüksek çıkmasıdır. Aile ortamındaki aidiyet duygusu, sosyo-ekonomik açıdan rahatlık vb. olumlu unsurlar öğrencilerin tutumlarını etkileyebilmektedir. Bu ve benzeri faktörler, öğrencilerin sınıf ortamındaki psikolojik ihtiyaçlarının karşılanması ve motivasyonlarını etkilemektedir (Osterman, 2010). Benzer durum evrimii öğrenme ortamındaki topluluklar için de düşünülebilir.

Çevrimiçi ğrenme ortamlarında öğrencilerin katılımının sağlamasında topluluk hissi önemli bir yere sahiptir. Uzaktan eğitimde topluluk hissi oluşturmak, bireylerin ilgisini çekeceği ve eğitime olan ilgilerini canlı kılacağından önemli bir yere sahiptir (İlgaz ve Aşkar, 2009). Çünkü topluluk hissini artması, evrimii öğrenme ortamlarında öğrencilerin bilgi paylaşımını ve katılımlarını arttıracaktır (Sharratt ve Usoro, 2003). Nitekim topluluk hissi geliştirebilen öğrencilerin uzaktan eğitime yönelik memnuniyetlerinin daha fazla olduğu görülmektedir (İlgaz, 2008). Covid-19 döneminde beden eğitimi ğretmen adaylarının evrimii öğrenme ortamlarındaki sınıf topluluğu hissini çeşitli demografik değişkenlerine göre var olan durumu belirleyen bu çalışma neticesinde; araştırmaların daha geniş bir örneklem grubu üzerinde yürütülmesi, farklı faktörler işiğinde

öğrencilerin çevrimiçi ortamlarda sınıf topluluk hissini incelenmesi ve daha derinlemesine bulguların elde edilmesi için nitel desenli çalışmalara yer verilmesi önerilmektedir.

KAYNAKLAR

- Bibeau, S. (2001). Social presence, isolation, and connectedness in online teaching and learning: From the literature to real life. *Journal of Instruction Delivery Systems*, 15(3), 35-39.
- Can, E. (2020). Coronavirüs (Covid-19) pandemisi ve pedagojik yansımaları: Türkiye’de açık ve uzaktan eğitim uygulamaları. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 11-53.
- Chatterjee, R. and Correia, A.P. (2020). Online students’ attitudes toward collaborative learning and sense of community. *American Journal of Distance Education*, 34(1), 53-68.
- DSÖ (2020). WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 (11 March 2020). Retrieved from <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>.
- Durdu, E. ve Albayrak, M. (2020). Öğrencilerin uzaktan öğrenmeye ilişkin algı ve tutumlarının değerlendirilmesi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(2), 252-268.
- Enfiyeci, T. ve Filiz, S.B. (2019). Uzaktan eğitim yüksek lisans öğrencilerinin topluluk hissini çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *TÜBAV Bilim Dergisi*, 12(1), 20-32.
- Ergün, E. ve Kurnaz, F.B. (2017). Çevrimiçi öğrenme ortamlarında sınıf topluluğu hissi ve öğrenci bağlılığı arasındaki ilişki. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 25(4), 1515-1532.
- Garrison, D.R., Anderson, T. and Archer, W. (2000). Critical inquiry in a text based environment. *The Internet and Higher Education*, 2(2-3), 87-105.
- Gökçeşlan, Ş. (2013). Çevrimiçi öğrenme topluluklarında denetim odağının öğrenme topluluğu hissi, akademik başarı ve probleme dayalı öğrenmeye yönelik tutuma etkisi. (Tez No. 451217) [Doktora tezi, Ankara Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi’nden edinilmiştir.
- Göksal, E. (2008). Çevrimiçi öğrenenlerin sözsüz iletişim unsurlarını kullanma sıklıkları ve topluluk olma duyguları arasındaki etkileşim. (Tez No. 220865) [Yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi’nden edinilmiştir.
- Gunawardena, C.N. and McIsaac, M.S. (2003). *Distance education*. In D.H. Jonassen (Ed.), *Handbook of Research in Educational Communications and Technology*, 2nd ed. (pp. 355-395). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Gülbahar, Y. (2017). *E-öğrenme* (5. Baskı). Pegem Akademi.
- Haar, M. (2018). Increasing sense of community in higher education nutrition courses using technology. *Journal of nutrition education and behavior*, 50(1), 96-99.
- Ilgaz, H. (2008). Uzaktan eğitimde teknoloji kabulünün ve topluluk hissini öğrenen memnuniyetine katkısı. (Tez No. 244862) [Yüksek lisans tezi, Hacettepe Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi’nden edinilmiştir.
- Ilgaz, H. ve Aşkar, P. (2009) Çevrimiçi uzaktan eğitim ortamında topluluk hissi ölçeği geliştirme çalışması. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 1(1), 27-34.
- İkizçınar, B. ve Şengül, M. (2019). Yabancı dil olarak Türkçe öğrenilen ortamlarda sosyal medya kullanımının sınıf topluluğu duygusuna etkisi. 12. Uluslararası Türkçenin Eğitimi Öğretimi Kurultayı 03-05 Ekim 2019, İzmir. Bildiri Özetleri, s.12.
- Kaya, Z. (2002). Uzaktan eğitim. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Lin, X. and Gao, L. (2020). Students' Sense of community and perspectives of taking synchronous and asynchronous online courses. *Asian Journal of Distance Education*, 15(1), 169-179.
- Luo, N., Zhang, M. and Qi, D. (2017). Effects of different interactions on students' sense of community in e-learning environment. *Computers & Education*, 115, 153-160.
- Moore, M.G. (1989). *The effects of distance learning: A summary of the literature: Paper for the Congress of the United States*. Office of Technology Assessment. Washington, D.C. The Office.
- Neira-Piñeiro, M.D.R. (2015) Reading and writing about literature on the internet. Two innovative experiences with blogs in higher Education. *Innovations in Education and Teaching International*, 52(5), 546-557.

- Osterman, K.F. (2010) *Teacher practice and students' sense of belonging*. In: Lovat, T., Toomey, R., Clement, N. (Eds) *International Research Handbook on Values Education and Student Wellbeing*. Springer, Dordrecht.
- Özkanan, A. ve Erdoğan, A. (2013). Uzaktan eğitimde öğrenme ortamının kabulü ile birliktelik duygusunun öğrenen memnuniyetine etkisi. *Süleyman Demirel Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(1), 209-220.
- Öztürk, E. (2009). *Çevrimiçi öğrenme topluluklarında iletişim aracı türünün ve sanal konukların bilişsel ve toplumsal buradalık üzerindeki etkisi*. (Tez No. 309532) [Doktora tezi, Ankara Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden edinilmiştir.
- Öztürk, E. ve Deryakulu, D. (2011). Çevrimiçi öğrenme topluluklarında iletişim aracı türünün bilişsel ve toplumsal buradalık hissi üzerindeki etkisi. *H.Ü. Eğitim Fakültesi Dergisi*, 41, 349-359.
- Öztürk, Ö. (2009). Sınıf topluluğu ölçeğinin Türkçe 'ye uyarlanması: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 36, 193-202
- Romiszowski, A.J. (2004). How's the e-learning baby? Factors leading to success or failure of an educational technology innovation. *Educational Technology*, 44(1), 5-27.
- Rovai, A.P. (2001). Classroom community at a distance: A comparative analysis of two ALN-based university programs. *The Internet and Higher Education*, 4(2), 105-118.
- Rovai, A.P. (2002a). Development of an instrument to measure classroom community. *The Internet and Higher Education*, 5(3), 197-211.
- Rovai, A.P. (2002b). Sense of community, perceived cognitive learning, and persistence in asynchronous learning networks. *Internet and Higher Education*, 5, 319-332.
- Rovai, A.P. (2002c). Building sense of community at a distance. *The International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 3(1), 1-16.
- Saltürk, A. ve Güngör, C. (2020). COVID-19 döneminde öğrencilerde topluluk hissi ve çevrimiçi uzaktan eğitimin incelenmesi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 9(5), 4204-4221.
- Sel, F. (2018). *İnönü üniversitesi uzaktan eğitim öğrencilerinin çevrimiçi öğrenci bağlılık düzeylerinin bazı değişkenler açısından incelenmesi*. (Tez No. 514707) [Yükseklisans tezi, İnönü Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden edinilmiştir.
- Sharratt, M. and Usoro, A. (2003). Understanding knowledge-sharing in online communities of practice. *Electronic Journal on Knowledge Management*. 1(2), 187-196
- Tabachnick, B.G. and Fidell, L.S. (2013). *Using Multivariate Statistics* (sixth ed.), Pearson.
- UNESCO (2021). School closures and regional policies to mitigate learning loss due to COVID-19: A focus on the Asia-Pacific. Retrieved from <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000378429>.
- Üstündağ, M.T. (2012). *Çevrimiçi öğrenme ortamlarında uyarlanmış sosyal etkileşim araçlarının öğrencilerin akademik başarılarına ve sosyal bulunmuşluk algılarına etkisi*. (Tez No. 330139) [Doktora tezi, Gazi Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden edinilmiştir.
- Yıldız, E. (2016). *Çevrimiçi ortamlarda uzaktan eğitim öğrencilerinin topluluk hissi, akademik başarı ve katılımları arasındaki ilişkinin incelenmesi*. (Tez No. 456604) [Yükseklisans tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden edinilmiştir.
- Yılmaz, R. (2016). Knowledge sharing behaviors in e-learning community: Exploring the role of academic self-efficacy and sense of community. *Computers in Human Behavior*, 63(October), 373-382
- Yorgancı, S. (2015). Web tabanlı uzaktan eğitim yönteminin öğrencilerin matematik başarılarına etkileri. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 23(3), 1401-1420.
- YÖK (2020a). Koronavirüs (Covid-19) Bilgilendirme Notu:1, <https://covid19.yok.gov.tr/Documents/alinan-kararlar/02-coronavirus-bilgilendirme-notu-1.pdf>, Erişim tarihi: 10.07.2021
- YÖK (2020b). Koronavirüs (Covid-19) Bilgilendirme Notu:1, <https://covid19.yok.gov.tr/Documents/alinan-kararlar/04-uzaktan-egitim-ve-yks-ertelenmesine-iliskin.pdf>, Erişim tarihi: 10.07.2021
- YÖK (2020c). Yükseköğretim kurumlarımızdaki 2020-2021 eğitim ve öğretim dönemine yönelik açıklama. <https://covid19.yok.gov.tr/Documents/alinan-kararlar/28-yuksekogretim-kurumlari-2020-2021-egitim-ve-ogretim-donemine-yonelik-aciklama.pdf>, Erişim tarihi: 10.07.2021

COVID-19 İLE İLGİLİ REKLAMLARIN GÖSTERGEBİLİMSSEL AÇIDAN İNCELENMESİ: PEGASUS, KOÇ HOLDİNG, PETROL OFİSİ REKLAMLARI

Prof. Dr. Aytekin İŞMAN
Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Yeşim YARDIMCI
Yüksek Lisans Öğrencisi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

ÖZET

2019 yılı Aralık ayında başlayan ilk olarak Çin'in Wuhan eyaletinde görülen ve tüm dünyaya yayılan koronavirüs hastalığı (COVID- 19), hayatın her alanını etkileyerek kendini göstermiştir. Bu süreçte etkilenmeyen kişi, kurum ve sektör bulunmamaktadır. Kurumlar da tüm insanların istediği gibi pandemi sürecinin bitmesini, normal hayata dönüşü beklemektedir. Reklam kampanyaları düzenleyen kurumların yayınladıkları reklamların ve sürece yönelik verdikleri mesajların değerlendirilmesi araştırmanın konusunu oluşturmuştur. Bu doğrultuda Pegasus, Koç Holding (Fiat Türkiye) ve Petrol Ofisi kuruluşlarının oluşturdukları reklamlar, pandemi sürecine ve koronavirüs hastalığına dair çeşitli mesajlar içermesi ve güncelliğini koruması sebebiyle araştırmaya konu olmuştur.

Birçok reklam kampanyası, koronavirüs ortaya çıktığından bu yana pandemi sürecine ilişkin olmuştur. Araştırmada Pegasus, Koç Holding ve Petrol Ofisi reklam kampanyalarının hedef kitleye ulaştırdığı anlam, nitel analiz yöntemlerinden göstergibilimsel ile ele alınmıştır. Verilerin analizinde, senaryosu, reklamların sloganı, oyuncularını, müziği, ahengi, renkleri, düz anlam, yan anlam ve karşıtlıkları incelenerek reklamların hedef kitleye vermek istediği mesaj ortaya çıkarılmıştır. Reklamlar, anlatı içeriği dâhilinde gösterge, gösteren ve gösterilen unsurların dilsel ve görsel olarak çözümlenmesi temelinde ele alınmıştır.

Araştırma sonucunda ortaya çıkarılan bulgular incelenip pandemi sürecinin, kuruluşların reklam yönetimlerini nasıl değiştirdiği, hedef kitlelerine birlik ve beraberliği, sevgiyi, umudu göstergelerle yansıttığı görülmüştür. İncelenen reklamlarda kurumların pandemi sürecinin neresinde yer aldıkları ve insanlara verdikleri olumlu mesajlar ön plana çıkmıştır. Reklamlarda verilmek istenen mesajların etkililiği açısından anlatının ve hikâyenin önemi ortaya çıkarılmıştır. Ayrıca sözü konusu reklamların aslında ne anlatmak istediği de görsel ve dilsel analizler sonucu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: COVID-19, Reklam, Göstergibilim, Anlatı Kuramı

GİRİŞ

Çin'in Wuhan şehrinde 2019 yılının son zamanlarında Aralık ayında tüm dünyayı tehdit eder hale gelen ve pandemi oluşturan pnömoni ortaya çıkmıştır (Tüzün vd., 2020). Türkiye'de Covid- 19 ile ilgili tedbirler alınmaya başlamış ancak 11 Mart 2020'de ilk vaka tespit edilmiştir (İnce ve Evcil, 2020). Covid-19'un Türkiye'de ortaya çıkmasıyla önlemler çeşitlilik göstermeye başlamıştır ve hemen hemen her alanda bu önlemler şekillenmiştir (İnce ve Evcil, 2020).

Bireylerin bu süreçte medya ile ilişkisi de artmıştır (Azoulay ve Barnes, 2020). Covid-19 ile ilgili geleneksel iletişim aracı olan televizyon ekranlarından dijital medyaya kadar her araçla birçok mesaj iletilmiştir (Tüzün vd., 2020). Covid-19 ile ilgili reklamlar, pandemi sürecinde vaktini evde geçiren bireyler için ön plana çıkan, yönlendirici iletilerle dolu etkili bilgilendirmeler olarak ortaya çıkmıştır (Baştürk ve Eken, 2020).

Covid-19

Güven (2020)'ne göre, İlk olarak 2019 yılının Aralık ayında Çin'in Wuhan şehrinde ortaya çıkan ve COVID-19 olarak bilinen Koronavirüsün sebep olduğu salgın hastalık, kısa sürede bütün dünyayı sağlık anlamında ve ekonomik anlamda etkilemiştir (s.252). Dünya Sağlık Örgütü tarafından Covid-19 adı verilen hastalığın 113 ülkeye kadar artırdığı ve şiddetinden dolayı pandemi ilan edilmiştir (İnce vd., 2020). Pandemi, insan sağlığını son derece olumsuz etkileyen bir sağlık sorunudur (Pala ve Metintaş, 2020). Damlacıklar vasıtasıyla Covid-19'un aktarımı meydana gelmiştir (Samancı, 2020). Herhangi bir şekilde temas halinde olan kişiler için 14 gün boyunca karantina süresi uygun bulunmaktadır (Ak, 2020). Uludağ (2020)'a göre, Vakaların tedavi ve izlem süreci hekim değerlendirilmesi sonrasında pandemi hastanelerinde izole şekilde yapılır aynı zamanda hastanelerde temas ve damlacık enfeksiyonundan korunmak için standart kontrol önlemleri uygulanır (s.126). Herhangi bir şüphelenme olduğunda, solunum yolundan güçlük çekenlerden, enfeksiyonu tespit etmek amacıyla küçük bir örnek alınmaktadır (Şahin, 2020). Covid-19'a karşı henüz bir ilacın ya da aşının insanlara sunulmaması nedeniyle bireyler hem sosyal mesafeyi koruyucu hareket etme hem de gerekmedikçe evden çıkmama noktasında uyarılmaktadır (Kara, 2020). İnsanlar günlük hayat aktivitelerini bir süre kısıtlama noktasına gelmiş ve İçişleri Bakanlığı Genelgesi ile kısıtlama alanları belirlenmiştir (Gümüşgül ve Aydoğan, 2020).

Hastalık kendisini genellikle öksürük ve ateş belirtileri ile göstermektedir (Ak, 2020). Covid-19, bireyi fiziksel olduğu kadar ruhen de olumsuz açıdan etkilemekte, bireyde yaşama dair kaygı verici duygular oluşturabilmektedir (Dağlı vd., 2020). İyileşme sürecinden sonra ise organların hangisinin, ne kadar süre zarara uğrayacağı net bir

konu değildir (Ak, 2020). Covid-19, vücut direnci iyi olmayan, yaşça ilerlemiş, kronik rahatsızlığı olan bireylerde ağır zatürre yaşatabilmektedir (Arslan ve Karagül, 2020). Bu sebepten yaşça ileri olan 65 yaş üstüne hastalığın bulaşmaması için sokağa çıkma kısıtlaması getirilmiştir (Soysal, 2020).

Covid-19 ile ilgili bireylerin kendini korumak için alabileceği önlemler ise; elleri sık sık yıkamak, sosyal mesafeyi koruyarak temaslı kişilerden korunmak, enfekte olan kişiler varsa çevremizde onların dokunduğu alanlara dokunmamak, kolonya benzeri ürünleri kullanmak ve maske takmaktır (Arslan ve Karagül, 2020). Covid-19 ile kişilerin günlük hayatlarında temizlik ile ilgili dikkat çeken nokta, el yıkamayla ilgili düşünce ve davranışlarında değişiklik meydana gelmesidir (Kalkan vd., 2020).

Tüm dünya insanların hayatına çeşitli şekillerde dokunan Covid-19 her meselenin içinde yer alan bir unsur olmuştur (Özcan, 2020). Dünyanın toplumsal, ekonomik yapısını değiştirmiş yeni yönelimleri ortaya çıkarmıştır (Özdemirci, 2020). Ayrıca tüm süreçlerden haberdar olma isteği bireyleri olumlu olmayan bilgiler ile karşı karşıya getirmekte, psikolojik durumlarının üstünde negatif etkide kendini göstermiştir (Tönbül, 2020). Bireyler medya araçları dolayısıyla da ister istemez pandemi sürecine dair toplumsal, bireysel, ekonomik, uyarıcı nitelikte birçok mesajlarla yüz yüze gelmiştir.

Reklam

Reklam, ulaşabildiği kişileri etkileme amacı güden, amaçlanan unsurların gerçekleşmesi için sunulan araçtır (Yıldırım, 2019). Türkiye’de reklamcılık anlayışı 1920’li yıllarda İhâp Hulusi Görey tarafından şekillenmiş, daha çok devlet kurumlarına reklamlar üretilerek hedef kitleye görsellikten ziyade fazlaca bilgi aktarımı yapılmıştır (A. Aslaner ve D. Aslaner, 2020). Reklamlarda, hedef kitlelerinin harekete geçmesini sağlamak ve onları kontrol edebilmek amacıyla bilgilendirme unsuru bulunmaktadır (İplikçi, 2015). Günlük hayatımızın işleyişi sırasında her zaman önümüze çıkabilen reklamlar artık yadırganmamaktadır (Demirci, 2016). Reklamlar vermek istedikleri her türlü mesajı bireylere iletir ve bu mesajlar içerisinde toplumun tümünü ilgilendiren değerler de ivedi şekilde kitlelerde yerini bulmaktadır (Onay, 2011). Hedef kitlenin tümüne hitap eden reklamlar daha çok dikkat çekmiştir. Reklamlar sadece ürünü satmak amacıyla mesaj gönderiminde bulunmayarak, hedef kitlelerine çeşitli işaretlerle, görseller üzerinden değer aktarımında da bulunmaktadır (A. Aslaner ve D. Aslaner, 2020). Reklamlarda gönderilen mesajlar, hedef kitle üzerinde bir anlamlandırma sürecini de başlatmaktadır (Demirci, 2016). Reklamlarda görme, işitme, tatma, koklama, dokunma duyuları anlamlı mesajlar oluşturup kullanılarak hedef kitle harekete geçirilmek istenmektedir (Akgün ve Papatya, 2018). Reklamcılık anlayışı artık geleneksel mecraların dışına çıkıp yeni medya ortamlarına da taşınarak daha fazla kişiye ulaşmıştır (Kalan, 2016).

Reklamlar, birincil talep oluşturmak isteyen, sosyal hedefi olan, kâr amacı güden, kâr amaçsız (kamu spotları gibi) ve seçici talep reklamları şeklinde amaçlarına göre ayrılmıştır (Kaya, 2019). Birincil talep oluşturmak isteyen reklamlarda, ürünün hedef kitleye sağlayacağı fayda üzerinde ve ürün ile ilgili işlevler üzerinde durarak ürünü alma isteği uyandırmak amaçlanır (Acet, 2013). Burada amaç öncelikle hedef kitlenin dikkatini çekip sunulana karşı istek uyandırmaktır (Koçyiğit, 2017). Sosyal hedefi olan reklamlar, sosyal sorumluluğu içine alan toplumun geneline mesaj gönderen reklamlardır (Yıldız ve Deneçli, 2011). Kâr amacı güden reklamlar, ürünün satmayı, mesajı alanlara ürün hakkında bilgiler sunmayı amaç edinir (Kasım, 2004). Kâr amaçsız reklamlar, amacı kar olmayan kuruluşların tanıtımlarını içeren reklamlardır (Kaya, 2019). Seçici talep reklamları, hedef kitleye sunulan ürünle ilgili mesaj verirken mesajın özel bir etkiye sahip olmasını amaçlar ve bunu göstergeler ya da simgelerle destekler (Aydın ve Yegen, 2019). Reklam, hedef kitleye yönelik üretimi, ticareti ve tüketimi yansıtan bir araç ve göstergebilimle ilişkili olan iletilerin sürekli olduğu bir alanı ifade etmektedir (Horzum, 2008). Reklamlardaki sloganlar, oyuncular, çeşitli müzikler, renkler, ve reklam senaryosu da bu iletilerin içindedir.

Reklamın konusu, içerik özellikleri, en çarpıcı ifadeleri ön plana çıkarılır ve hedef kitleye yansıtılır (Erkan, 1998). Reklam, markaya olan güveni olumlu yönde ilerletebilmek için hedef kitleye verdiği mesajı çeşitli açılardan sunmaktadır (Koçyiğit, 2017). Günümüz reklamcılık anlayışında ise, hedef kitleye verilen mesajlarda büyük bir kitleyi ilgilendiren maddi ve manevi kıymetleri aktaracak nesne ve olaylar bulunmaktadır (Farsa, 2007).

Göstergebilim

Göstergebilim yöntemi tarihsel açıdan çok eskilere dayansa da bilimsel olarak 20. yüzyılda ön plana çıkmıştır (Güneş, 2013). Gösterge, bir sözcüğün, kalıcılık taşıyan bir unsurun, meydana gelen fiilin belleğimizdeki karşılığıdır (Gönenç, 2018). Semboller, kelimeler, anlam yükletilen her şey, gösterge olarak ifade edilirken varlığı dışında başka anlamı ifade eden unsurlar gösterge tanımı olarak açıklanabilir (Rifat, 2009). Çelebi (2009)’a göre, günümüz göstergebilim çalışmaları, temelini Saussure’den almakta, dünyadaki her türlü iletişimde yararlanılan dil içi ve dil dışı bütün göstergeleri içine alan ve özellikle son yıllarda önemli araştırmalarla gelişen bir bilim dalı olarak görülmektedir (s.17). Gösterge, başlangıçta fark edilen mananın ötesine geçmek demektir (Civelek ve Türkay, 2020). Örneğin, ateşimizin çıkıp çıkmadığına elle bakmak yerine derece ile bakmak göstergenin fonksiyonunun, bir davranışı, durumu ya da düşüncüyü dolaylı olarak ifade etmek olduğunu gösterir (Bayav, 2006). Göstergebilimdeki amaçlardan biri, iletişimi ortaya çıkarmak için kullanılan tüm araçlara bakıp aralarındaki bağı tespit etmek ve çeşitlerini belirlemektir (Horzum, 2008).

Gönenç (2018)'e göre, göstergebilim, bireyler ya da topluluklar arası bildirişimi sağlayan çeşitli gösterge dizgilerinin üretim, işleyiş ve algılama biçimlerine ilişkin genel bir bilim olarak da tanımlanabilir (s.15). Göstergebilim tahlil edilecek unsurlar ile bağ kurup anlamsal ifadeler ortaya çıkarmaya olanak sağlamıştır (Civelek ve Türkay, 2020). Ayrıca bireyin içinde bulunduğu çevreyi anlamlandırmasını kolaylaştırır (Rifat, 2009). Sözel dilin dışında yazılı olan dilin, görsel dilin ve eylemsel dilin olduğunu bu iletişim dillerinin nasıl yorumlanması gerektiğini göstergebilim ortaya çıkartmıştır (Hafizoğlu, 2020). Göstergebilim, çok sayıda disiplinden faydalanıp çok sayıda alana hitap etmekte teknolojik dönüşümle de karşılıklı bağ artmaktadır (Güneş, 2013).

Gösterge, gösteren ve gösterilen unsurlarından oluşur (Halman, 2019). Örneğin, Covid-19 kelimesinin gösterileni hastalığın kendisi değil onun aklında oluşturmuş olduğu imgesi ve anlamıdır. Göstergebilim yöntemi, hem dilsel hem de görüntü olarak oluşan göstergelerin arasındaki ilişkiyi incelemektedir (Dölkeleş, 2019). Ürün ve hizmetlerini öne çıkarmak isteyen kuruluşlar, tüm markalardan farklı olmak için, hedef kitlenin zihninde yer etmek ve onları ikna etmek için reklamlarda göstergelerin etkililiğinden faydalanmışlardır (Çağlar, 2012). Bu ürün ve hizmetin ön plana çıkarıldığı reklamlarda da çoğunlukla görsel olarak göstergeler mesaja yerleştirilmiştir (Çulha, 2011).

Hedef kitleye sunulan göstergeler, kullanılan dili de desteklemekte ve çeşitli mecralarla farklı alanlarda bireylerin duygu ve düşüncelerini yansıtacak şekilde kendini göstermektedir (Anık vd., 2017). Araştırmada da Covid-19 ile ilişkili reklamlar ele alınıp görsel ve dilsel göstergeler, semboller incelenmiş, anlamsal açıdan değerlendirilmiştir.

AMAÇ

Bireylerin farkındalıklarının artmasını sağlayan reklamlar, insanlara bilgiler vererek onları yönlendirmektedir (Baştürk ve Eken, 2020). İnandırma, anımsatma, verilen mesajları tekrar etme ile de reklamlar insanları etkileme görevini üstlenmeye devam etmektedir (Kalan, 2016). Böylece insanların tavırlarını, hareketlerini ve fikirlerini değişikliğe uğratma amacı güdüp bunu gerçekleştirebilmektedir (Yıldırım, 2019). Reklamlarda insanları etkilemek için birçok gösteren ve gösterge kullanılmaktadır (Akgün ve Papatya, 2018). Araştırmada, insanları etkileyip yönlendirme amacıyla olan Covid-19 ile ilgili, Pegasus: Siz Şimdi Sağlığınıza İyi Bakın (#GüzelGünlerYakın), Koç Holding: İyileşeceğiz (#iyileşeceğiz) ve Petrol Ofisi: Petrol Ofisi ve İTÜ Çekirdek Korona İle Mücadelede El Ele (#TekTürkümüzMemleket) reklamlarında kullanılan dilsel ve görsel göstergeleri inceleyip arkasında yatan anlamı ortaya çıkarmak amaçlanmıştır.

Reklamın hedef kitlesi ve izleyici olan birey, izlediği reklamı çeşitli açılardan anlamlandırmakta, değerlendirmektedir (Demirci, 2016). Kuruluşlar ise sadece kâr odaklı bir yaklaşımdan ziyade toplumla ilgili mesuliyetlerin de farkında olarak bireyleri yönlendirmektedir (Karpas, 2006). Reklamda gönderilen iletiler ile bireylerin herhangi bir konudaki düşüncesini değiştirmek amaçlanmaktadır (Alyakut ve Fereli, 2019). Kurumlar, sundukları ürüne ya da hizmete dair mesaj vermekten öte toplumsal birlik ve beraberliğe, gelecekte umut etmeye, sağlıklı yaşama, her şeyin normale döneceğine, herkesin iyi olacağına dair mesajlar vererek bireylerin düşüncelerini de değiştirmek istemiştir.

Reklamlarda hedef kitleye verilen görsel, işitsel mesajların ve göstergelerin sürekli değişimi hedef kitlenin mesajı kavramasını kolaylaştırmaktadır (Pektaş, 2017). Araştırmada bu mesajlar doğrultusunda dilsel ve görüntüsel göstergeleri incelemek ve bunları anlamlandırmak amaçlanmıştır. Yayınlanan reklamlarda bu göstergeler hareketli ifadeler olarak çeşitli biçimlerde öge olarak yer almıştır.

Sosyal reklam ya da kamu spotu adını verdiğimiz reklamlar, insanların tümüne fayda sağlamak, pozitif durumlara katkı sunmak amacıyla oluşturulmuştur, araştırmada da sözü geçen reklamların bu tema çerçevesinde incelenmesi de bir diğer amaçtır (Yıldırım, 2019). Pegasus: Siz Şimdi Sağlığınıza İyi Bakın (#GüzelGünlerYakın), Koç Holding: İyileşeceğiz (#iyileşeceğiz) ve Petrol Ofisi: Petrol Ofisi ve İTÜ Çekirdek Korona İle Mücadelede El Ele (#TekTürkümüzMemleket) reklamlarında da özel kuruluşların sosyal reklam kampanyaları, işbirlikleri, topluma fayda amaçları, pozitif etki uyandırmak istemeleri, farkındalık oluşturma mesajları gibi unsurlar çeşitli mesajlarla öne çıkmıştır.

Reşber'e (2013) göre göstergebilim; bir metnin ya da görüntünün belirgin, açık olan anlamını değil de onun altında yatan anlamın bulunmasını, anlaşılmasını sağlamaktadır, böylece anlamların ne olduğundan çok anlamların nasıl yaratıldığıyla ilgilenir (s.67). Araştırmada reklamların analizi amacıyla kullanılacak göstergebilimsel yöntem Parsa (1999)'ya göre, gösteren gösterenin algıladığımız fiziksel varlığı, gösterilen gösterenin düşünsel kavramıdır aynı zamanda gösterge duygularla algılanabilen, kendisinden başka bir şeyi işaret eden, kullanıcılar tarafından işaret olduğu kabul edilen, tanınan fiziksel şeydir (ss.19-22).

Göstergebilimsel yöntemle çözümlenmiş reklamlarda hedef kitleler tarafından görüntüler ve işaretler anlam bulur (Yakın vd., 2014). Örneğin, araştırmaya konu olan reklamlarda olduğu gibi müziğin reklamlarda kullanılması, verilmek istenen iletiyle hedef kitle arasında oluşan bağı olumlu yönde etkilemekte ve istenen iletişimi gerçekleştirebilmektedir (Bırol, 2018). Reklamlarda kullanılan müziklerin reklamla ve hedef kitleye verilmek istenen mesajla ilişkisini ortaya çıkarmak araştırmanın bir diğer amacıdır.

Covid-19 ile ilgili oluşturulan medya içerikleri dâhilinde bulunan reklamlarda hedef kitleler, içerik üreticilerinin farkında olarak oluşturup iletildiği düşüncelere maruz kalmaktadır (Ulaş, 2020). Covid-19 ile ilgili reklamlarda

kullanılan yan anlam ve düz anlamı ortaya çıkarmak amacıyla da bu araştırmada göstergebilimsel analiz kullanılmıştır (Yakın vd., 2014). Sucu (2020)'ya göre, covid-19 ile televizyon dizilerinin bazı bölümlerinin dahi evde çekilerek izleyiciye izletilmesi, setlerde sosyal mesafeye özen gösterildiği ve bu yönde reklam çalışmalarının yapıldığı göze çarpmaktadır (s.561). Bu şekilde bireylere ulaşım olumlu mesajlar verilmeye çalışılmış, yalnız olmadıkları vurgusu çeşitli yayınlarda yapılmıştır.

Covid-19, birçok kısıtlamayı beraberinde getirmiş, insanların küresel anlamda ihtiyaçlarını farklılaştırmış herkesi çeşitli değişimlere maruz bırakmıştır (Kara, 2020). Bu değişimler öncelikle Erdoğan'a (2020) göre, nüfus yoğunluğu fazla olan büyükşehirlerde sokağa çıkma yasaklarının uygulanması, maske ve sosyal mesafenin zorunlu hale getirilmesi şeklinde olmuştur (s.1302). Maske ve sosyal mesafe sınırlandırmalarına uymak, bir süre birçok insan için alışkanlıklarını zorlayıcı bir durum olmuştur.

Olağanüstü süreçlere bakıldığında da birçok salgın hastalık görülmekte ve bu hastalıkların bireyler üzerinde yıkıma neden olduğu, ölümlerle sonuçlandığı görülmektedir (Summak, 2020). Covid-19'un tüm dünyada etkisini göstermesiyle bireylerde oluşan kaygı ve endişelerindeki artış tedbirleri de şekillendirmiştir (Erdoğan, 2020). Covid-19'un giderek artmasının önüne geçmenin en etkili seçeneği, topluluktan uzak olup evde kalmaktır (Demirdöğmez, 2020). Evde kalan bireyler ise medyadan gelen bilgi seli ile karşı karşıya kalmışlardır bu da araştırmaya konu olan reklamların temasına maruz kalan bireyleri etkilemiştir.

Araştırmada, endişeleri en aza indirmeyi amaçlayan kuruluşların reklamlarında toplumsal birliktelik sağlamak isteme mesajlarını; gösterge, gösteren ve gösterilen unsurlar açısından incelemek amaçlanmıştır. Sosyal mesafeli ya da uzaktan iletişimde olmak zorunda kalan bireylere reklamların arka planında birlikteliği vurgulayan sözler, müzikler, oyuncular, renkler, görüntüler ile mesaj veren, reklamların bir ögesi olan göstergelerin analizini yapım reklamların vermek istediği mesajı ortaya çıkarmak bir diğer amaçtır.

ÖNEM

Covid-19 ile birlikte meydana gelen olumsuzluklar, bireylerin ve tüm dünyanın dayanıksızlığını, nicelik ve nitelik bakımından eksikliğini göstermiştir (Karataş, 2017). Covid-19 sebebiyle tüm dünya pandemi sürecine girerek toplumsal ve bireysel yansımaları ile bireylere getirilen kısıtlamalar çeşitli yollarla insanlara ulaştırıldı (Afacan ve Avcı, 2020).

Birçok insan bu kısıtlamalarla hayatını düzenledi ve bunun sonucu olarak fiziksel değişimden öte ruhsal değişim de göstermeye başladı (Koçak ve Harmancı, 2020). Çeşitli medya araçları da bu değişimi ele alarak farklı açılardan iletilerini hedef kitlelerine yansıtmaya başladılar.

Reklamlarda hedef kitleye ulaşım anlamlara rasyonel ve duygusal unsurlar eklenir; rasyonel unsurlar ürün ya da hizmetle ilgili bilgilendirmeleri içerirken, duygusal unsurlar da sevinç, hüznün, kaygı gibi durumları içerir (Aytekin ve Yakın, 2015). Bu da hedef kitleyi ikna etmede reklamlarda birçok öğe kullanıldığını göstermiş ve bu öğelerin nasıl kullanıldığını ortaya çıkarıp fark ettirmek araştırmanın önemini oluşturmuştur.

Akın'a (2019) göre reklamın amacı, hedef kitesindeki bireylerin tutum ve davranışlarını değiştirmektir (s.40). Bu tutum değiştirme duygusal ya da rasyonel açıdan değişkenlik göstermektedir. Sürgit ve Babaoğlu'nun (2010) belirttiği üzere reklamın en önemli fonksiyonu reklamı yapılan ürün veya hizmetle ilgili bilgiler içermesidir (s.137). Kuruluşlar, hedef kitlelerine olumlu imaj yansıttığını, kıymetli olduğunu çeşitli anlamlarla, göstergelerle reklamlar vasıtası ile göstermeyi amaçlarlar (Yavuz, 2020). Bu doğrultuda reklamlarda bazen korku bazen mizah gibi unsurlar yer edinerek izleyici ya da dinleyiciler etkilenmeye çalışılmaktadır (Yıldız ve Deneçli, 2011). Reklamlarda sadece ürünü ya da hizmeti satmak değil anlam oluşturmak da önem kazanmaktadır ve toplumun maddi, manevi yapısını anladığını ortaya koyan göstergeler reklamlarda yer almaktadır.

Koçak ve Harmancı'ya göre (2020), belirsizlikler ve hâlâ çokça bilinmeyi içeren bu dönem aile içi veya sosyal çevrede iletişim problemleri, öfke patlamaları ve davranış problemlerine sebep olabilir (s.194). Bu dönemde sıklıkla evde olan bireyler medyadan, aileden, çevreden hastalıkla ilgili olumsuz mesajların yanı sıra umut veren, birlikteliği vurgulayan mesajlar da almaktadır.

Pandemi sürecinde çeşitli markalar, gerek yeni medya araçları ile gerek geleneksel medya araçları ile sadece hedef kitlelerine değil tüm bireylere Covid-19 ile ilgili süren çabayı, faaliyetleri farklı şekillerde ifade ederek kendi açılarından sürece katkı sağlamaktadır (Cılızoğlu vd., 2020). Hedef kitlelerin eyleme geçirilebilmesi amacıyla, reklamların iletilerinin içeriğinde yaratıcı, dikkat çekici ve ikna edici unsurlara yer verilmektedir (Yıldız ve Deneçli, 2011). Covid-19 ile ilgili yapılan reklamlar tüm bireyler tarafından gerek görsel gerek dilsel göstergeler kullanılarak dikkat çekici, uyarıcı özelliğe sahip olmaktadır.

Karataş'a göre (2017) pandemi dönemlerinde ortaya çıkan belirsizlik ve krizin, duygusal ve psikososyal etkilerinin nasıl yönetildiği, bunlarla nasıl başa çıkıldığı birey ve toplum açısından önemli bir yer tutmaktadır (s.6). Tüm gündelik hayatı etkileyen pandemi sürecinde markalar, kimi zaman bireylere uyarıcı mesajlarda bulunurken kimi zamanda sağlık sektörüne yaptıkları destekle süreçte yer edinmekte, insanlara umut vermektedirler (Cılızoğlu vd., 2020). Reklamın niteliğinden çok hedef kitlenin onu ne şekilde anlamlandırıldığı önem kazanmaktadır (Baştürk ve Eken, 2020). Her hedef kitle reklamın ona sunduğu göstergeyi farklı anlamlandırabilmektedir.

Tükel'e (2007) göre reklamcılık ve reklam anlayışında yaşanan tarihsel gelişim ve değişimler, teknolojik, toplumsal ve ekonomik yapıdaki değişimlerden etkilenmektedir (s.71).

Reklamcılıkta, toplumsal meseleler, problemler, mesuliyetler gibi durumlar öne plana çıkarılmıştır (Uslusoy, 2004). Toplumda değeri olan bu konular incelenen reklamlarda da ön plana çıkarılmaktadır bu da araştırmanın toplumsal önemini arttırmıştır.

Araştırma da pandemi sürecinde sosyal mesaj veren, sağlık sektörüne destek olarak süreç içinde yer alan insanların psikolojik olarak da rahatlamalarını amaçlayan göstergeler sunan reklamların analizi, alana katkı açısından ve konunun güncelliği bakımından önem taşımaktadır (Cılızoğlu vd., 2020). Reklamlarda arka planda kullanılan müzik ise, hedef kitledeki hislere seslenerek, zihinlerde yer edinmeyi amaçlamakta ve duygu paylaşımı yapılmaktadır (Sert vd., 2019). Bu da bir gösterge unsuru olarak ortaya çıkmaktadır. Batı'ya (2006) göre reklam metinlerindeki dil kullanımları, reklam amaçları doğrultusunda, ağdalı, törensel, sıradan, kişisel, yalın ve karmaşık olarak gerçekleştirilebilir (s.151). Araştırma bu amaçları dil üzerinden ortaya çıkarma açısından da önem taşımaktadır. Tükel'e (2007) göre, medya üzerinden etkisi sayesinde reklamın toplum üzerinde dönüştürücü bir gücü vardır (s.79). Bu etki sosyal sorunlara önem vermek, toplumdaki soyutlaşmamak şeklinde reklamlarda ön plana çıkmış ve sözü geçen reklamların araştırma konusu olmasında önem kazanmıştır. Toplumunu anlamak ve buna dair mesajlar iletmek reklamlarda öne çıkmaktadır.

Reklamın niteliğinden çok hedef kitlenin onu ne şekilde anlamlandırdığı önem kazanmaktadır (Baştürk ve Eken, 2020). Sosyal mesaj içeren reklamlar, hedef kitlelerinin ve reklam veren olarak kendilerinin menfaatleri doğrultusunda tüm bireylere yarar sağlayacak yönlendirmeler, uyarılar, bilgiler vermektedir (Akın, 2019). Kimi zaman mutluluk, hüzn gibi hislerin ortaya çıktığı reklamlarda, çoğu zaman insanların birbirine temas ettiği, birbirini kucakladığı göstergeler bulunmaktadır (Sağiroğlu, 2012). Toplumun geneline sosyal mesaj veren reklamlarda, bireylerin dikkatini çekmek için özgün, uyarıcı nitelikte, inandırıcı öğeler bulunmaktadır. Bu da toplum için önemli hale gelmektedir.

Araştırmaya konu olan reklamlarda da sosyal mesaj içeren reklamların konusu ile ortak unsurlar ortaya çıkarılacak, toplumsal birlikteliği vurgulayan, tüm bireylere aktarılan mesajlar ele alınmıştır. Bu mesajların reklam verenlerce ortaya konulmasının ve vurgulanmasının hedef kitle açısından anlamlandırılmasını analiz etmek, reklamlardaki Covid-19 ile ilgili mesajları anlamlandırmak araştırmanın da önemini ortaya çıkarmıştır. Araştırma konu olarak güncelliğini sürdürdüğü için alana katkı sağlayacağı düşünülmüştür.

KURAMSAL TEMEL

Araştırmanın konusu, Walter Fisher'ın ortaya çıkardığı anlatı analizi ya da narrative paradigması olarak bilinen kuram ile ilişkilidir (Engin, 2013). Bireylerin hislerini ve fikirlerini aktarmak istemeleri anlatının gelişmesine sebep olmuştur (Aydın ve Torusdağ, 2020). İnsanların yansıttıkları fikirler, hisler, objeler vb. hakkında söylenenler anlatı kuramı aracılığı ile aktarılmaktadır (Erol, 2009). Narrative de denilen anlatı kuramı ortaya çıkarılan yazıların da değerlendirilmesinde tercih edilen bir yöntemdir (Sözen, 2008). Anlatı kuramında; bulunduğumuz ve varlığımızı sürdürdüğümüz çevrenin açıklanması olası olaylardan meydana geldiği belirtilmektedir (Engin, 2013). Anlatı kuramı son zamanlarda izlenen reklamlarda sıklıkla yer almaktadır (Şardağı ve Yılmaz, 2017). Anlatının kullanıldığı yazılarda, doğruluk barındıran ya da tasarlanmış belirli hadiseler bütünlük içerisinde yer alır (Aydın ve Torusdağ, 2020). Anlatı, kaynak ve mesajı alan kişinin bulunması ile oluşmaktadır (Erol, 2009). Anlatıya uygun reklamların hedef kitle tarafından izlenmesi, onların verilen mesajı azaltmaktadır (Şardağı ve Yılmaz, 2017). Reklamda anlatı unsurlarının kullanımı, o reklamın hedef kitle tarafından daha kabul edilebilir, daha tesir edici, daha düşündürücü olmasına sebeptir (Erdem, 2017). Anlatı kuramındaki hikâyeleştirme unsuru ile hedef kitle reklamdaki olayların, sürecin bizzat içindeymiş hissine kapılmaktadır (Şahin, 2018). Bu da reklamın etkileyciliğini ve akılda kalıcılığını arttırmaktadır.

Reklamlar, görselliğe veya işitselliğe dayanan unsurlar kullanılarak oluşturulmakta ve anlatıya dönüşebilmektedir (Sert vd., 2019). Reklamlarda kişi, zaman ve uzam öğeleri hedef kitleye aktarılacakların mesaj haline getirilmesinde önemli yer tutar (Küçükeroğan, 2013). Araştırmada anlatı analizi reklamlarda geçen kişi, zaman, uzam üçgeninde değerlendirilecektir. Anlatı ile hedef kitlenin reklamda verilmek istenen iletiyi kabul etmesi için bir sebep ve istek oluşturulur (Şardağı ve Yılmaz, 2017). Anlatı, verilmek istenen mesajın ne şekilde anlatıldığını ve mesajın hedef kitleye ulaşması için hangi unsurların kullanıldığını da kapsar.

Araştırmada incelenecek reklamlar göstergebilimsel açıdan önem taşımakla birlikte anlatı kuramı ile bütünlük oluşturmakta, hedef kitleye ulaşan göstergeler anlatı unsurlarını bulundurmaktadır (Çulha, 2011). Dolayısıyla göstergebilim ve anlatı kuramı birbirine katkı sağlamaktadır (Güneş, 2013). Reklam yayınlayanın amacı, hedef kitleye mal ya da sunduğu hizmetle ilgili saygınlık oluşturucu, öne çıkan iletiler sunmaktır (Özdemir, 2007). Reklamlarda kullanılan anlatı unsurları, reklamın diğer reklamlardan olumlu şekilde ayırt edilmesi imkânını sunmaktadır (Yıldırım, 2019).

Şekil olarak farklılıklar bulunsada hikâye anlatımı alan yazında narrative ya da anlatı olarak karşımıza çıkmaktadır (Topal ve İspir, 2019). Hikâyeler, reklamda kullanılırken markayı da kişisel hale getirir (Göçmen, 2016). Evcen ve Can'a (2017) göre, anlatı kuramında öykü, anlatının neyi anlattığı anlamına gelirken; söylem ise anlatının nasıl anlatıldığına ilişkindir (s.283). Reklamlardaki hikâyeler vasıtası ile hedef kitleye yollanan mesajlar değiştirilmekte, sıraya dizilmektedir (Şahin, 2018).

Reklamda anlatı hem sözel hem de görüntüsel olarak karşımıza çıkabilir (Topal ve İspir, 2019). Küçükdoğan'a (2013) göre, reklam iletişimi söz konusu olduğunda, kişi, zaman, uzam üçlü anlatı yerlemi ile reklamı yapılan ürün/marka ile ilgili hem bir konumlandırma hem de bir değer aktarımı ortaya çıkar (s.16). Reklamlardaki mesajların ve göstergelerin kişi, zaman, uzam unsurları ile anlamı ortaya çıkarılacaktır, bu da aynı zamanda gösteren ve gösterilen arasındaki uyumu oluşturacaktır (Sağiroğlu, 2012). Anlatı kuramında zaman ileriye ya da geriye dönük olabilir (Savcı, 2015).

Oldukça geniş kapsamlı olan anlatı tiyatrodan, reklama günlük hayatımız da dâhil birçok yerde kullanılmaktadır (Özşener, 2014). Araştırmada incelenecek reklamlar gibi bazı reklamlar da insanların yaşadığı olayları birebir yansıtan göstergeler içerebilir (Şardağı ve Yılmaz, 2017). İnsanlar kendi yaşamlarından bir parçayı, görüntüyü, anlatıyı, sesi fark edebilmektedirler.

Reklamda kullanılan müzik unsuru da anlatıya dahil edilmekte hedef kitleyi etkileme ve ona sunulan her şey için ikna etme amacıyla kullanılmaktadır (İplikçi, 2015). Fon müzikleri, reklamın vermek istediğı mesajın arka planında yer alıp onu destekleyen, anlatı unsuruna dahil edilen, hedef kitleyi mesajı kabul ettirmeye çalışan araçtır (Sert vd., 2019).

Reklamcılık meydana geldiğinden bu yana topluma etkileri konusunda olumsuz olduğunu belirtenler var olmaktadır (Phillips ve Tepe, 2006). Toplumdaki gerçek olayları yansıtır, toplumu yönlendirme niteliğinde olan bunu anlatı kuramı ile hikâyeleştiren reklamlar bulunmaktadır. Anlatı, kaynak ve mesajı alan kişinin bulunması ile oluşur (Erol, 2009). Reklamda hikâye unsurunun, anlatı unsurunun kullanımı hedef kitlenin hem kuruma hem markaya olan bakış açısını, duygusal bağını değiştirmektedir (Topal ve İspir, 2019).

Araştırmada incelenecek reklamlar saklı manaları içinde bulunduran göstergeler ile anlatı kuramı doğrultusunda ele alınmıştır (Çebi, 2007). Reklamlardaki ilk amaç ürün ya da hizmeti satmak değil hedef kitle ile olumlu bağları güçlendirmek de olmaktadır ve bu doğrultuda çeşitli yaklaşımlar ele alınmaktadır (Özdemir, 2007). Reklamda hedef kitleyi ikna etmek için korku faktörü gibi birçok unsur kullanılmaktadır (Geçit, 2011). Reklam verenler insanları etkileyen, hayatlarında büyük öneme sahip unsurları anlatı kuramı ile daha dikkat çekici hale getirmektedir.

Erol'a (2009) göre, medya var olan toplumsal düzeni korumak, var olan toplumsal düzen içinde yer alan bazı unsurları değiştirmek, yeni tutum ve yargılar oluşturmak için görsel, işitsel ve görsel-işitsel mesajlar yollar (s.104). Araştırmada, gerçek hayattan kesitler bulunan ve çok sayıda uyarıcı mesaj içeren reklamlarda duygusal öğelerden; müzik, ses, cümleler, görüntüler öykü unsurunu harekete geçirmesi açısından anlatı kuramıyla incelenmiştir. Öne çıkan öyküleme; anlatıdaki zaman, kişi, uzam üçgeninde şekillenmiştir.

LİTERATÜR TARAMASI

Literatürde araştırma konusu ile ilgili yapılan çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Bu araştırmalardan birincisini Çulha (2011), göstergebilim tekniğini kullanarak çeşitli fotoğrafları değerlendirilmiştir. Görsel göstergeler ile semiyotik de denilen göstergebilim analizini, turizm fotoğrafları ile ele alınıp semiyotik üçgen kullanılarak anlatı çözümlemesi yapmıştır. Araştırmada fotoğraf aracılığı ile Kanada'nın algısına dair bilgiler verilmiştir. Fotoğraflarda öne çıkan göstergeler bu doğrultuda değerlendirilmiştir.

Araştırmada Çulha, her bir fotoğrafta yer alan göstergelerin farklı anlamlara geldiğı sonucuna ulaşmıştır. Fotoğraflarda insan göstergelerinin yanı sıra başka göstergelerin de olduğunu belirtmiştir. Göstergelerin ardındaki duyguların anlamlarını da ifade etmektedir. Göstergelerin birleşiminden çıkan anlamlar da ortaya koyulmuştur. Araştırmada renk göstergelerinin insanlar üzerindeki etkisine de değinilmiştir. Fotoğraflarda yer alan insanların, mutluluk ve heyecan duygusunu yansıttığına dair ipuçları verdiği sonucuna ulaşılmıştır. Fotoğraflar ve göstergeler aracılığı ile turistler tarafından Kanada için algılanabilecek ülke mesajlarının olumlu olacağına dair bulgular elde edilmiştir. Fotoğraflarda verilmek istenen ve ön plana çıkarılmak istenen ana mesaj yine göstergelerin yorumlanması ile anlam bulmaktadır.

Bu araştırmanın, göstergebilim yöntemi ele alınarak reklam görüntülerinin incelenmesi temalı araştırmaya katkısı genel itibariyle bulunmaktadır. Göstergebilim yönteminde yer alan semiyotik üçgen yani gösteren, gösterilen ve yorumlama aşamaları araştırmada da ele alınan öğeler arasında bulunmaktadır. Anlatı çözümlemesinin de yer aldığı araştırmada, fotoğrafların bu çözümleme ile göstergebilim kullanılarak değerlendirilmesi iki araştırma arasındaki bağı göstermektedir. Araştırmaya diğer yardımcı unsur, göstergelerin yer aldığı görüntülerin hangi açılardan ele alınması gerektiğine dair vurgulamaların yapılmasıdır. Araştırma ses, ışık, insan gibi unsurlar değerlendirileceğı için önem arz etmektedir.

Yapılan araştırmalardan ikincisini Yakın ve diğerleri (2014) reklamlarda kullanılan marka kişilik arketipleri incelenmiştir. Dünya havacılık sektöründe en başarılı olan on firmaya ait reklam filmleri araştırmada göstergebilimsel yöntemle analiz edilmiştir. On firmaya ait reklam analizleri birbirleri ile karşılaştırılarak incelenmiştir. Araştırmada reklamlarda gösterilen on dört sahne gösteren unsurlar adı altında incelenmiştir. Reklamlardaki göstergelerin algılanmasında bireyler üzerinde etkili olabilecek işitsel ve görsel unsurlar değerlendirilmiştir.

Araştırma sonucunda göstergebilim yöntemi ile değerlendirilen reklam filmlerinde firmaların kişilik arketiplerinden faydalandıkları görülmektedir. Gösteren, gösterge ve bunları anımsatan unsurlar araştırmada

incelenmektedir. Sahne, müzik, olay, dış ses; gösterilenler, gösterenler, gösterge çerçevesinde değerlendirilmiştir. Tüm bunlar göstergelerle veriler eşliğinde sunulmaktadır. Reklamlar incelendiğinde ise içerikte göstergebilime dair sembolik imgelerin yer aldığı ve çeşitli bölgelerde sürekli yaşayan ya da gezgin olan insanlara dair birçok gösterge unsurun yer aldığı görülmektedir. Yardımsever, aşık, soytarı, sihirbaz, bilge, kâşif gibi çeşitli arketipler ile göstergeler çözümlenmektedir. Böylece gösteren öğelerin ve diğer unsurların reklamlarda kullanılması gerektiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Bu araştırma, reklamların gösterge, gösteren, gösterilen unsurlar ile reklam analiz modeli sunması sebebiyle araştırmaya destek olmaktadır. Covid- 19 ile ilgili hazırlanan reklamlarda da reklam analiz yöntemi kullanılacak olup çeşitli unsurlarla incelenecektir. Reklamda kullanılan öğelerin hedef kitle üzerinde etki bırakma amacını göstergebilimsel analiz yoluyla sorgulayan araştırmanın müzik, dış ses ve olay unsurları bağlamında incelenmesi araştırmaya katkı sunmaktadır. Araştırmada elde edilen verilerin bu unsurlar kullanılarak nasıl yorumlanması gerektiğine dair de katkısı bulunmaktadır. Araştırmada reklamlardaki sahne, olay, müzik, dış ses unsurlarının sadece ekrandaki karşılığı değil, gündelik hayatta ne şekilde anlam bulduğuna dair yorumlamalar da önem kazanmaktadır.

Yapılan araştırmalardan üçüncüsünde Şardağı ve Yılmaz (2017), anlatı kuramı ve anlatı kuramının reklamlarda ele alınış biçimini değerlendirmiştir. Araştırmada reklamların insan ilişkilerini yansıttığı bunu yansıtırken ürünü ya da hizmeti sunmada anlatıyı reklamın içeriğine kattığı belirtilmiştir. Anlatı kuramının reklamda nasıl kullanıldığı, kronoloji, nedensellik ve ahenk bakımından nasıl oluşturulduğu ortaya çıkarılmıştır. Bu doğrultuda televizyonda yayınlanan Allianz Seninle isimli reklam incelenmiştir.

Araştırmada incelenen reklamda kronolojik ve nedensellik ilkesi gereği ilerlemiş görüntüler tespit edilmektedir. Olayların sıralanışının mantıksal olarak ilerlediği görülmektedir. Reklamda anlatı kuramı çerçevesinde eklenen unsurların kullanışı birbiriyle bağlantılı şekilde ilerlemektedir. Anlatı kuramının önemli unsurlarından biri olan ahenk öyküdeki tutarlılık açısından incelenmiş, inandırıcılık olarak reklamda yer almıştır. Reklamda yer alan oyuncuların inandırıcılık seviyeleri başarılı bulunmuştur. Reklamda yer alan müziğin etkisi verilen mesajın etkisini artırıcı unsur olarak değerlendirilmektedir. Reklamın korku ve endişe unsuru ile başlayıp mutlu sonla bittiği vurgulanmıştır. Reklamda geçen anlatının birden fazla uzamda gerçekleştiği sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmada, tüketiciye doğrudan ürün tanıtılıp satın almasına yönelik mesaj verilmeyip hikâyenin içinde yer alması sağlanmıştır mesajı ortaya çıkarılmıştır.

Araştırmanın diğer araştırma ile ilgisi ise, reklamda kullanılan anlatı kuramı ve unsurlarının ele alınış biçimiyle bağlantısı olmasıdır. Reklamdaki kronolojik ve nedensellik ilkesi ele alınacak Covid-19 reklamlarında da bulunmaktadır. Bu doğrultuda anlatı analizi yapılmasına yol gösterici olmaktadır. Reklamda kullanılan korku ve endişe unsuru ile reklamın etkisini arttırması sonucu araştırma ile de reklamlar ile de örtüşmektedir. Reklamdaki hikâye unsurunun giriş, gelişme ve sonuç etrafında şekillenmesi önemlidir. Hikâye unsuru ile hedef kitle reklamın içine çekilmekte ve çeşitli duygularla kendini reklamda bütünleştirmektedir. Covid-19 ile ilgili verilen reklamlarda da bu görülmektedir.

Yapılan araştırmalardan dördüncüsünde Çağlar (2012), göstergebilim yöntemini ele almıştır. Hayatımızda yer alan tüm göstergelerin çözümlenmesinin iletişim için önemli olduğu konusu araştırmada yer almıştır. Gönderici ve alıcı için mesajların kullanımında göstergelerin akılda kalıcı olmasından bahsedilmiştir. Milattan önceki zamandan şimdiki zamana kadar değişen çeşitli şekillerin, sembollerin, görsel iletişimin, sözel iletişimin önemine ve gösterge bilimdeki yerine değinmiştir. Anlamlama adı altında ele alınan düz anlam ve yan anlamın göstergebilimdeki temsili de araştırmanın konusunu oluşturmuştur. Hedef kitleye sunulan göstergelerin toplumun genelinde kabul alması ve göstergelerin bir anlamının olmasına değinilmiştir.

Araştırmada gösterge herhangi bir şeyin yerini almış unsur olarak gösterilmektedir. Kurumlar, markalar için farklılaşmada önemli rol oynayan göstergeler hedef kitleyi harekete geçiren unsur olarak çeşitli şekillerde kullanılmaktadır. Markalar çeşitli sembollerini kültürlere yerleştirmektedirler ve böylece tüketicilere sunmaktadırlar. Bireylere ve kültürlere sunulan göstergelerin anlamları toplumdan topluma değişmektedir. Reklam verenler ve diğer kuruluşlar bu farklılığı dikkate alıp göstergeleri iyi kullanmalı ve iyi okumalıdır. Dikkate alınmayan göstergelerin sunulması iletişim kazalarına sebebiyet verebilmektedir.

Araştırmada göstergebilim alanında sunulan; simge, görüntü, ikon, sembol, beden dili, renk, yan anlam ve düz anlam unsurlarının açıklaması yer almıştır. Bu açıklamaların göstergebilimdeki önemine değinilmiştir. Bu da araştırmaya konu olan Covid-19 reklamlarının incelenmesinde bu unsurların kullanılması ve incelemeye dâhil edilmesi açısından önem arz etmektedir. Göstergebilimde önemli olan göstergelerde algılanın gizli ya da açık anlamlar ifade etmesi araştırmada belirtilmiştir. Tekrarlanan ifadelerin insanlara kodlarla öğretildiği bilgisi araştırmada ele alınmıştır. Sembollerin kullanıldığı toplumla ilişkisinin olması ve çeşitli görüntüsel göstergelerde de bunun yansıtılması incelenecek reklamlarda dikkate alınacağı için araştırma ile ilgisi bulunmuştur.

Yapılan araştırmalardan beşincisi Erdoğan'ın (2020), Covid-19 ve bu dönemde yapılan dijital reklamlara dair yatırımlar konusundadır. Pandemi sürecinin ulusal ve uluslararası etkilerinden, topluma nasıl yansıdığından bahsetmiştir. Çeşitli şekillerde alınan pandemi süreci önlemlerinin e-ticaret ve reklamlar üzerindeki etkisi ele alınmıştır. Pandemi süreci tüketici davranışlarını da etkilemektedir ve reklamlar da buna göre şekil almıştır. Araştırmada çevrim içi harcamaların bu sürece yansıyan şekli ve durumu tüketiciler üzerinden incelenmiştir.

Araştırmada sonucunda pandemi sürecinin getirdiği korku ve panik duyguları ile hareket eden bireylerin daha çok online tüketime yöneldikleri tespit edilmiştir. Yaşam şeklini bu süreçte değiştirmeyen kişi sayısı oldukça düşüktür. Evlerinde daha çok zaman geçiren, vaktini temizliğe ayıran bireyler bulunmaktadır. Hava yolculuklarında ve toplu taşıma araçlarının kullanımında ciddi düşüşler yaşanmaktadır. En fazla gıda tüketimi artmış, insanlar kendilerini bu yönde rahat hissetmek için stok yapma yoluna gitmişlerdir. Bireylerin internet kullanımları artmış, e-ticaret pandemi sürecini fırsata çevirerek indirimler ile öne çıkmış, bireyler kolay ödeme seçeneği ile ihtiyaçlarını karşılamışlardır. Tüketicinin bu süreçte markaya duyduğu güven temizlik konusunda kendini öne çıkarmaktadır. Hedef kitlelere sunulan dijital içeriklerde, reklamlarda pandemi haber konusu haline gelmektedir. Bu süreçte var olan tüketici tanımı da değişmiştir.

Araştırmada yaşanan pandemi sürecinde bireylerin daha çok evlerinde olmaları, tüketimlerine sınırlama getirmeleri, ruh hallerindeki değişimler reklamlara da yansımaktadır.

Reklam veren kuruluşların mesajlarında pandemi sürecini destekleyen gerek logoları ile sosyal mesafeyi vurgulayan gerek iş birliği yapıcı adımlar atan mesajlar görülmektedir. Araştırmada incelenecek reklamlarda da markaların çeşitli açılardan sadece hedef kitlelerini değil tüm insanları kapsayan olumlu mesajlar verilmiştir. Bu yönden araştırmada ortaya koyulan sonuçlar ile Covid-19 reklamlarında tüm insanlara verilen mesajlar örtüşmektedir.

Yapılan araştırmalardan altıncısında Aydın ve Söşlen (2018), siyasal reklamları göstergebilimsel yöntemle incelemiştir. Siyaset alanındaki kişilerin halkoylaması öncesinde çeşitli iletişim araçlarını kullandığına değinilmiştir. Halkı bilgilendirme, etkileme, ikna etme amacıyla mesajlarını yansıttıkları bu amaçla çeşitli işitsel ve görsel göstergebilimsel unsurlar kullandıkları öne çıkarılmıştır. Araştırma bu unsurların siyasal reklamlara yansımış halindeki göstergelerin anlamlandırılmasını konu edinmiştir.

Araştırmadaki bulgulara göre siyasiler, kendilerini ses, müzik, imaj ve görseller aracılığı ile hedef kitlelerine yansıtmaktadır. Hedef kitleleri ile iletişime geçmelerini sağlayan ve etkileşim kurmalarına aracılık eden göstergeler olmaktadır. Siyasal reklam filmi analizi sonucunda reklamda müzik unsurunun ağırlıklı olarak kullanıldığı tespit edilmektedir. Reklam filminin genel olarak betimlenmesinde reklam zamanı, süresi, görüntüleri, sloganları, müzik ve dilsel ileti incelenmektedir. Göstergeler, gösterenler, yan anlam, düz anlam, gösterilenler sosyal, kültürel ve ekonomik yapı çerçevesinde incelenmektedir. Mekân, karakter, teknik kodlar analizlerle ortaya çıkarılmaktadır. Beden dili ile reklamdaki kişilerin ne demek istediklerine dair analizler yapılmaktadır. Reklamlardaki bu unsurlar ile siyasilerin hedef kitlesini ikna etme amacı güttüğu bilgisine ulaşılmaktadır. Bundaki payın iletişimde meydana gelen teknolojik dönüşümler olduğu belirtilmektedir.

Araştırmanın diğer araştırma ile ilgisi ise, göstergebilimin unsurlarındaki kullanım biçimi ve reklam konusu olmaktadır. Covid-19 reklamlarının incelenmesinde de göstergeler, gösterenler, yan anlam, düz anlam unsurlarına yer verilmektedir. Mekânın, reklamlardaki karakterlerin çözömlenmesi iki araştırmada da yer almaktadır. Görsel ve işitsel yöntemler ile Covid-19 reklamlarında verilen mesajlar bu araştırmada siyasilerin ikna çabası gibi ortak çerçevede ele alınmaktadır. Duygusal anlamda ses, müzik ve görsellerin ağırlıklı kullanımı, bunların içindeki sembollerin değerlendirilmesi ile reklamları hem daha ilgi çekici hem de ikna edici hale getirmesi her iki araştırmada da üzerinde durulmuş noktalaradır.

Yapılan araştırmalardan yedincisi Parsa'nın (1999) televizyona dair yaptığı göstergebilimsel çalışmadır. Göstergebilimin tarihi çeşitli görüşler çerçevesinde incelenmiştir. Her türlü iletişimin kodlar içerdiğine vurgu yapılmıştır. Saussure ve Peirce'in, Jakobson'un görüşleri Eco'nun eleştirileri ve göstergebilime dair tanımlamaları yer almıştır. Göstergebilim ve yapısalcılık ilişkisine de değinilmiştir. Gösteren ve gösterilen unsurlar ayrıntılı şekilde açıklanmıştır. Chandler'ın göstergebilim çözömlenme yöntemi medya metinlerini anlamlandırmak için kullanılmıştır. Göstergeler kapsamında bunlara yansıyan kültür de incelenmiştir.

Araştırmada, göstergebilimin yan anlamının ve düz anlamının bulunduğu açıklanmakta aynı zamanda bunların iç içe olduğu bilgisi de verilmektedir. Televizyon ise bireylerle iletişimde bulunurken çok fazla göstergeler sistemini de sunmaktadır. Göstergebilimin öncelikle sorguladığı şeyin ne olduğundan çok nasıl meydana getirildiğinin önemli olduğu kanaatine varılmaktadır. Ayrıca anlatı kuramına da değinilmekte anlatıyı öykü ve söylem olmak üzere ikiye ayırmaktadır. Televizyonun çok güçlü ikonlara sahip olduğu, ikonların sıklıkla yayınlandığı ortaya çıkarılmaktadır. Televizyon ekranına yansıyan görüntülerde kamera ölçeklerinin önemine değinilmekle gösteren, gösterilen ve tanım olarak değerlendirilip televizyon grameri ortaya çıkarılmaktadır. Metnin dizimsel yapısı ve dizisel çözömlenmesi ortaya çıkarılmaktadır.

Araştırmadan televizyonda yayınlanan hem görüntü ikonları hem metin çözömlenmeleri nasıl yapılmalıdır sorusuna cevap vermesi açısından yararlanılmaktadır. Çekim türü, tanımı ve anlamı açısından araştırma konusu ile ilişkidedir. Kamera çekimlerinde gösterilen açılardan (yakın, boy, uzak, genel çekim) gösterilen yani anlam olarak hangi duyguyu ifade ettiği konusunda yol gösterici olmaktadır. Reklamda yer alan fotoğrafların düz anlam ve yan anlam içerisinde çözömlenmesi noktasında araştırma ile ilişkilidir. Çeşitli göstergebilim görüşlerinin sunulması da araştırmaya katkı sağlamaktadır.

Yapılan araştırmalardan sekizincisi Öz (2017), tarafından televizyon reklamlarının göstergebilimsel açıdan incelenmesi konusunda ele alınmıştır. Araştırmada Türk Hava Yolları'nın Hayal Edince adlı reklam filmi incelenmiştir. Reklamda dil, imgeler, fikirler ve değerlere başvurulduğu ve televizyon reklamlarında hedef kitle

ilişkinine önem verildiği belirtilmiştir. Araştırmaya konu olan reklam filmindeki göstergelerin ardındaki anlam, sahnelerin analiz edilmesi ve karşıtlıkların belirtilmesi ile ortaya çıkarılmıştır. Göstergelerin çözümlenmesi insan, nesne, hayvan ve doğa unsuru ele alınarak da yapılmıştır. Göstergebilim tanımları araştırmada reklam metinlerinin çözümlenmesine yön vermiştir. Reklam filmlerindeki göstergelerin tek tek ele alınışı araştırmada yer almaktadır.

Araştırmada, incelenen reklamda siyasetçi ve milliyetçi imgelerin yer aldığı sonucuna ulaşılmaktadır. Reklam filmindeki çocukların hayallerini gerçekleştirmek için istekleri doğrultusunda umut ögesi dikkat çekmektedir. Gösteren öge olarak Türk Bayrağı reklam filminde kullanılmaktadır. Siyasi olarak ise milli unsurların kullanıldığına dikkat çekmektedir. Bu doğrultuda siyasi öğelerin kullanılması reklam veren kurumların da siyasi yönlerinin ne olduğu konusunda fikir vermektedir. Bir diğer gösteren unsur olarak ampuller reklam filminde anlatı unsuru olarak yer almaktadır. Bunun başka bir hava yolu firmasının reklam için hazırladığı afiş ile bağdaşması sonucunda bir mesaj yollama amacı olabileceği tartışma konusu olmaktadır.

İki araştırmanın da ortak yönü reklamların göstergebilimsel analiz yoluyla ele alınıp değerlendirilmesi olmuştur. Televizyon reklamlarının göstergebilimi aracılığı ve birçok gösterge unsurları ile hedef kitlelerine mesajlar vermesi, her gösterenin ardında bir mesajın olabileceği bilgisi araştırmaların ilişkisini ortaya çıkarmıştır. Araştırmada sadece görülen göstergeler değil umut etmek gibi manevi duygular içeren göstergelerin anlamı da ortaya koyulmuştur. Bu da araştırmaya çok yönlü bakabilmeyi sağlamıştır. Covid-19 reklamlarına da bu yönde değerlendirme yapma noktasında yardımcı olmuştur.

Yapılan araştırmalardan dokuzuncusu Yıldız ve Deneçli (2011) tarafından, sosyal sorumluluk kampanyalarının ikna yönü sosyal içerikli reklamların göstergelerin incelenmesi ile ele alınmıştır. Sosyal sorumluluk kampanyalarında verilen mesajlar sağlık, çevre, eğitim gibi konularda olmuştur. Bunlarla ilgili farkındalık oluşturucu mesajları hedef kitlelere duyurmak amacıyla çeşitli reklam filmleri oluşturulmuştur. Trafik kurallarına uymayı içeren bir sosyal sorumluluk kampanyası ele alınmakta ve ikna çerçevesinde değerlendirilmesi yapılmıştır. Sosyal sorumluluk kampanyalarında yer edinen ikna ögesinin rolü ve önemi reklam filmindeki çeşitli sahneler üzerinden değerlendirilmiştir.

Araştırma trafik kurallarına uyma noktasında geliştirilen sosyal sorumluluk kampanyasında trafik güvenliğine dair sosyal içerikli ifadeleri ele almaktadır. Bu içeriklerde bireyleri trafik sorunlarına dair bilgilendirme noktasında ikna edici unsurlar yer almaktadır. Bu unsurlar ile bir yandan hedef kitlenin dikkati çekilmekte bir yandan ise temel amaç olan bilgilendirme süreci gerçekleştirilmektedir. Bunlar aktarılırken düşsel öğelerden adım adım gerçek öğelere geçiş yapılmaktadır. İzleyenlerin merakları ayrıca bu öğeler ile ortaya çıkarılmaktadır. Araştırmada genel reklam kampanyalarından farklı olarak ele alınan bu sosyal sorumluluk reklamlarının ilgi çekici olması için çeşitli öğeleri kullanma gerekliliği ve önemli oluşu ortaya çıkarılmaktadır. Güçlü birer öge olarak kullanılan unsurlar sıradan reklam kampanyalarından algısal açıdan ayrılmaktadır.

Araştırmada bireylerin reklamlar aracılığı ile ikna edilmesi konusunda değerler, inançlar, tutumlar gibi öğelerin önemi ortaya çıkarılmaktadır. Covid-19 ile ilgili reklamların incelenmesinde de bu reklamlarda kullanılan çeşitli öğelerin ön plana çıkması durumu vardır. Gerçekliğin reklamda bir ikna unsuru olarak kullanılması araştırma ile ortak yönüdür. Korkuyu yansıtacak öğelerin bireyleri ikna etmek için dikkat çekici unsurlar olarak kullanıldığı görülmektedir. Ayrıca reklamda birçok duyguya hitap edilmesi ve hedef kitleyi ikna etmesi araştırma ile ilişkili olmaktadır.

Yapılan araştırmalardan sonuncusu, Sağıroğlu (2012) tarafından duygu paylaşımında sarılma-kucaklaşma eyleminin televizyon reklamlarına yansımaları göstergebilimsel analiz çerçevesinde incelenmiştir. Reklamda oluşturulan anlatı ile görsel-işitsel öğelerin de çözümlenmesi yapılmıştır. Dokunma duygusunun görsel ve işitsel olarak nasıl yansıtıldığı araştırmada ortaya çıkarılmıştır. Paylaşma eyleminin göstergeleri ele alınarak anlatı öğelerinden kişi, zaman ve uzam ile reklamın değerlendirilmesi yapılmıştır. Reklam filmindeki olay örgüsünün gösteren ve gösterilen ilişkisi ile duygu durumlarını kapsayıcı şekilde anlattığı görülmüştür.

Araştırmada ele alınan reklam filminde, sevgi sözcüklerinin paylaşımı doğrultusunda davranışlar incelenmekte ve kucaklaşma-sarılma eylemleri görülmüştür. Birçok duygu durumu paylaşımı görülmüştür. Aynı zamanda reklamda çeşitli bilgi aktarımları da görülmektedir. Duygu ve düşünceler reklam filminde yer edinmekte ve ağırlıklı olarak dokunma eylemi hedef kitleye gösterilmektedir. Reklamda görsel göstergeler yer almakta ve bu göstergeler ile dokunma duygusunun insanlar üzerinde oluşturduğu pozitif etki hedef kitleye sunulmuştur. Sevgi ve ilgi göstergesi reklam filminde yer almıştır. Sevgi paylaşımını destekleyen ve hedef kitleyi bu doğrultuda ikna etmeye çalışan reklamda, marka sadakati de pekiştirilmek istenmektedir. Kişi, zaman, uzam, tema ve teknik açılardan reklam filmi bütünleştirilerek sarılma-kucaklaşma eylemini duygusal bütünlük olarak yansıtmaktadır bilgisine araştırmada ulaşılmıştır.

Araştırmada reklam ve reklamın göstergebilimsel analiz ile çözümlenmesi süreci Covid-19 reklam araştırması için ortak noktadır. Reklamda görsel göstergeler ile nasıl çözümlenmesi yapılacağına dair analizlerin araştırmada yer alması diğer araştırmanın kapsamına girmektedir. Dilsel iletinin, sesin, kişilerin, dış sesin, efektin, kampanya sloganının incelendiği görülmüştür ve Covid-19 reklamlarının da böyle bir inceleme ile göstergesel açıdan öğelerinin ele alınması araştırmanın ilgisini ortaya çıkarmıştır.

Araştırma için yararlanılan 10 makale de ortak konular çerçevesinde ilerlemektedir. Araştırmaya katkı sunan konular; göstergebilim, reklam, anlatı analizi, Covid-19'dur. Makaleler ilgili araştırmayla yakın ilişki içinde olacak şekilde seçilmiştir. Konuların en güncel halleri ve ilgi düzeyleri ele alınmış ve araştırmaya katkı sağlamıştır.

Covid-19 ile reklam konusu genelde bir arada ele alınmıştır. Covid-19 ile ilgili makalelerde araştırmaya yardımcı olarak bireylerin bu süreçten nasıl etkilendikleri, sürecin neleri içerdii ve reklamlarda bu sürecin nasıl değerlendirildiği konuları yer almıştır. Pandemi sürecinde ülkelerde alınan tedbirlerin ve bu tedbirlerin bireylerde hangi değişiklikleri oluşturduğuna dair açıklamalar yer almıştır. Araştırmaya katkısı bireylerin maddi ve manevi durumunu açıklama noktasında olmuştur.

Reklam konulu makalelerde ise, genellikle göstergebilimsel unsurlar ile birlikte değerlendirilmektedir. Reklam filmlerinde yer alan öğelerin her birinin bir Şey anlattığı söz konusu olmaktadır. Reklamlarda çeşitli duygulara hitap etmek hedef kitleyi ikna açasından önemli olmaktadır. Yapılan araştırmaya katkısı ise, reklamda yer alan amaçlar ve öğelerin ele alınış biçimi konusunda olmaktadır.

Anlatı analizi konulu makalelerde, anlatının öyküleme yoluyla hangi unsurlar ile yapıldığı, anlatının nerelerde kullanıldığı yer almaktadır. Araştırmaya katkısı ise, reklam filmlerindeki anlatının açıklanması ile olmaktadır.

Göstergebilim konulu makaleler ise, reklamda yer alan anlatıların nasıl çözümlenmesi gerektiğine dair araştırmaya katkı sağlamaktadır. Reklamdaki çeşitli öğelerin gösteren, gösterilen gibi açılardan nasıl değerlendirileceği konusunda göstergebilim ile ilgili makaleler yardımcı olmaktadır.

Araştırmaya konu olan Covid-19 reklamları, anlatı kuramı ile öykülendirilmekte, aynı zamanda göstergeler ile çözümlenmektedir. Bu doğrultuda, literatür taraması ile irdelenen makaleler birbirleri ile ilişki içerisinde. Araştırmayı desteklemekte ve geliştirmektedirler.

YÖNTEM

Bu araştırmada yöntem olarak nitel yöntem kullanılmıştır. Nitel araştırma doküman analizi gibi nitel olarak gerçekteştirilen yöntemlerin ele alındığı, söz konusu durumların hakikate uygun bir şekilde yansıtılmasına dair düzenin olduğu araştırma alanıdır (Aydın, 2018). Nitel araştırma yapacak araştırmacılar da değinilen konuya yönelik sorunların çözümlerine dair ilgi olmalıdır (Baltacı, 2019). Nitel araştırma yöntemi, araştırılacak konu ile ilgili ayrıntılı ve çok yönlü çözümler olanağı sağlamaktadır (Fidan, 2018). Nitel araştırma yöntemini kullanan araştırmacı doküman analizi ile zamandan tasarruf sağlamaktadır (Karataş, 2017). Araştırmada reklam film kayıtları ele alınarak doküman analizi yapılmıştır. Araştırma sorusunun nitel paradigmanın yapısına uygun olmasından dolayı, nitel yöntem seçilmiştir.

Problem Cümlesi

Covid-19 süreci reklamlarda göstergebilimsel açasından ne şekilde ele alınmaktadır?

Araştırma Modeli

Araştırma paradigmaları nicel ve nitel olarak ayrılmaktadır. Yapılacak olan bu çalışmada ise nitel araştırma modeli kullanılmıştır. Nitel araştırmada ortaya çıkarılan verilerin çok iyi analiz edilmesi gerekmektedir (Karataş, 2017). Araştırmanın amacı, Covid-19 ile ilgili reklamların göstergebilimsel analizini yapıp nitel veriler elde etmektir.

Evren

Bu araştırmanın evreni Youtube'da gösterilen Covid-19 ile ilgili yapılan reklam filmlerini kapsamaktadır.

Örnekleme

Olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden, önceden belirlenen kıstasların getirilmesi ile oluşması sağlanan ölçüte dayalı örnekleme araştırmada kullanılmıştır. Bu doğrultuda araştırmanın örneklemini; Pegasus: Siz Şimdi Sağlığınıza İyi Bakın (#GüzelGünlerYakın), Koç Holding: İyileēeēeēiz (#iyileēeēeēiz) ve Petrol Ofisi: Petrol Ofisi ve İTÜ Çekirdek Korona İle Mücadelede El Ele (#TekTürkümüzMemleket) reklam kampanyaları oluşturmaktadır.

Veri toplama aracı

Araştırmada, göstergebilimsel veri toplama aracı kullanılmaktadır. Araştırmaya konu olan reklamlar göstergebilimin gösterge, gösteren ve gösterilen unsurlarının kullanılması ile analiz edilmiştir.

Veri analizi

Verilerin analizinde, reklamların sloganı, oyuncularını, müziği, ahengi, renkleri, senaryosu, düz anlam, yan anlam ve karşıtlıkları incelenerek reklamların hedef kitleye vermek istediği mesaj ortaya çıkarılmıştır. Görsel ve dilsel iletilerin değerlendirilmesi ile veriler analiz edilmiştir.

Varsayımlar

- 1) Covid-19 reklamlarında bireyleri ruhsal açasından olumlu olarak etkileyecek mesajlar verilmektedir.

- 2) Covid-19 reklamlarında bireyleri duygulandırıcı müzikler kullanılmaktadır.
- 3) Covid-19 reklamlarında bireyleri geleceğin daha iyi olacağına dair ikna edici birçok gösterge bulunmaktadır.

Sınırlılıklar

Araştırma, Mart-Aralık 2020 tarihlerinde, Covid-19 pandemi sürecinde yayınlanan Pegasus: Siz Şimdi Sağlığımıza İyi Bakın (#GüzelGünlerYakın), Koç Holding: İyileşeceğiz (#iyileşeceğiz) ve Petrol Ofisi: Petrol Ofisi ve İTÜ Çekirdek Korona İle Mücadelede El Ele (#TekTürkümüzMemleket) reklam filmlerinin analizi ile sınırlandırılmıştır.

Tanımlar

Bu araştırmada önemli olan tanımların açıklaması aşağıdaki gibidir:

Reklam: İnsanları Covid-19 ve pandemi sürecine dair umut etmeye, iyi olmaya, eski günlere dönmeye ikna edici göstergeler ile mesajları içeren kısa filmlerdir.

Göstergebilim: Gösterge, gösteren ve gösterilen unsurlarının kullanılması ile reklamlara dair detaylı analizlerin yapıldığı yöntemdir. Gösterge, gösteren ve gösterilen şekilde reklam filmlerinde yer alan işaretlerdir.

Covid-19: 2019 yılının sonlarında Aralık ayında Çin'in Wuhan şehrinde ortaya çıkmış, insanların ölümüne neden olmuş ayrıca sektörleri de etkilemiş olan salgındır.

BULGULAR

Pegasus: Siz Şimdi Sağlığımıza İyi Bakın (#GüzelGünlerYakın) Reklam Analizi

Gösterge: Pegasus: Siz Şimdi Sağlığımıza İyi Bakın reklam filmi.

Gösterenler:

Sahne	Müzik	Dış Ses	Olay
1. Sahne	Tempolu müzik başlamaktadır.	Çok yakında ülkemizin üzerine yaz güneşi doğacak.	İlk sahnede Topkapı Sarayı Müzesi ve bir İstanbul manzarası ile güneşin doğuşu yer almıştır.
2. Sahne	Müzik devam etmektedir.	Biz yine gün doğumunda balonları seyredeceğiz.	Kapodakya bölgesinde gün doğumuyla balonların yükselişi ve bu yükselişi izleyen bir erkek gösterilmiştir.
3. Sahne	Müzik devam etmektedir.	Masmavi sularda serinleyip...	Muğla, Dalaman'a ait havadan çekilen bir deniz görseli gösterilmiştir.
4. Sahne	Müzik devam etmektedir.	Yepyeni lezzetler deneyeceğiz.	Mangalda pişen kebab görüntüleri gösterilmiştir.
5. Sahne	Müzik devam etmektedir.	Yine herkes düğünlere koşacak.	Havadan çekilmiş görüntülerle büyük bir halka oluşturmuş halay çeken insanlar bulunmaktadır.
6. Sahne	Müzik devam etmektedir.	Bayram sofralarında herkes buluşacak. Dedeler torunlarına	Sofranın yakından çekiminde ekmeği diğer kişiye uzatan kişi görülmektedir. Ayakta duran genç bir kadın sofradaki adama çay doldurmaktadır. Yüzleri gülümsemektedir. Dede ve kız torununun sarılma anları gösterilmektedir.
7. Sahne	Müzik devam etmektedir.	Tarafarlar deplasmanlarına kavuşacak.	Kalabalık bir taraftar grubunun coşkusu yansıtılmıştır.
8. Sahne	Müzik devam etmektedir.	Yine herkes bir arada gezip eğleniyor olacak.	Grup halinde üç gencin denize atlayış anları gösterilmiştir. Diğer görüntüde insanların oturduğu sahil gösterilmiştir. Herkesin mutluluğu yansıtılmıştır. Denizin kıyısında atlamaya hazır genç gösterilmiştir. Pegasusla yolculuğa hazır olan genç kız ve genç erkek yolcuların mutlulukları gösterilmiştir.

9. Sahne	Müzik tempoyla etmektedir.	Seyahat dolu güzel günler çok yakın.	Eğlence parkında iki genç kadının kameraya öpücük gönderişi ve el sallaması gösterilmiştir. Pegasus'a ait uçağın havaalanından kalkış anı gösterilmiştir.
10. Sahne	Müzik tempoyla etmektedir.	Yeter ki siz şimdi sağlığınıza iyi bakın.	Sarı ekranda sağlığınıza iyi bakın ile #GüzelGünlerYakın yazısı belirmiş ve en sonda da kurumsal Pegasus yazısı ortada çıkmış reklam sona ermiştir.

Tablo:1

Gösterilen: Umut, iyimserlik, sevgi, olumlu bakış açısı, sağlık, özlem.

Analiz: Reklamın ilk sahnesinde Topkapı Sarayı Müzesi ve bir İstanbul manzarası güneşin doğuşuyla anlamlandırılmıştır. Burada doğan güneş umutlu olma mesajını vermiştir. Reklamın başlangıç müziğinin hareketli olması güne enerjik başlamayı da hatırlatmıştır. Dış sesin yaz güneşi vurgulaması da tüm insanların dışarı çıkma arzusunu, doğanın ve hayatın canlanışına vurgu yapılmıştır. Gerçek hayatta yaşanan Covid-19 hastalığı ve pandemi sürecinin getirdiği kısıtlamaların tam tersi mesajlar herkese iyi gelme amacını taşımaktadır. Pandemi sürecinin bitmesi ve hastalığın geçmesi ile tekrardan hep birlikte sevdiklerimizle seyahat edebileceğimizi o günlerin çok yakın olduğunu belirten olumlu mesajlar verilmiştir.

Tüm sahnelerde herkesin hemen hemen ortak olarak yaptıkları geziler, paylaşımlar, ziyaretler vurgulanmıştır. Bir dedenin şu anda belki torununa sarılamıyor olması durumu çok yakın zamanda kavuşacakları müjdesi ile canlandırılmıştır. Sarılma anı ile özlemlerin giderildiği mesajı verilmiştir. İnsanlara iyi gelen seyahat, gülümseme, birliktelik duygusu, sarılma, istediği an doğa ile vakit geçirme duyguları yansıtılmıştır. Reklamda insanları birleştirici unsur olan kültür de ön plana çıkarılmıştır. Yemek kültürümüzde payı çok olan kebabın gösterilmesi, pandemi sürecindeki kısıtlamalardan dolayı restorana gidip rahatça yenilemeyen fakat rahatça yenilecek günlerin de geleceğine vurgu yapılmıştır. Yine kültürümüzde olan kalabalık düğünler ve düğünlerde halay çekmenin vurgulandığı görüntülerde birlikteliğin, mutluluğu paylaşmanın ve eğlence anlayışının da özlemleri günlerimize vurgu yapılmıştır. Pandemi sürecinde de düğünlere gelen kısıtlamalara gönderme yapılmıştır.

Altıncı sahnede ise bayram gününde bayram sofralarının kurulduğu, büyüklerin toplandığı bir arada olmanın özlemleri beklediği günlerin yakınlığına umut verilmiştir. Özellikle erkeklerin maç sevgisi ve maça gidip takımını destekleyici birlikteliği gösterilmiştir. Pandemi sürecinde getirilen seyircisiz oynama kuralı ve artık seyircilerin de olduğu günlerimize kavuşulacağına dair umut verilmiştir.

Pegasus ile istediği yere seyahat etmenin mutluluğu içinde olan iki gencin vurgulanması bir yandan da kurumun bu süreçteki payını vurgulamıştır. Reklamın son sahnesinde de bu vurgu uçağın havalanması ile gösterilmiştir. Yine pandemi sürecine ve insanların sağlığına yönelik vurgu "yeter ki siz şimdi sağlığınıza iyi bakın" cümlesi ile verilmiştir. Bu cümle ile siz şimdi sağlığınıza iyi bakın koronavirüs geçtiğinde seyahatleriniz için Pegasus Hava Yolları her zaman hazır mesajı verilmiştir. Güzel günlerin yakın olduğu vurgusu ile insanlara umut dolu mesajlar verilmeye çalışılmıştır.

Anlatı kuramına dair ise reklam filmi zaman, kişi, uzam üçgeninde değerlendirildiğinde;

UNSURLAR	DEĞERLENDİRME
Zaman	Gün doğumuyla başlamıştır.
Kişi	Dış ses, seyahat edenler, düğünde halay çeken ve eğlenen kişiler, bayram sofrasında yer alan aile, dede ve torun, taraftarlar, tatil mekânlarındaki kişiler, uçaktaki gençler, eğlence parkındaki gençler.
Uzam	Dış uzam: Topkapı Sarayı Müzesi ve İstanbul manzarası görüntüsü, Kapadokya, Dalaman, açık hava ortamı, deniz kenarıdır. İç uzam: bayram sofrasının kurulduğu ev, uçağın içi

Tablo:2

Zaman: reklamın kurgulanış sıralaması; gün doğumundan başlangıç göstermekte sonrasında hayata dair insanların özlem içinde olduğu görüntülerle devam edilmekte en sonda ise seyahate dair umut dolu mesajlarla sona ermektedir. Verilen mesajlar ile yaz güneşinin doğumuyla her şey değişmiş olacak, kavuşmak istediklerine herkes kavuşacak ve seyahat özgürlüğü ile buluşulacaktır. İnsan hayatına ait, doğaya ait, Pegasus'a ait görüntüler reklam filmindeki dış sesin söylediği cümlelere paralel ilerlemiştir.

Kişi: Dış ses reklam filminde verilmek istenen tüm mesajları dile getirmektedir. Anlatıdaki kişiler betimlendiğinde ise genel olarak hepsinde mutluluk, özlem giderme, kavuşma ve sarılma anlarına yönelik duygular bulunmaktadır. Beden dillerinden ise gülümseme ve coşku mesajı alınmaktadır. Kişiler pandemi sonrası kavuşma anını ve mutluluğunu temsil etmektedir.

Uzam: Reklam filminin büyük bir kısmı dış uzamda geçmiştir. Tamamı gerçek hayatta karşılaşılabilecek yerlerdir.

Reklam filmleri anlatı kuramındaki unsurlar ile değerlendirildiğinde;

Düz Anlam	Dış mekânda ve seyahat halindeki insanlar, kalabalık bir evdeki insanlar.
Yan anlam	Aile, dost, komşuluk, huzur, mutluluk, eğlence.
Karşıtlıklar	Yalnızlık- kalabalık, seyahat etmek-evde olmak, yaşlı-geç.
Ahenk	Güneşin doğuşuyla hayat başlamakta, ülkenin güzelliklerini gösteren görseller ve Türk kültürünü yansıtan değerler, birlikte ya da tek başına seyahat eden bireyler ile mantıksal tutarlılık içermektedir.
Müzik	Ritmi giderek artan hareketli müzik kullanılmıştır.
Slogan	#GüzelGünlerYakın

Tablo:3

Reklam filmindeki **ahenk** incelendiğinde; güneşin doğuşuyla hayat başlamakta günün ve ülkenin güzelliklerini gösteren görseller ve Türk kültürünü yansıtan değerler ile devam edilmiş, birlikte ya da tek başına seyahat eden bireyler ile devam ederken uçağın kalkışı ile sonlanmıştır. Reklam filmindeki kareler de mantıksal olarak da tutarlı bir şekilde uyum içinde ilerlemiştir. Dolayısıyla her aşama ahenk içindedir.

Reklam filmindeki **müzik** incelendiğinde; oldukça hareketli bir müzik ile giriş yapılmıştır. Müziğin ritmi giderek artmıştır. Müzik ve görüntüler birbirini tamamlamaktadır. Müzik ne kadar hareketli ise insanlarda o kadar keyifli ve mutlu görülmektedir. İnsanların duyguları pozitif bir şekilde ortaya çıkarılmak istenmektedir. Müziğin katkısı ile olumlu ve umut verici mesajlar aktarılmıştır.

Reklam filmindeki **slogan**; #GüzelGünlerYakın pandemi sürecinde olan, Covid-19 ile mücadele eden tüm insanlara umutlu olmanın mesajı verilmiştir. Tüm insanların bu süreçten olumsuz olarak etkilenmesi karşısında Pegasus insanları güzel günlerin yaklaştığı konusunda ikna etmeye çalışmaktadır.

Koç Holding: İyileşeceğiz (#iyileşeceğiz) Reklam Analizi

Gösterge: Koç Holding: İyileşeceğiz (#iyileşeceğiz) reklam filmi.

Gösterenler:

Sahne	Müzik	Dış Ses	Olay
1. Sahne	Kuş ve diğer hayvan sesleri ile başlamaktadır.	İyileşeceğiz. Bu da geldi, kabul. Ama bu da geçecek, mecbur.	İlk sahnede bir dağ ve etrafı gösterilmiştir. Aynı zamanda etrafta uçan kuşlar, asılı çamaşırlar ve dağ yamacına kurulmuş evler gösterilmiştir.
2. Sahne	Başka bir fon müziği ile devam etmiştir.	İyileşeceğiz. Sağlığımıza tekrar kavuşacağız.	Birbirinin üstüne konan eller gösterilmiştir. Daha sonra bir yaşlı kadın ve genç kızın yüzlerini yan yana gösterilmiştir. Uzaklara bakan bir genç kızın yan profili gösterilmiştir.
3. Sahne	Kuş sesleri eşliğinde müzik etmiştir.	Biz insanlar. Biz ülkeler. Biz koca dünya... Özenle, sabırla. İyileşeceğiz.	Dünyanın uzaydan görüntülenen hali gösterilmiştir. Kapadokya'nın genel hali havadan gösterilmiştir. Bir kuşun görüntüsü ekrana yansımıştır.
4. Sahne	Müzik devam etmiştir.	Yalnızca bedenlerimizle değil, düşüncelerimizle, Davranışlarımızla da iyileşeceğiz.	Havuzda bir baba ve kucağında bebeği ile eğlendiği görüntüler gösterilmiştir. Bir arabanın yolda giderken açık penceresinden bakan yaşlı kadın ve yanında oturan, ona başını yaslayan genç erkek gösterilmiştir. İkisi de gülümsemiştir.
5. Sahne	Müzik devam etmiştir.	Evlerimizde ister ekranlardan içeri, İster pencerelerden dışarı bakalım... Daha net göreceğiz, ölçüp biçeceğiz.	Gülümseyen küçük bir erkek çocuğu, elinde fincanıyla pencereden bakan genç kadın ve yeşil gözlü bir kız çocuğu gösterilmiştir. Yansıyan güneş ışıkları eşliğinde, denizde sandalın içinde olan ve elini denize sokan bir kişi görülmüştür.
6. Sahne	Alkış sesleri arka fonda yer alır. Müzik etmiştir.	Daha iyi insanlar olacağız bugünlerin sonrasında. Hiç olmadığımız gibi çıkacağız sokaklara.	Bir binada yanıp sönen ışıklar gösterilmiştir. Bir genç kadın ve genç erkeğin sokakta birbirine sarılma anları gösterilmiştir. Akşam dışarıda olan bir genç kadın gösterilmiştir.

		Daha iyi evlatlar, ebeveynler, bireyler, Kurumlar olarak. Daha sağduyulu, daha iyi kararlar alarak. İyileşeceğiz.	Trenle yolculuk yapan, pencereden dışarı bakan genç kadın gösterilmiştir. Çalışanların görüdüğü, akşam mesai yapan bir kurumun dıştan görüntüsü yer almıştır. Toprağa ekilen bir tohumun büyüme aşamaları gösterilmiştir. Biri kız biri erkek iki çocuğun yatağa uzanıp yorganın altında el feneri eşliğinde kitap okudukları anlar yansıtılmıştır.
7. Sahne	Kuş sesleri eşliğinde giriş yapılır. Müzik devam etmiştir.	Şu an için yan yana gelemesek de herkesi yanımızda hissederek. Hepimizin aslında aynı mavilikte yaşadığımız, aynı gezegenin çocukları olduğumuzu bilerek. Hep birlikte... İyileşeceğiz?	Gökyüzünde uçan kuş sürüsü gösterilmiştir. Yeşillik alanda yürüyen bir baba ve elinden tutan kızı gösterilmiştir. Bir köpeği seven kadın gösterilmiştir. Gökyüzüne bakıp yağmur eşliğinde gözlerini kapayan kadın ile görüntü sona ermiştir. Son olarak Koç'un logosu ve #iyileşeceğiz yazısı belirmiştir.

Tablo: 1

Gösterilen: Umut, kararlılık, birlik ve beraberlik, sevgi, özlem, sabır.

Analiz: Reklamın ilk görüntülerinde dağ ve yamaçlara kurulmuş evler havadan görüntülenmiştir. Kuşların sesi ve geçişi, horozların ötüşü, köpek havlamaları ile insana huzur veren bir mesaj verilmiştir. İkinci sahnede üst üste konan eller, yaşlı ve genç görüntüleri ile pandemi sürecinde her iki tarafında eşitliği akla gelmektedir. İyileşme umudu mesajı ise herkes için geçerli olmaktadır. İnsanların seyahat ya da tatil için gittikleri yerleri hatırlatan gösterenler yer almakta ve bunlara özlem hatırlatılmıştır.

Sağlık çalışanlarına destek için ışıkların açılıp kapatılması etkinliğinden görüntüler ile zor günler hatırlatılmıştır. Pandemi sürecinden ve korona bitişinden sonra yepyeni bir insan olmayı, düşüncelerimiz ile kendimizi yenileyip süreçten çıkmayı vurgulamıştır. Her bireyin sorumlu olduğu rollerini bu süreçten sonra daha iyi yapabileceklerine dair umut verilmiştir. Tüm dünyayı kuşatıcı, birlik beraberlik duygusunu yansıtan aynı haller içinde olduğumuzu vurgulayan mesajlar verilmiştir.

Anlatı kuramına dair ise reklam filmi zaman, kişi, uzam üçgeninde değerlendirildiğinde:

Unsurlar	Değerlendirme
Zaman	Gün doğumuyla başlamıştır.
Kişi	Dış ses, yaşça büyük kadın ve genç bir kızın elleri ve yüzü, baba ve havuzda yüzen bebeği, birbirine sarılan çift, seyahat eden genç bir kız, erkek torunu ile araçtaki kadın, iş yerinde çalışan insanlar, evlerinden sağlık çalışanlarına destek verenler, kitap okuyan çocuklar, babasıyla doğada yürüyen kız, yağmurda dışarıda olan genç kadın yer almıştır.
Uzam	Dış uzamlar ise; dağ ve yamaçtaki evler, dünyaya uzaydan bakış, Kapadokya, kuşlar, torunu ile kadın, doğadaki kız çocuğu, denizde kayıkta olan bir kişi, bir bina, bir çiftin sokaktaki sarılışı, bir kadının sahilde oturuşu, trende seyahat ederken bir kadının pencereden bakması, baba ve kızın doğada yürüyüşü, köpek, genç kadının doğadaki görüntüsüdür. İç uzamlar ise; babanın ve bebeğin havuzdaki görüntüsü, küçük bir çocuğun kapalı ortamdaki görüntüsü, bir kadının evinin pencere kenarından görüntüsü, ev ortamında odalarında kitap okuyan çocuklardır.

Tablo: 2

Zaman: Her bir kare farklı görüntülerle farklı zamanlarda insanların içinde bulunduğu anları yansıtmıştır. Kimi zaman gündüz kimi zaman akşam vakti görüntüler yansıtmıştır. Hem insanların yalnız olduğu zamanlar hem de birlikte olduğu zamanlara "iyileşeceğiz" sözcüğü ile vurgulama yapılmıştır.

Kişi: Kişilerden bazen hüzün bazen mutluluk, bir arada olmanın verdiği sevinç, yalnızlık duygusu, sağlık çalışanlarına destek olmanın verdiği coşku, kavuşmanın mutluluğu ve şefkat duygusu yansımaktadır.

Uzam: reklam filminin çoğunluğu dış uzamda geçmiştir.

Reklam filmleri anlatı kuramı dâhilindeki düz anlam ve yan anlam unsurları ile değerlendirildiğinde;

Düz Anlam	Seyahat edenler, havuzda olanlar, doğada olanlar, çalışanlar.
Yan anlam	Yaşlı, genç, çocuk olarak herkesin iyileşeceği belirtilmiştir. Sadece düşüncelerle değil davranışlar ile de insanların iyi olacağını yansıtan görüntüler bulunmaktadır. Pandemi öncesi yakınlaşmalar, seyahatler ve iş hayatının eskisi gibi olacağına dair umut verici görüntüler bulunmaktadır.
Karşıtlıklar	Yaşlı-geç, yalnızlık-kalabalık, çalışmak-seyahat-evde olmak, doğada olmak-şehirde olmak.
Ahenk	Gün doğumu ile reklam başlamış, bireylerin yüz detay çekimleri ile devam ederken dünyaya dair doğayı yansıtacak göstergeler sunulmakta, baba-çocuk, yaşlı kadın-torun, yalnız kadın, yalnız küçük çocuk, yalnız genç kız ile devam etmiştir. Daha sonra sarılan çift, seyahat edenler, çalışanlar, gece kitap okuyan çocuklar, gündüz dolaşan baba-kız ve yalnız kadın görüntüsü ile bitmiştir. Mantıksal tutarlılık bulunmaktadır.
Müzik	Doğada olan kuş, horoz, köpek sesleri ile başlangıç yapılmakta piyano, alkış, vapur, tren, trafik ve yağmur sesi ile sonlandırılmıştır.
Slogan	#iyileşeceğiz

Tablo: 3

Reklam filmindeki **ahenk** incelendiğinde; burada gün doğumu ile başlayıp yine gün doğumu, gündüz vakti ile bitmesi dikkat çekicidir. İnsan göstergeleri de birbiriyle uyum içindedir. Mantıksal açıdan da yalnız insandan bir arada olan insanlara doğru bir sıralama bulunmaktadır.

Reklam filmindeki **müzik** incelendiğinde; gerçek hayatta insanların karşılaştığı ve pandemi süreci ile özlediği sesler reklamda yer edinmiştir. İnsanların duygularını, özlemlerini harekete geçirmek amaçlanmıştır. Görseller ve müzik birbirine paralel şekilde anlamlandırılmıştır.

Reklam filmindeki **slogan**, #iyileşeceğiz vurgulanması yapılmıştır. Düşünce ve davranış olarak pandemi sürecinden sonra tamamen değişip, iyileşeceklerine dair insanlara umut vermeyi amaçlamıştır. Birlik ve beraberlik mesajı ile tüm insanların iyileşeceği vurgulanmıştır.

Petrol Ofisi: Petrol Ofisi ve İTÜ Çekirdek Korona İle Mücadelede El Ele (#TekTürkümüzMemleket) Reklam Analizi

Gösterge: Petrol Ofisi: Petrol Ofisi ve İTÜ Çekirdek Korona İle Mücadelede El Ele (#TekTürkümüzMemleket) reklam filmi.

Gösterenler:

Sahne	Müzik	Dış Ses	Olay
1. Sahne	“Değmen Benim” türküsü arka planda çalmaya başlamıştır.	Tek türküsü memleketi olan, hayat durmasını diye yollara koyulanlara minnettarız. Onlar için görevimizin başındayız.	İlk sahnede uzun bir yol ve o yolda giden sürücü gösterilmiştir. Tarlada çalışan insanlar ve ürünleri araca koyan kişinin görüntüleri yer almıştır. Kişi alın terini silmiştir. Bir fırıncı yaptığı ekmekleri yerleştirmiştir. Tır sürücüsü yola çıkmıştır. Petrol ofisi gelen sürücüyü el sallayarak yolcu etmiştir. Türk bayrağının görüntüsü havadan görüntülenmiştir.
2. Sahne	Müzik devam etmiştir.	Türkiye'nin korona salgını ile mücadelesinde İstanbul Teknik Üniversitesi bünyesinde yer alan, dünyanın en önde gelen girişimcilik merkezlerinden İTÜ Çekirdek ile el ele verdik.	Ambulansın önünde sağlık görevlisi maskesini takmış beklemiştir. İTÜ'nün dıştan görüntüsü belirlemiştir. İTÜ Çekirdek binası ve içindeki laboratuvar ile çalışanlar gösterilmiştir.
3. Sahne	Müzik devam etmiştir.	Petrol Ofisi olarak oluşturduğumuz fonla, şu an hastanelerin ihtiyaç duyduğu malzemelerin üretimi, dağıtımı ve ileride tedaviye ışık tutacak sağlık teknolojilerinin	Petrol Ofisi genel olarak gösterilmekte sonrasında laboratuvarında korona ile ilgili çalışan sağlıkçılar yer almıştır. Malzemelerin üretiminin yapıldığı laboratuvar ve dağıtımında kutular

		geliştirilmesi için İTÜ Çekirdek girişimcilerini destekliyoruz.	ile yola çıkmaya hazırlananların görüntüleri yer almıştır. Sağlıkçıların bir arada bulunduğu planlama yaptığı görüntüler gösterilmiştir.
4. Sahne	Müzik devam etmiştir.	Amacımız bugüne ve geleceğe umut olabilmek. Çünkü hepimizin kalbindeki tek türkü bu memleket.	Dağıtım yapan kişi, market çalışanı, öğrenci, eczacı, sağlıkçı, gülen yaşça büyük kişi, yine gülümseyen kadın, gülümseyen işçi gösterilmiştir. Sonrasında yola çıkmış araç ve ona eşlik eden dağ manzarasıyla Petrol Ofisine giriş yapan araçlar gösterilmiştir. Son görüntüde ise Petrol Ofisine ait logo ve İTÜ ARI TEKNOKENT logosu yer almıştır.

Tablo: 1

Gösterilen: Memleket vurgusu, birlik ve beraberlik, bilim, umut, sevgi.

Analiz: Reklam filmi ‘‘Değmen Benim’’ ayrılık türküsü ile başlangıç yapmıştır. Türkü vurgusu ile birlik beraberliği niteleyici tek türkümüzün memleket olduğu mesaj olarak verilmiştir. Koronavirüs hastalığı sürecinde bile memleketi için, çalışan kişiler ve emekleri gösterilmiştir. Onlara teşekkür ettikleri mesajı verilmiştir. Kurum onlar için çalıştıkları vurgusunu da yapmıştır. Bunun için ise sadece mesaj vermekle kalmayıp İTÜ Çekirdek ile yapmış oldukları ortak çalışma da reklam filmine dâhil edilerek anlatılmıştır. İnsan sağlığının zor bir süreçten geçtiği bu dönemde fon ayırdıklarını ve bunu gerekli malzeme üretimi, dağıtım için kullanacaklarını girişimcileri desteklediklerinin mesajı kurum olarak verilmiştir. Bu önemli süreçte kendilerinin de payı olması için, tüm insanlara umut verebilmek için çalıştıkları vurgulanmıştır. Tüm bunların memlekete olan aşktan, sevgiden ve insana verilen değerden yapıldığı mesajı yine çeşitli gösterenler ile vurgulanmıştır.

Anlatı kuramına dair ise reklam filmi zaman, kişi, uzam üçgeninde değerlendirildiğinde:

Unsurlar	Değerlendirme
Zaman	Gün doğumuyla reklam filmi başlamış, akşam olmasıyla bitmiştir.
Kişi	Reklam tır şoförü, tarlada çalışan insanlar, fırında çalışan kişi, Petrol Ofisi’nde çalışan kişi, sağlık çalışanı, İTÜ Çekirdek’te çalışan kişiler, sağlık çalışanları, girişimciler, dağıtımda görevli kişi, market çalışanı, öğrenci, eczacı, doktor, vatandaşlar, işçi yer almıştır.
Uzam	Reklam filminin çoğu dış uzamda yer almıştır. Dış uzamlar ise; ormanlarla kaplı otoyol, tarla, Petrol Ofisi, şehir görüntüsü, hastane önü, İTÜ önü, fakülte önü, inşaat, dağ yamacıdır. İç uzam; fırın, İTÜ Çekirdek Girişimcilik Merkezi, market, eczane, hastane, evdir.

Tablo: 2

Zaman: Reklam filminde zaman olgusu uyumlu bir şekilde ilerlemiştir.

Kişi: Reklam filminde yer alan kişilerin varlığı reklamda önem olarak ön plana çıkarılmıştır. Gerçek hayatta her kişinin temsil ettiklerinin ülkeye olan katkısı, çabası, emeği vurgulanmıştır. Tek amaç olarak memlekete olan fayda inancını kurum da zaman zaman kendini ön plana çıkararak belirtmiştir.

Uzam: Mekânların çeşitli şekillerde gösterilmesi de ülkeye katkı sağlayan insanların nerelerde, ne yaptıklarını belirtmek, detaylandırmak açısından ve insanları ikna etme açısından önemlidir. Ayrıca insanları umut etmeye yöneltmek, pandemi sürecinde kurumlar da dâhil herkesin kendince olumlu çalışmalar yaptığı, sürece katkı verdiği mesajı iletilmiştir.

Reklam filmleri anlatı kuramı dâhilindeki düz anlam ve yan anlam unsurları ile değerlendirildiğinde;

Düz Anlam	Reklamda çoğunlukla İTÜ Çekirdek'te çalışan kişiler, sağlık çalışanları, girişimciler ve tarlada çalışan insanlar.
Yan anlam	Çalışan kişilerin mücadelesinin memlekete katkı sağlamak, memleketteki insanlara hizmet etmek, onlara değer verip en sağlıklı şekilde hizmet ve ürün sunmak amacını yansıtan görüntüler bulunmaktadır. Tarlada çalışan üretim yapan, İTÜ Çekirdek'te pandemi sürecine katkı sağlama amacı güden, insanlara hizmet eden sağlık çalışanları görüntülerinin altında yatan anlam bu şekilde anlatılmıştır.
Karşıtlıklar	Üretim-hizmet sektöründe çalışanlar, kurum içinde-kurum dışında çalışanlar, çalışanlar-evinde olanlar, yaşlı-geçen olanlar.
Ahenk	Gün doğumu ile başlangıç yapılmış ve reklam filmi gün batımı ile sonlandırılmıştır. Mantıklı tutarlılık vardır.
Müzik	"Değmen Benim" adlı türkü çalmaktadır.
Slogan	#TekTürkümüzMemleket

Reklam filmindeki **karşıtlıklar** incelendiğinde ise; üretim veya hizmet sektöründe çalışanlar, kurum içinde ya da kurum dışında çalışanlar, çalışanlar veya evinde olanlar, yaşlı veya genç olanlar şeklindedir.

Reklam filmindeki **ahenk** incelendiğinde; birlikte çeşitli sektörlerde çalışan insanlardan başlayıp sona doğru tek tek bu insanlar gösterilip vurgulanmıştır. Yapılan projenin anlatımında özelden genele doğru bir uyumluluk bulunmuştur.

Reklamdaki **müzik** incelendiğinde; "Değmen Benim" adlı türkü ile ayrılığı anlatan ve dolayısıyla pandemi sürecindeki insanların yaşadığı duyguya da vurgu yapan bir tema ile birleşmiştir. İnsanları hüznendiren bu türkü ile tek dertleri memleket olanların duygularını harekete geçirecek özelliindedir.

Reklam filmindeki **slogan**; #TekTürkümüzMemleket ile sahiplenici, pandemi sürecindeki birlik ve beraberlik belirtilmiştir. Türkülerin halktan, halkın duygularından, sevinçlerinden, hüznlerinden doğduğu bilinmektedir. Bu sebeple duygu yoğunluğu olan bu slogan reklamda kullanılmıştır.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Reklamlar insanlara ulaşma, mesaj verme, ikna etme sürecinde önemli iletişim aracıdır. Reklamlardaki yönlendirmeler ile bireyler ikna olup harekete geçip verilen mesajı kabul edebilmektedir. Reklamlardaki göstergeler, müzik, oyuncular, ahenk, slogan, karşıtlıklar, düz anlam, yan anlam da bu süreçte verilen mesajı oluşturmada ikna edici rolü üstlenen unsurlar olmaktadır.

Covid-19 süreci bireyler için olağanüstü bir süreçtir. Pandemi sürecinden olumsuz etkilenen insanlara olumlu mesajlar verme noktasında medya da devreye girmektedir. İncelenen Pegasus, Koç (Fiat Türkiye) ve Petrol Ofisi reklamlarında Covid-19 temasının temelinde olduğu pandemi sürecine dair çeşitli mesajlar verilmiştir.

Sloganlar; Pegasus #iyileşeceğiz, Koç Holding #GüzelGünlerYakın, Petrol Ofisi #TekTürkümüzMemleket olarak seçilmiş ve olumlu mesajlar içeren dilsel kodlarla oluşturulmuştur. Müzik, duygulara hitap edici bir şekilde arka plana yerleştirilmiştir. Pegasus ve Koç Holding reklamlarında daha hareketli bir müzik algılanırken, Petrol ofisinde ise türkü şeklinde kendini göstermiş ve duygu yoğunluğu fazla olan bir ileti verilmiştir. Reklamlarda görsellerin ilgi çekici şekilde kullanıldığı görülmüştür. İnsanların gerçek hayatta karşılarına çıkabileceği, pandemi sürecinde ise sabırsızlıkla ve özlemle beklediği günler reklam filmlerinde kullanılmıştır. Bu görüntülerin gerçekleşmesinin mümkün olduğu yakın zamanda kavuşulacağı ve hep birlikte oluşacak çaba ile daha da iyi günlerin insanları beklediği vurgulanmıştır.

İncelenen reklamlarda, Covid-19 sonrasında dair mesajlarında olumlu, umut dolu, birlik ve beraberliğe vurgu yapıcı, üretime teşvik edici, ruhsal ve bedensel açıdan daha iyi insan imajı çizen vurgulamalar yer almıştır. Anlatının da dâhil edildiği reklamlarda herhangi bir ürünü ya da hizmeti satın almaya yönelik mesajlar değil; ülkemizin gerçek hayatta ufak bir hikâyesini öne çıkarıcı tatil yerleri, önemli günleri, topluca keyif veren ve desteklenen sporları, çalışıp ülkeye hizmet edenleri yer almıştır. Aynı zamanda reklam veren bu kurumların pandemi sürecinin neresinde oldukları ve insanlara verdikleri olumlu mesajlar ön plana çıkmıştır.

Kurumların pandemi süreci gibi olağanüstü dönemlerde insanlara sesleniş reklamlar ile değer kazanmıştır. Kullandığı markanın ürün ya da hizmetini alan birey için bu sesleniş daha da anlam kazanmıştır. Pandemi sürecinde çoğu zamanını evlerinde, kısıtlamalar ile geçiren bireyler medya ile baş başa kalmış ve olumsuz mesaj bombardımanına da uğramıştır. İncelenen reklamlarda verilen mesajlar ise olumlu ve bireylerde geleceğe dair umut oluşturacak göstergelerle kullanılmıştır. Reklamların tümünde Türk toplumunu çeşitli unsurlarla yansıtabilecek göstergeler, beraberlik duygusunu vurgulama ve ikna amaçlı kullanılmıştır. Bu gibi olağanüstü ve insanların umut beklediği dönemlerde birlik beraberlik mesajı içeren iletilerin medyada verilmesinin tüm insanlara olumlu şekilde yansıtacağı düşünülmüştür.

Reklamların insanları ikna etme yönü bu gibi sağlık durumlarında ileti olarak ön plana çıkarılabilir. Aynı zamanda devleti, sağlık kurumlarını, sağlık çalışanlarını olumlu yönde destekleyici mesajlar insanların hem hayata dair bağını hem de birbirlerine olan bağını güçlendirmektedir. Geleceği planlayarak, geleceğe dair mutlu olmayı hayal

ederek hayata tutunan bireyler için pandemi ilk bakışta bu mutluluğu çeşitli şekillerde ertelemiştir. Ancak bu gibi kriz dönemlerinde bile fırsatlar ve kendine özgü alanlar oluşturan bireyler bu duygu bağı ile krizin üstesinden gelebilmektedirler. Kurumları temsil eden reklamlar da ticari aracılıktan bu dönemde bir nebze uzaklaşıp insanlara, topluma ve sağlığa katkı sağlayıcı mesajlar vermektedirler.

KAYNAKÇA

- Acet, D. (2013). *Bilinçaltı reklamlar ve bilinçaltı reklamlarda cinsellik öğesinin kullanılması*. (Yayın No. 345455) [Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi].Ulusal Tez Merkezi.
- Afacan, E. ve Avcı, N. (2020). Koronavirüs (Covid-19) örneği üzerinden salgın hastalıklara sosyolojik bir bakış. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7 (5), 1-14.
- Ak, G. (2020). Covid-19'un Klinik, Laboratuvar Ve Radyolojik Özellikleri. *Estüdam Halk Sağlığı Dergisi* 5, 61-69.
- Akgün, A. A., ve Papatya, N. (2018). Televizyon reklam mesajlarında kullanılan görsel estetik unsurlar: televizyonda yayınlanan otomobil reklamları üzerine bir uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23 (2), 509-534.
- Alyakut, Ö., ve Fereli, S. (2019). Gıda reklamlarında kullanılan "Sağlıklı beslenme iletilerinin" değerlendirilmesi. *Selçuk İletişim*, 12 (2), 532-574.
- Aslaner, A, Aydın Aslaner, D. (2020). Gelenekselden dijital Türkiye'de reklamcılık. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (21) , 17-30.
- Anık, C., Kırık, A. M., ve Soncu, A. G. (2017). Sosyal medyanın göstergebilimsel dili: emojiler. *Online Academic Journal Of Information Technology*, 8 (26), 42-54.
- Arslan, İ., ve Karagül, S. (2020). Küresel bir tehdit (covid-19 salgını) ve değişime yolculuk. *Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* (10), 1-36.
- Aydın, İ., ve Torusdağ, G. (2020). *Metindilbilim ve örnek metin çözümlemeleri*. Pegem Akademi Yayıncılık.
- Aydın, O., ve Yegen, C. (2019). Bir seçici talep yaratmayı amaçlayan reklam aracı olarak milliyetçilik. *Selçuk İletişim Dergisi*, 12 (2), 940-968.
- Aydın, N. (2018). Nitel araştırma yöntemleri: Etnoloji. *Uluslararası Beşeri Ve Sosyal Bilimler İnceleme Dergisi*, 2 (2), 60-71.
- Azoulay, E., ve Barnes, N. K. (2020). Covid-19'lu kritik hastaların akrabalarıyla daha iyi bağlantı için 5 noktalı bir strateji. *The Lancet Respiratory Medicine*, 8 (6), 52.
- Batı, Y. (2006). Reklam dilinin biçimbilimsel nitelikleri üzerine bir içerik analizi. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (4) , 149-166.
- Baştürk, E., ve Eken, İ. (2020). Covid-19 sürecinde telekomünikasyon şirketlerinin reklam kampanyaları: evde kal kampanyasının göstergebilimsel analizi. *Uluslararası Halkla İlişkiler Ve Reklam Çalışmaları Dergisi*, 3 (2), 24-55.
- Bayav, D. (2006). *Resimde göstergebilim, çocuk resimlerinin göstergebilimsel çözümlemesi. (İlköğretim 8.Sınıf)* (Yayın No. 191706) [Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi]. Ulusal Tez Merkezi.
- Biol, M. (2018). Bir kültürleşme aracı olarak müziğin ve modanın kullanımı:parfüm markalarının reklamları üzerinden karşılaştırmalı göstergebilimsel bir inceleme. *Global Media Journal Tr Edition*, 9 (17), 1-25.
- Çelebi, T. (2009). *Reha erdem sinemasına göstergebilim açısından bakış: beş vakit filminin göstergebilimsel bağlamda incelenmesi*. (Yayın No. 235075) [Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi]. Ulusal Tez Merkezi.
- Çulha, O. (2011). Gösterge bilim (semiyotik) tekniği kullanılarak kanada fotoğraflarının incelenmesi. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (13), 409-424.
- Dağlı Ayakdaş, D., Büyükbayram, A., ve Arabacı Baysan, L. (2020). Covid-19 tanısı alan hasta ve ailesine psikososyal yaklaşım. *İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 5 (2), 191-195.
- Engin, E. (2013). Fisher'ın anlatı paradigması bağlamında kurum hikayeleri üzerinden kurumsal değerlerin anlamlandırılması: Bir anlatı analizi. (Yayın No. 327864). [Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi].
- Erol, E. G. (2009). "Asmalı konak" dizisi ve filmi üzerine anlatı kuramı açısından bir değerlendirme. *Erciyes İletişim*, 1 (1), 100-114.
- Evecen, G., ve Can, A. (2017). Belgesel filmda anlatı-anlatıcı ilişkisi: "grizzly man" belgesel filmi örneği. *Selçuk İletişim*, 10 (1), 282 - 294.
- Fidan, M. (2018). Nitel araştırmalar ve düşünümSELLİK: Bir kritik analitik düşünme pratiği. *Akademik Platform Eğitim ve Değişim Dergisi*, 1 (2), 23-35.
- Demirci, K. (2016). Reklamlarda emeğin görünmez kılınması:süt ürünleri reklamları üzerinden bir analiz. *Galatasaray University Journal Of Communication* (24), 166-186.
- Demirdöğmez, M., Taş, H. Y., ve Gültekin, N. (2020). Koronavirüs'ün (Covid-19) e-ticarete etkileri. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16 (29), 127-145.

- Dölkeleş, G. (2019). *Sosyal medyadaki reklamların toplumsal cinsiyet bağlamında göstergebilimsel analizi flo ayakkabı reklamları örneği*. (Yayın No. 608517) [Yüksek Lisans Tezi, Yalova Üniversitesi]. Ulusal Tez Merkezi.
- Erdoğan, Gençyürek M. (2020). Covid-19 döneminde e-ticaret ve dijital reklam. *Selçuk İletişim Dergisi*, 13 (3), 1296-1318.
- Erkan, E. (1998). *Reklam, reklamcılık, siyasal reklam ve kampanya oluşumu*. (Yayın No. 176092) [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi]. Ulusal Tez Merkezi.
- Farsa, A. F. (2007). Göstergenin gücü gücün göstergesi imge reklam bildirilerinde göstergebilimsel yaklaşımla durağan imgeleri çözümlmek. *Vii. Uluslararası Görsel Göstergebilim Kongresi*.
- Güven, H. (2020). Covid-19 pandemik krizi sürecinde e-ticarete meydana gelen değişimler. *Avrasya Sosyal Ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (Asead)*, 7 (5), 251-268.
- Güneş, A. (2013). Göstergebilim tarihi. *Humanities Sciences*, 8 (4), 332-348.
- Gümüşgöl, O., ve Aydoğan, R. (2020). Yeni tip koronavirüs-Covid 19 kaynaklı evde geçirilen boş zamanların ev içi rekreatif oyunlar ile değerlendirilmesi. *Spor Eğitim Dergisi*, 4 (1), 107-114.
- Geçit, E. (2011). Televizyon reklamlarında korku kullanımını “sigorta sektörü reklamlarına yönelik bir analiz. (Yayın No. 280364) [Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi]. Ulusal Tez Merkezi.
- Hafizoğlu, N. (2020). *Çağdaş türk resim sanatında kent imgesinin göstergebilim açısından incelenmesi*. (Yayın No. 612967) [Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi]. Ulusal Tez Merkezi.
- Halman, D. (2019). *İstanbul'daki belediyelerin kentsel dönüşüm tanıtım filmlerinin göstergebilimsel analizi*. (Yayın No. 528229) [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi]. Ulusal Tez Merkezi.
- İplikçi, H. G. (2015). Reklamlarda tüketiciyi ikna etmek için kullanılan stratejiler ve reklam örnekleri. *Sosyalve Beşeri Bilimleri Dergisi*, 7 (1), 66-77.
- İletişim Dergisi*, 6 (1), 205-226.
- İnce, F., ve Evcil, F. Y. (2020). Covid-19'un Türkiye'deki ilk üç haftası. *Sdü Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 11 (2), 236-241.
- İnce, N., Daniş, A., Yener, S., Yekenkurul, D., ve Yıldırım, M. (2020). Covid-19 pandemisinde enfeksiyon kontrolü. *Konuralp Tıp Dergisi*, 12 (1), 358-360.
- İplikçi, H. G. (2015). Reklamlarda tüketiciyi ikna etmek için kullanılan stratejiler ve reklam örnekleri. *Sosyal ve Beşeri Bilimleri Dergisi*, 7 (1), 66-77.
- J. Phillips, B., ve Tepe, F. F. (2006). Reklamın savunusunda toplumsal bir perspektif. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (9), 81-94.
- Kalan, Ö. (2016). Yeni medyada reklam ve etik sorunlar. *Atatürk İletişim Dergisi* (10), 71-89.
- Kalkan Uğurlu, Y., Durgun, H., Nemutlu, E., ve Kurd, O. (2020). Covid-19 salgını sırasında bireylerin sosyal el yıkama bilgi ve tutumunun değerlendirilmesi: Türkiye örneği. *Journal Of Contemporary Medicine*, (10), 1-8.
- Kara, E. (2020). Covid-19 pandemisi: işgücü üzerindeki etkileri ve istihdam tedbirleri. *Avrasya Sosyal Ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (Asead)*, 7 (5), 269-282.
- Karataş, Z. (2017). Sosyal bilim araştırmalarında paradigma değişimi: nitel yaklaşımın yükselişi. *Türkiye Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1 (1), 68-86.
- Karpat Aktuğlu, I. (2006). Tüketicinin bilgilendirilmesi sürecinde reklam etiği. *Küresel İletişim Dergisi*, (2), 1-20.
- Kasım, M. (2004). Ürün reklam-tanıtımı açısından gazetelerdeki otomobil reklamlarının incelenmesi (1994 yılı hürriyet, milliyet, sabah gazeteleri örneği). *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3 (2), 137 – 144.
- Kaya, H. (2019). *Reklamlarda kullanılan reklam çekicilikleri üzerine bir değerlendirme*. (Yayın No. 561320) [Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi]. Ulusal Tez Merkezi.
- Koçak, Z, Harmancı, H . (2020). Covid-19 pandemi sürecinde ailede ruh sağlığı. *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (5), 183-207.
- Küçükdoğan, R. (2013). Anlatısal yapı çözümlenmesi ve reklam iletişiminde “anlatı yerlemleri”. *Dilbilim Dergisi*, 30 (2), 5-18.
- Onay, A. (2011). Reklamlarda değerler: 2007 yılı türk televizyon reklamlarının içerik analizi. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 1 (2).
- Öz Pektaş, H. (2017). Tv reklamlarında göstergebilimsel inceleme ve türk hava yolları “hayal edince” reklam filminin çözümlenmesi. *7 (2)*, 226-238.
- Koçyiğit, A. (2017, Ağustos). *Geleneksel reklamcılıktan dijital reklamcılığa geçiş, sosyal medya reklamcılığı ve ortaya çıkan sorunlar*. (Yayın No. 485586) [Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi]. Ulusal Tez Merkezi.
- Özcan, A. (2020). Koronavirüs ve kültürel değişim. *Trt Akademi*, 6 (10), 867-868.
- Özdemirci, F. (2020). Covid-19 ve bilgi yönetimi. *Bilgi Yönetimi Dergisi*, 3 (1), 1-1.
- Özşener, F. (2014). Anlatı çözümlenmelerinde yeni bir terminoloji: sanat eseri ile karşılaşma ve okuma. *Sanat Dergisi* (25), 81 - 92.

- Pala Çalışkan, S., ve Metintaş, S. (2020). Covid-19 pandemisinde sağlık çalışanları. *Estüdam Halk Sağlığı Dergisi*, 5, 156-168.
- Parsa, S. (1999). Televizyon göstergebilimi. *Kurgu Dergisi* (16), 15-28.
- Rifat, M. (2012). *Göstergebilimin abc'si*. Say Yayinevi.
- Samancı, M. (2020). Küresel bir salgın: Covid-19. *Samsun Sağlık Bilimleri Dergisi*, 5 (1), 6-11.
- Sert, N, Ergin, T, Yılmaz, E. (2019). İkna edici iletişimde reklam banka reklam. *Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (5) , 183-207.
- Soysal, G. (2020). Koronavirüs salgını ve yaşlılık. *Avrasya Sosyal Ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (Asead)*, 7 (5), 290-301.
- Sucu, İ. (2020). Yeni dünya düzeninde dönüşümün iletişim ve medyadaki ilk adımları: covid-19 sonun başlangıcında yeni bir dijital çağ. *İnsan Ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (2), 556-566.
- Sağiroğlu, Y. (2012). Duygu paylaşımında davranış göstergesi olan “sarılma-kucaklaşma” eyleminin televizyon reklamlarında kullanımı ve bir çözümleme örneği: “turkcell hayat paylaşınca güzel” reklam filmi. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication* , 2 (1), 30-45.
- Summak, E. M., Aytekin, M., ve Gençoğlu, Ö. (2020). Marka kişiliği oluşturmada kullanılan arketipler: koronavirüs sürecindeki reklamlara yönelik bir içerik analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25 (4), 483-504.
- Şahin Akboğa, Ö. (2020). Yeni tip koronavirüs (Covid-19) salgını. *Ordu Üniversitesi Hemşirelik Çalışmaları Dergisi*, 3 (2), 153-162.
- Şahin, E. (2018). Reklam stratejileri kapsamında hikaye anlatımı kullanımı: sanal marka topluluklarında reklam mesajlarının aktarımı. *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi*, 26 (3), 147-169.
- Şardağı, E., ve Yılmaz, A. (2017). Anlatı Kuramı ve reklamda kullanımı: anlatı analizi. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 4 (2), 88-133.
- Topal, E., ve İspir, N. B. (2019). Reklamda hikaye anlatımının etkiler hiyerarşisi bağlamında incelenmesi. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 6 (17), 144-167.
- Tönbül, Ö. (2020). Koronavirüs (Covid-19) salgını sonrası 20-60 yaş arası bireylerin psikolojik dayanıklılıklarının bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Uluslararası Akademik Psikolojik Danışma Ve Rehberlik Araştırmaları Dergisi*, 2 (2), 159-174.
- Tükel, İ. Begüm (2008) Sosyal pazarlama ve reklam “Dergi reklamlarına yönelik bir analiz. (Yayın No.253648) [Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi].
- Tüzün, H., Demirköse, H., Özkan, S., Dikmen Uğraş, A., ve İlhan, M. N. (2020). Covid-19 pandemisi ve risk iletişimi. *Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 1-8.
- Ulaş, M., ve Yeşil, A. (2020). Batı dijital medyasının türkiye’ye yönelik algı manipülasyonu: koronavirüs haberleri üzerine ampirik bir araştırma. *Erciyes İletişim Dergisi / Journal Of Erciyes Communication*, 7 (2), 939-963.
- Uludağ, Ö. (2020). Koronavirüs enfeksiyonları ve yeni düşman: Covid-19. *Adıyaman Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 6 (1), 118 - 127.
- Uslusoy, B.(2004). Sosyal reklamların halkla ilişkiler uygulamalarındaki önemi. (Yayın No.147186) [Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi].
- Yakın, V., Ay, C., ve Yakın, M. (2014). Reklamlarda kullanılan marka kişilik arketiplerinin göstergebilimsel analizi. *Yönetim Ve Ekonomi Dergisi*, 21 (1), 345-355.
- Yıldırım, E. (2019). Televizyon reklamlarına göstergebilimsel bir yaklaşım: kent şekerleme reklamı. *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, 43, 169-181.
- Yıldız, Ö, Deneçli, C. (2013). Sosyal sorumluluk kampanyalarının içerikli reklamların kullanımı: Bir çözümleme örneği. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 1 (1), 96-110.

COVID-19 PANDEMİ SÜRECİNDE BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR YÜKSEKOKULU ÖĞRENCİLERİNİN EŞ ZAMANLI SANAL SINIF ORTAMLARINI KULLANIM NİYETLERİNİN İNCELENMESİ

Mustafa Enes IŞIKGÖZ

Mardin Artuklu Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu

pdgenes@gmail.com

ÖZET

Bu çalışmanın amacı; Covid-19 pandemi sürecinde beden eğitimi ve spor yüksekokulu öğrencilerinin eş zamanlı sanal sınıf ortamlarını kullanım niyetlerinin incelenmesidir. Araştırma nicel yaklaşımla betimsel nitelikte tarama modelinde desenlenmiştir. Araştırmanın çalışma grubunu, 2020-2021 eğitim öğretim yılı bahar döneminde bir Devlet Üniversitesinin Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulunda öğrenim gören ve araştırmaya gönüllü olarak katılan 193 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmanın verileri; “Kişisel Bilgi Formu” ve öğrencilerin eş zamanlı sanal sınıf ortamlarını kullanım niyetlerini tespit etmek amacıyla “Eş Zamanlı Sanal Sınıf Kabul Ölçeği” ile toplanmıştır. Çalışma sonucunda; öğrencilerin eş zamanlı sanal sınıf ortamlarını kullanım niyetlerinin genel olarak olumlu olduğu ve bu niyetlerinin “Öznel Norm” ve “Öz-yeterlilik” alt boyutlarında daha yüksek, “Kullanım Kolaylığı Algısı” alt boyutunda ise daha düşük çıktığı görülmüştür. Öğrencilerin cinsiyet ve öğrenim gördükleri bölüm değişkenlerine göre eş zamanlı sanal sınıf ortamlarını kullanım niyetlerinin anlamlı olarak değişmediği, öğrenim gördükleri sınıf değişkenine göre anlamlı olarak değiştiği; birinci sınıfta öğrenim gören öğrencilerin diğer sınıflarda öğrenim gören öğrencilere göre eş zamanlı sanal sınıf ortamlarını kullanım niyetleri daha olumlu çıkmıştır. Ayrıca kişisel bilgisayarı ve internet bağlantılı akıllı telefonu olan öğrenciler ile dizüstü bilgisayarla derslere evinden erişen öğrencilerin eş zamanlı sanal sınıf ortamlarını kullanım niyetlerinin diğer gruplara göre daha olumlu düzeyde olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Beden eğitimi ve spor, öğrenci, eş zamanlı sanal sınıf, kullanım niyeti.

AN ANALYSIS OF THE INTENTION OF STUDENTS STUDYING AT PHYSICAL EDUCATION AND SPORTS SCHOOL TO USE SYNCHRONOUS VIRTUAL CLASSROOM ENVIRONMENTS DURING THE COVID-19 PANDEMIC PERIOD

ABSTRACT

This study aims to analyze the intention of students studying at physical education and sports school to use synchronous virtual classroom environments during the Covid-19 pandemic period. The research was designed in a descriptive survey model with a quantitative approach. The study group of the research consists of 193 voluntary students studying at School of Physical Education and Sports in a State University in the spring semester of the 2020-2021 academic year. The data of the research were collected with the "Personal Information Form" and the "Synchronous Virtual Classroom Acceptance Scale" in order to determine the students' intention to use synchronous virtual classroom environments. It has been determined following the study that the intention of students to use synchronous virtual classroom environments is generally positive and these intentions are at higher level in the "Subjective Norm" and "Self-efficacy" sub-dimensions, and lower in the "Perceived Ease of Use" sub-dimension. We have found that the students' intention to use synchronous virtual classroom environments does not change significantly according to the variables of gender and the department they study, but changed significantly according to the variable of the class they studied while the students studying in the first year have more positive intentions to use the synchronous virtual classroom environments than the students studying in other classes. In addition, it has been concluded that the intention of using the synchronous virtual classroom environments of the students who have a personal computer and an internet-connected smart phone and the students who access the lessons from their home with a laptop computer is more positive than the other groups.

Keywords: Physical education and sports, student, synchronous virtual classroom, usage intention

GİRİŞ

Çin'in Vuhan kentinde 31 Aralık 2019 tarihinde ortaya çıkan ve hızlı bulaşma özelliği gösteren SARS-Coronavirus-2 etkenine bağlı Covid-19 salgını başta Avrupa ülkeleri olmak üzere tüm dünyayı etkisi altına almıştır. Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) tarafından pandemi ilan edildiği dönem ile eş zamanlı olarak, ülkemizde 11 Mart 2020'de ilk vaka bildirilmiş ve Sağlık Bakanlığı tarafından kamuoyuna açıklanmıştır (İskit ve ark., 2021). Tüm dünyada olduğu gibi salgının hızını azaltıcı yönünde Türkiye'de de çeşitli önlemler alınmış ve uygulanmaya konmuştur. Bu önlemlerden biri de her kademedeki eğitim kurumlarında, ilgili sağlık kurullarının önerisi ve yetkili kamu otoritelerinin kararı ile uzun süre örgün eğitime ara verilerek çevrimiçi (online) şeklinde uzaktan eğitime geçilmesidir. Covid-19 salgınında sosyal mesafe yaratılarak bulaşıcılığın önlenmesine yönelik tüm düzenlemelerin yanında, eğitim alanında bunu sağlayabilecek en iyi uygulamanın uzaktan eğitim ortamı olduğu, bilhassa viral

dağılımı yoğun yaşayan tüm ülkelerde kabul görmüş ve eğitim konusunda yöneticiler ve uzmanlar tarafından da en fazla tercih edilen kanal haline dönüşmüştür. Nitekim dünya genelinde uzaktan eğitim, özellikle Covid-19 hastalık riski nedeniyle başta üniversiteler ve K-12 düzeyinde okullar olmak üzere hemen her kurumda artık alternatif bir eğitim sistemi olarak kullanılmaya başlanmıştır (Yamamoto ve Altun, 2020).

Türkiye’de tüm temel ve orta öğretim kademelerinde olduğu gibi 16 Mart 2020 tarihi itibarıyla Yüksek Öğretim Kurulu (YÖK) kararı ile üniversitelerde üç hafta süre ile uzaktan eğitime geçilmiş (YÖK, 2020a), salgının artan seyri üzerine 26 Mart 2020 tarihinde alınan yeni bir karar ile 2019-2020 eğitim-öğretim yılı bahar dönemi eğitim öğretim sürecinin sadece uzaktan eğitim, açık öğretim ve dijital öğretim imkânları ile sürdürüleceği kararlaştırılmıştır (YÖK, 2020b). 2020-2021 eğitim-öğretim yılı için ise YÖK (2000c) yeni bir karar alarak; üniversitelerin eğitim öğretim takvimlerini 1 Ekim 2020 tarihi sonrasında başlayacak şekilde planlamalarını, “kampüslerdeki öğrencilerin seyreltilmesi, hareketliliğin azaltılması” için üniversitelerin karar alma süreçlerine geniş imkân tanınarak, fakülte ve program bazında farklı uygulamalar yapabilmelerinin önünü açmıştır. Bu noktada salgının bölgesel ve yerel seyrine göre farklı programlar için yapılacak olan uygulamalara yönelik hususlarda üniversitelerin ilgili kurullarının karar vermesi istenmiştir. Bu karar üzerine üniversitelerin hemen hemen tamamında uzaktan eğitim sistemine geçilerek, 2020-2021 eğitim-öğretim yılının tamamlandığı görülmektedir. Salgın sürecinin başlamasıyla birlikte; 23 Mart 2020 tarihi itibarı ile devlet üniversitelerinin %72,6’sının, vakıf üniversitelerinin %60,6’sının uzaktan eğitime geçtiği, 31 Mart-6 Nisan 2021 tarihi itibarıyla ise devlet üniversitelerinin %27,5’i ile vakıf üniversitelerinin %39,5’inin kademeli şekilde tamamen uzaktan eğitime başladığı görülmüştür (YÖK Uzaktan Öğretim Anketi, 2020). Üniversitelerin uzaktan öğretim uygulamaları incelendiğinde hem devlet hem de vakıf üniversitelerinin %99’dan fazlasının teorik olarak verilen dersleri uzaktan öğretime taşıdığı görülmektedir. Teorik dersler ile birlikte, uygulamalı derslerin teorik kısımlarının da uzaktan öğretim yapılarak işlenmesi kararı devlet ve vakıf üniversitelerinin yaklaşık %88’i tarafından onaylanmıştır (YÖK Uzaktan Öğretim Anketi, 2020).

Uzaktan eğitim; öğrenen ile öğrenenin aynı ortamlarda bulunmak zorunda olmadığı, eğitim-öğretim faaliyetlerinin bilgi ve iletişim teknolojileri aracılığıyla yürütülen bir eğitim sistemi olarak tanımlanmaktadır (İşman, 2011). Uzaktan eğitim, senkron ve asenkron şeklinde yürütülebilmektedir. Öğrenci ve öğretmenin farklı mekanlarda birbirleriyle aynı zamanda çift taraflı etkileşimde bulunduğu eğitim ortamı senkron (eş zamanlı), öğrenci ve öğretmen arasında aynı anda iletişimin olmadığı, yer ve zamandan bağımsız olarak ders için gerekli olan materyallerin web ortamında öğrenci ile paylaşıldığı eğitim ortamı ise asenkron (eş zamansız) olarak tanımlanmaktadır (Yorgancı, 2015). Üniversiteler uzaktan eğitim sürecinde, kapasite ve teknolojik alt yapılarına göre çeşitli öğretim yönetim sistemlerini (Adobe Connect, Akademik LMS, Google Meet, Microsoft Teams, Perculus, Zoom vb.) kullanarak çevrimiçi (online) öğrenme veya kısaca e-öğrenme faaliyetlerini gerçekleştirmektedirler. E-öğrenmeyi; elektronik ortamda uygun olunan zamana göre (senkron ve/veya asenkron) farklı teknolojiler kullanılarak sunulan öğrenme türü olarak tanımlanmayabiliriz (Yamamoto ve ark., 2010). Senkron ve/veya asenkron şeklinde sanal ortamda yürütülen e-öğrenmeyi kuşkusuz etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Eğitim-öğretim hizmetlerinin temel girdisi olan öğrencilerin çevrimiçi öğretime yönelik sahip oldukları teknolojik donanımları, teknolojiyi kullanıma becerileri, çevrimiçi öğrenmeye yönelik algıları, beklentileri, tutumları gibi unsurları bu faktörler arasında sayabiliriz. Uzaktan eğitim sürecinde yürütülen derslere ilişkin öğrencilerin; gerekli teknolojik donanıma, beceriye, farkındalığa, yeniliğe ve gelişime sahip olmalarının çevrimiçi öğrenmede anlam ifade etmesi büyük ölçüde bu teknolojik sistemleri kabullenme ve kullanım niyetlerine, kısaca teknolojiyi benimsemelerine bağlıdır.

Literatürde bireylerin teknolojiyi kabullenme ve kullanım niyetlerini açıklamak amacıyla birçok model üretilmiştir. Bu modellerden en yaygın kullanılanı, Davis (1985)’in teknoloji kullanıcılarının davranışlarını açıklamak ve tahmin etmek amacıyla geliştirilmiş olduğu “Teknoloji Kabul Modeli (TKM)” dir. Bu modele göre bilgi sistemine karşı kullanıcıların geliştirdiği davranışlar, sisteme ilişkin algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan faydadan etkilendiği öngörülmektedir. Modelde; dışsal değişkenler, algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı, kullanıma yönelik tutum, davranışsal kullanım niyeti ve gerçekleşen kullanım olmak üzere altı faktör arasındaki nedensel ilişkilere dayanılarak kullanıcıların bilgi teknolojilerine yönelik eylemleri açıklanmaya çalışılmaktadır. Modelde yeni bilgi teknolojisinin benimsenip kullanılmasının belirleyicisinin niyet olduğu ve iki davranışsal inanış olan “yarar algısı” ve “kullanım kolaylığı” algısının bu niyet üzerinde etkili olduğunu öne sürmektedir. Sırasıyla süreç beklentisi ve sonuç beklentisine karşılık gelen “yarar algısı” ve “kullanım kolaylığı algısı” niyetin, teknolojilerin gerçek kullanımına ilişkin yolunu göstermektedir (Çakır ve Arslan, 2020). Alan yazın incelendiğinde Covid-19 pandemi sürecinde üniversite öğrencilerinin uzaktan eğitimde e-öğrenme ortamlarında teknoloji kullanımının çeşitli boyutlardan incelendiği (Adeyemi ve Isaa, 2020; Atasoy ve ark., 2020; Dhawan, 2020; He ve ark., 2021; Kahya, 2021; Karatepe ve ark., 2020; Keskin ve Özer, 2020; Korkmaz ve Toraman, 2020; Latorre-Coscolluela ve ark., 2021; Papouli ve ark., 2020; Sarıtaş ve Barutçu, 2020; Vargo ve ark., 2021) ulusal ve uluslararası düzeyde araştırmaların raporlandığı görülmektedir. Yine pandemi sürecinde beden eğitimi ve spor bilimleri öğrencilerinin uzaktan eğitime ilişkin tutumlarının (Aktaş ve ark., 2020; Ekiz, 2020) incelendiği bazı çalışmalar olduğu görülmüştür. Ancak Covid-19 pandemi sürecinde beden eğitimi ve spor bilimleri alanında öğrenim gören öğrencilerin eş zamanlı sanal sınıf ortamlarını kullanım niyetlerinin incelendiği bir çalışmaya

rastlanılmamıştır. Bu kapsamda bu çalışmanın Covid-19 pandemi dönemine ilişkin olarak ilgili yazına katkı sağlayacağı öngörülmektedir. Bu çalışmanın amacı; Covid-19 pandemi sürecinde beden eğitimi ve spor yüksekokulu öğrencilerinin eş zamanlı sanal sınıf ortamlarını kullanım niyetlerinin incelenmesidir.

Yöntem

Covid-19 pandemi sürecinde beden eğitimi ve spor yüksekokulu öğrencilerinin eş zamanlı sanal sınıf ortamlarını kullanım niyetlerinin incelendiği bu araştırma nicel yaklaşımla betimsel nitelikte tarama modelinde desenlenmiştir. Araştırmanın çalışma grubunu, 2020-2021 eğitim öğretim yılı bahar döneminde bir Devlet Üniversitesinin Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulunda öğrenim gören ve çalışmaya gönüllü olarak katılan 193 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmanın verileri “Kişisel Bilgi Formu” ile öğrencilerin eş zamanlı sanal sınıf ortamlarını kullanım niyetlerini tespit etmek amacıyla “Eş Zamanlı Sanal Sınıf Kabul Ölçeği” kullanılmıştır. Kang ve Shin (2015) tarafından geliştirilen ve Bulutlu (2018) tarafından Türkçe ’ye uyarlanan “Eş Zamanlı Sanal Sınıf Kabul Ölçeği” toplam 24 madde ve “Öz-Yeterlilik (ÖY-3 madde), Yapılandırılmış Ders İçeriği (YDİ-3 madde), Özel Norm (ÖN-3 madde), Sistem Erişilebilirlik (SE-4 madde), Yarar Algısı (YA-4 madde), Kullanım Kolaylığı (KKA-4 madde) ve Davranışsal Niyet (DN-4 madde)” olmak üzere toplam 7 alt boyuttan oluşmaktadır. Yine ölçekle birlikte Kang ve Shin (2015) tarafından geliştirilen ve Bulutlu (2018) tarafından Türkçe ’ye uyarlanan “Kişisel Bilgi Formu” nda; öğrencilerin yaş, cinsiyet, bölüm, sahip oldukları cihazlar ve eş zamanlı sanal sınıflara erişim sağladıkları yer bilgileri ile ilgili 7 demografik soru yer almaktadır.

Bulutlu (2018) tarafından açılımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizine tabi tutulan ölçeğin Cronbach’s alfa güvenirlik katsayıları alt boyutlarda 0.76 ile 0.86 arasında bulunmuştur. Mevcut çalışmada da ölçeğin faktör yapısı korunarak hesaplanan Cronbach’s alfa güvenirlik katsayıları alt boyutlar itibarı ile 0.75 ile 0.92 arasında, ölçeğin tümü için ise 0.95 olarak bulunmuştur. Ölçekte tersine madde olmayıp ölçek maddeleri “Hiç Katılmıyorum”, “Kısmen Katılmıyorum”, “Emin Değilim”, “Kısmen Katılıyorum” ve “Tamamen Katılıyorum” şeklinde 5’li Likert tipli olarak derecelendirilmiştir. Araştırmadan elde edilen veriler SPSS-22 istatistik paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Gruplar arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını ölçmek için bağımsız örneklem t-testi (Independent Sample t-Test) ve tek yönlü varyans analizi (One-Way ANOVA) kullanılmıştır. ANOVA sonucu belirlenen anlamlı farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla Bonferroni testinden yararlanılmıştır.

Bulgular

Tablo 1. Öğrencilerin demografik özelliklerinin dağılımı

Demografik Değişken	Grup	n	%
Cinsiyet	Erkek	90	46,6
	Kadın	103	53,4
Bölüm	Beden Eğitimi ve Spor	64	33,2
	Antrenörlük Eğitimi	69	35,8
	Spor Yöneticiliği	60	31,1
Sınıf	1.Sınıf	57	29,5
	2.Sınıf	63	32,6
	3.Sınıf	41	21,2
	4.Sınıf	32	16,6
Kişisel Bilgisayar	Var	51	26,4
	Yok	142	73,6
İnternet Bağlantısı Olan Akıllı Telefon	Evet	183	94,8
	Hayır	10	5,2
E-Öğrenme Ortamındaki Derslere Erişimde Kullanılan Cihaz	Dizüstü Bilgisayar	51	26,4
	Akıllı Telefon	142	73,6
E-Öğrenme Ortamındaki Derslere Erişim Yeri	Ev	163	84,5
	Diğer	30	15,5

Tablo 1’e göre; araştırmaya katılan öğrencilerin 90’ ı (%46,6) erkek, 103’ü (%53,4) kadındır. Öğrencilerin 64’ü (%33,2) Beden Eğitimi ve Spor, 69’u (%35,8) Antrenörlük Eğitimi, 60’ı (%31,1) Spor Yöneticiliği bölümünde öğrenim görmektedir. Öğrencilerin 57’si (%29,5) 1.sınıf, 63’ü (%32,6) 2.sınıf, 41’i (%21,2) 3.sınıf, 32’si (%16,6) 4.sınıf öğrencisidir. Öğrencilerin 51’i (%26,4) kişisel bilgisayarlarının olduğunu, 142’si (%73,6) ise kişisel bilgisayarlarının olmadığını, yine öğrencilerin 183’ü (%94,8) internet bağlantısı olan akıllı telefona sahip olduklarını, 10’u (%5,2) ise internet bağlantısı olan herhangi bir akıllı telefona sahip olmadıklarını ifade etmişlerdir. Öğrencilerin 51’i (%26,4) e-öğrenme ortamındaki derslere erişimde dizüstü bilgisayar, 142’si (%73,6) ise akıllı telefonlarını kullandıklarını, yine öğrencilerin 163’ü (%84,5) e-öğrenme ortamındaki derslere evlerinden, 30’u (%15,5) ise diğer yerlerden eriştiklerini belirtmişlerdir.

Tablo 2. Öğrencilerin eş zamanlı sanal sınıf ortamlarını kullanım niyetlerinin betimsel istatistik sonuçları

	Ort.	SS	Çarpıklık	Basıklık	Min.	Max.
Öz-yeterlilik (ÖY)						
Yapılandırılmış Ders İçeriği (YDİ)	9,77	3,48	-0,48	-0,76	3,00	15,00
Öznel Norm (ÖN)	10,83	3,58	-0,86	-0,28	3,00	15,00
Sistem Erişilebilirliği (SE)	12,70	4,94	-0,29	-1,06	4,00	20,00
Yarar Algısı (YA)	12,30	5,30	-0,32	-1,14	4,00	20,00
Kullanım Kolaylığı Algısı (KKA)	12,14	4,82	-0,19	-1,00	4,00	20,00
Davranışsal Niyet (DN)	7,88	4,04	0,26	-1,28	3,00	15,00
Ölçek Genel Ortalaması	75,66	24,23	-0,33	-0,73	24,00	120,00

Tablo 2'ye göre; ölçekten alınabilecek en düşük ve en yüksek puan ortalamaları göz önüne alındığında, öğrencilerin eş zamanlı sanal sınıf ortamlarını kullanım niyetlerinin genel olarak olumlu ($75,66 \pm 24,23$) olduğu görülmektedir. Ölçek alt boyutlarına göre ise “Öznel Norm ($10,83 \pm 3,58$) ve “Öz-yeterlilik ($10,04 \pm 3,17$)” alt boyutlarında öğrencilerin eş zamanlı sanal sınıf kullanım niyetlerinin yüksek, “Kullanım Kolaylığı Algısı” ($12,14 \pm 4,82$) alt boyutunda öğrencilerin eş zamanlı sanal sınıf ortamlarını kullanım niyetlerinin düşük düzeyde olduğu kaldığı görülmektedir. Ayrıca tablo 2 incelendiğinde tüm alt boyutlarda verilerin çarpıklık ve basıklık değerlerinin $\pm 1,5$ arasında kaldığı, bu nedenle ölçekten elde edilen verilerin normal dağılım gösterdiği varsayılmaktadır (Tabachnick ve Fidell, 2013).

Tablo 3. Öğrencilerin eş zamanlı sanal sınıf ortamlarını kullanım niyetlerinin demografik değişkenlerine göre değerlendirilmesi

Demografik Değişken	Grup	Eş Zamanlı Sanal Sınıf Ortamlarını Kullanım Niyeti (n=193)		
		n	Ort \pm SS	Test değeri, p
Cinsiyet	Erkek	90	74,38 \pm 24,47	t: -0,682
	Kadın	103	76,77 \pm 24,086	^a p: 0,49 > 0,05
Bölüm	Beden Eğt. ve Spor	64	77,06 \pm 25,27	F: 0,406
	Antrenörlük Eğitimi	69	73,56 \pm 24,33	^b p: 0,66 > 0,05
	Spor Yöneticiliği	60	76,58 \pm 23,21	
Sınıf	1.Sınıf ^d	57	82,59 \pm 23,67	F: 3,344
	2.Sınıf ^e	63	69,15 \pm 25,18	^b p: 0,02 < 0,05
	3.Sınıf ^f	41	74,14 \pm 24,38	^c p < 0,01
	4.Sınıf ^d	32	78,06 \pm 20,13	Fark 1 > 2
Kişisel Bilgisayar	Var	51	86,49 \pm 22,03	t: 3,851
	Yok	142	71,77 \pm 23,87	^a p: 0,00 < 0,05
İnternet Bağlantısı Olan Akıllı Telefon	Evet	183	77,24 \pm 23,48	t: 4,017
	Hayır	10	46,80 \pm 19,98	^a p: 0,00 < 0,05
E-Öğrenme Ort. Derslere Erişimde Kullanılan Cihaz	Dizüstü Bilgisayar	51	88,01 \pm 17,50	t: 5,222
	Akıllı Telefon	142	71,22 \pm 24,82	^a p: 0,00 < 0,05
E-Öğrenme Ortamındaki Derslere Erişim Yeri	Ev	163	77,19 \pm 22,94	t: 2,066
	Diğer	30	67,33 \pm 29,38	^a p: 0,04 < 0,05

^aStudent t-Test; ^bOneway ANOVA Test; ^cPost Hoc: Bonferroni Test,

Tablo 3 incelendiğinde; öğrencilerin cinsiyet ($t_{(191)} = -0,682$; $p > 0,05$) ve öğrenim gördükleri bölüm ($F_{(2, 190)} = 0,406$; $p > 0,05$) değişkenlerine göre eş zamanlı sanal sınıf ortamlarını kullanım niyetlerinin anlamlı olarak değişmediği görülmektedir. Diğer demografik değişkenlere göre ise öğrencilerin sınıf ($F_{(3, 189)} = 3,344$; $p < 0,05$) değişkeninde sanal sınıf ortamlarını kullanım niyetlerinin anlamlı olarak farklılaştığı saptanmıştır. Farklılaşmanın hangi gruplar arasında olduğunu anlamak için Bonferroni düzeltmesi kullanılarak uygulanan Post Hoc analizleri sonucunda 1.sınıfta öğrenim gören öğrencilerinin sanal sınıf ortamlarını kullanım niyetlerinin, 2.sınıfta öğrenim gören öğrencilere göre daha olumlu çıktığı görülmüştür ($p < 0,01$). Yine tablo 3 incelendiğinde; öğrencilerin sanal sınıf ortamlarını kullanım niyetlerinin kişisel bilgisayarlarının olup olmadığı ($t_{(191)} = 3,851$; $p < 0,05$) değişkenine göre kişisel bilgisayara sahip öğrencilerin lehine, internet bağlantılı akıllı telefona sahip olma ($t_{(191)} = 4,017$; $p < 0,05$) değişkenine göre internet bağlantılı akıllı telefonu olan öğrencilerin lehine, derslere eriştikleri cihaz türü ($t_{(191)} = 5,222$; $p < 0,05$) değişkenine göre dizüstü bilgisayarla derslere erişen öğrencilerin lehine ve derslere erişim sağladıkları yer ($t_{(191)} = 2,066$; $p < 0,05$) değişkenine göre ise evde sanal sınıf derslerine erişen öğrencilerin lehine anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmektedir.

Sonuç

Covid-19 pandemi sürecinde beden eğitimi ve spor yüksekokulu öğrencilerinin eş zamanlı sanal sınıf ortamlarını kullanım niyetlerinin incelendiği bu çalışmada; öğrencilerin eş zamanlı sanal sınıf ortamlarını kullanım niyetlerinin genel olarak olumlu olduğu, “Öznel Norm” ve “Öz-yeterlilik” alt boyutlarında öğrencilerin eş zamanlı sanal sınıf kullanım niyet düzeylerinin daha yüksek, “Kullanım Kolaylığı Algısı” alt boyutunda ise daha düşük düzeyde kaldığı sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada ulaşılan bir diğer sonuç ise öğrencilerin cinsiyet ve öğrenim gördükleri bölüm değişkenlerine göre eş zamanlı sanal sınıf ortamlarını kullanım niyetlerinin anlamlı olarak değişmemesidir. Diğer demografik değişkenlere göre ise, birinci sınıfta öğrenim gören öğrencilerin diğer sınıflarda öğrenim gören öğrencelere göre eş zamanlı sanal sınıf ortamlarını kullanım niyetlerinin daha olumlu çıkmasıdır. Ayrıca kişisel bilgisayarı ve internet bağlantılı akıllı telefonu olan öğrenciler ile dizüstü bilgisayarla derslere evinden erişen öğrencilerin eş zamanlı sanal sınıf ortamlarını kullanım niyetlerinin diğer gruplara göre daha olumlu düzeyde olduğu sonucuna varılmıştır. Alan yazın tarandığında Covid-19 salgınının farklı boyutları ile eğitim ve öğretim faaliyetleri üzerindeki etki ve sonuçlarının incelendiği birçok çalışmanın olduğu, ancak beden eğitimi ve spor programında öğrenim gören üniversite öğrencilerinin eş zamanlı sanal sınıf ortamlarını kullanım niyetlerini belirlemeye yönelik benzer çalışmaların olmadığı görülmektedir. Bu noktada bu çalışmanın sonuçları da, Covid-19 salgını sürecinde alanda yapılan yakın araştırmaların sonuçları ışığında irdelenmiştir.

Bu çalışmada kullanılan veri toplama aracını Türkçeye uyarlayan Bulutlu (2018) araştırmasında; üniversite öğrencilerinin öznel norm düzeylerinin yarar algıları ve kullanım kolaylığı algıları üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisinin olduğunu, buna göre öğrencilerin öznel norm düzeyleri arttıkça yarar algıları ve kullanım kolaylığı algı düzeylerinin de arttığını ifade etmektedir. Sarıtaş ve Barutçu (2020), öğretimde dijital dönüşüm ve öğrencilerin çevrimiçi öğrenmeye hazır bulunuşluklarını inceledikleri çalışmalarında, genel olarak öğrencilerin çevrimiçi öğretime ilişkin hazır bulunuşluklarını olumlu olarak değerlendirmişlerdir. Ayrıca öğrencilerin çevrimiçi öğrenme konusunda kendini yönetebilme becerileri, motivasyonları, iletişim becerileri ve bilgisayar/internet kullanma öz yeterliliklerini çevrimiçi öğrenim faaliyetleri için yeterli bulduklarını, fakat çevrimiçi öğrenme sürecinde kontrol mekanizmasına ihtiyaç duyduklarını tespit etmişlerdir. Çetin ve ark. (2021) beden eğitimi ve spor öğretmenleri perspektifinden Covid-19 pandemi sürecinde uzaktan eğitimi nitel bir yaklaşımla ele aldıkları çalışmalarında, bazı katılımcıların uzaktan eğitim avantajları kapsamında; eğitimde 21.yüzyıl ve BİT kullanım becerilerinin geliştiği, öğrencilerin araştırma yapma deneyimlerini sağladığı ve bireysel öğretime olanak sunduğu yönünde sonuçlara ulaşmışlardır. Benzer şekilde Serçemeli ve Kurnaz (2020), öğrencilerin uzaktan eğitim sistemini anlama ve kullanmada, ödevlerini yüklemeye ve internet kaynaklarını araştırmada öz yeterliliklerinin yeterli olduğunu, Altuntaş ve ark. (2020) ise, pandemi sürecinde üniversitede çevrimiçi ortamda verilen uzaktan eğitimin, teknik olarak öğrencilerin yeteneklerini geliştirdiği için faydalı bulduklarını ifade etmişlerdir. Turan ve Gürol (2020) ise, öğrencilerin çevrim içi eğitimin öğrenmelerinde esneklik sağladığını, kaydedilen ders videolarını sistem üzerinden tekrar izleyebilme imkânının ve zaman yönetimi açısından çok iyi olduğu yönünde düşündüklerini belirlemişlerdir. Öğrencilerin; sanal sınıf, çevrimiçi öğrenme vb. dijital ortamları kullanma isteklerine ilişkin algı ve niyetlerinin olumlu olması, büyük ölçüde çalışma bulgularımızla örtüşmektedir.

Araştırmamızda cinsiyete göre öğrencilerin eş zamanlı sanal sınıf ortamlarını kullanım niyetlerinin değişmediği görülmüştür. Bu çalışmada kullanılan ölçekleri veri toplayan Çakır ve Arslan (2020), bir grup uzaktan eğitim üniversite öğrencilerinin eş zamanlı sanal sınıf ortamlarını kullanım niyetleri ile uzaktan eğitime ilişkin tutumlarını inceledikleri çalışmalarında; öğrencilerin eş zamanlı sanal sınıf ortamlarını kullanım niyetlerinin genel olarak olumlu olduğunu, “öznel norm” alt boyut puan ortalamalarının daha yüksek çıktığını ve cinsiyete göre öğrencilerin eş zamanlı sanal sınıf ortamlarını kullanım niyetlerinin istatistiki olarak farklılaşmadığını tespit etmişlerdir. Yılmaz (2020), pandemi sürecinde Google classroom uzaktan eğitim sisteminin entegrasyonu ve öğrenci memnuniyet düzeylerini inceledikleri araştırmasında; öğrencilerin memnuniyet düzeylerinin cinsiyete göre farklılık göstermediğini tespit etmiştir. Araştırmaların bu bulguları, çalışma bulgularımızla büyük oranda paralellik göstermektedir. Araştırmamızda ulaştığımız bir başka sonuç, öğrencilerin okudukları bölüme göre eş zamanlı sanal sınıf ortamlarını kullanım niyetlerinin değişmemesidir. Tüm bölümlere aynı özel yetenek sınavı ile öğrenci alınması, tüm bölümler için öğrenci profillerinin hemen hemen homojen bir yapı göstermesi ve tüm bölümlerde aynı anda çevrimiçi (online) uzaktan eğitime geçilmesinin bu sonuca yol açtığı söylenebilir. Ancak çalışmada birinci sınıfta öğrenim gören öğrencilerin diğer sınıflarda öğrenim gören öğrencelere göre eş zamanlı sanal sınıf ortamlarını kullanım niyetleri daha olumlu çıkmıştır. Birinci sınıf öğrencilerinin pandemi nedeniyle eğitim-öğretime çevrimiçi sanal sınıf ortamlarında başlamaları ve henüz üniversite örgün öğretimi ile tanışmamış olmalarının bu sonuca yol açtığı düşünülmektedir. Nitekim Sarıtaş ve Barutçu (2020) araştırmalarında, öğrencilerin çevrimiçi öğrenim faaliyetlerine hazır bulunuşluluğu ile pandemi dönemi çevrimiçi öğretim faaliyetlerine yönelik tutumları arasında anlamlı bir ilişki saptayarak, öğrencilerin çevrimiçi öğrenim faaliyetlerine hazır bulunuşluluğu beklenmeyen bir anda gerçekleşen pandemi nedeniyle zorunlu çevrimiçi öğrenim uygulamalarına yönelik tutumu da olumlu olarak karşılamasına etkide bulunduğunu ifade etmektedirler.

Araştırmamızda kişisel bilgisayarı ve internet bağlantılı akıllı telefonu olan öğrenciler ile dizüstü bilgisayarla derslere evinden erişen öğrencilerin eş zamanlı sanal sınıf ortamlarını kullanım niyetleri, araştırmanın beklenen bir sonucu olarak daha olumlu düzeyde çıkmıştır. Gerekli teknik donanım ve sistem alt yapısına sahip öğrencilerin

bu noktada tutumlarının olumlu çıkması beklenmektedir. Karatepe ve ark. (2020) araştırmalarında, öğretmen adaylarının büyük çoğunluğunun senkron eğitime katılmak için yeterli bilişsel cihazlara ve internete erişim sağlayabildiklerini, öğretmen adaylarının cep telefonlarından sonra en çok kullandığı iletişim aracının dizüstü bilgisayar olduğu, masaüstü bilgisayarlar ve tablet bilgisayarların ise en az kullanılan bilişsel iletişim araçları olduğunu belirlemişlerdir. Serçemeli ve Kurnaz (2020), öğrencilerin büyük çoğunluğunun (%75) Çevrimiçi (online)/uzaktan eğitim derslerine, kendi akıllı telefonları ile katıldıklarını, Yılmaz (2020), öğrencilerin uzaktan eğitim sistemine erişebilen cihazlarının olması durumunun öğrencilerin memnuniyet düzeylerini etkilediğini, ayrıca internete erişebilen cihazı olan öğrencilerin memnuniyet puan ortalamalarının anlamlı olarak yükseldiğini saptamışlardır. Nitekim pandemi sürecine ilişkin YÖK'ün yürütmüş olduğu uzaktan öğretim anketine göre; öğrencilerin %83'ünün uzaktan eğitime erişimi sağlayan elektronik cihazlarının bulunduğunu, yine öğrencilerin % 97'sinin internet erişimlerinin yeterli olduğunu bildirmişlerdir (YÖK Uzaktan Öğretim Anketi, 2020). Türkiye'de öğrenci kitlesinin büyük bir kısmının çevrimiçi eğitime adapte olacağı öngörülmektedir. X,Y ve Z nesillerinin teknoloji uyum ve adaptasyonları genç nüfusa sahip olan ülkemizin bu geçişteki en önemli avantajı olarak görülmektedir (Yamamoto ve Altun, 2020). Sonuç olarak; beden eğitimi ve spor yüksekokulu öğrencilerinin eş zamanlı sanal sınıf ortamlarını kullanım niyetlerinin olumlu yönde olduğu, öğrencilerin büyük çoğunluğunun eş zamanlı sanal sınıf derslerine katılmak için yeterli bilişsel cihazlara ve internet alt yapısına sahip oldukları görülmüştür. Araştırmanın sonuçları sadece bir Devlet Üniversitesinin Beden Eğitimi ev Spor Yüksekokulunda öğrenim gören öğrencilerin görüşleri ile sınırlı olduğundan, araştırmanın geniş bir örneklem grubu üzerinde yürütülmesi, nicel yaklaşımların yanı sıra, daha derinlemesine sonuçlar elde etmek için araştırmanın nitel yaklaşımla da ele alınması önerilmektedir.

KAYNAKLAR

Adeyemi, I.O. and Issa, A.O. (2020). Integrating information system success model (ISSM) and technology acceptance model (TAM): Proposing Students' Satisfaction with University Web Portal Model. *Record and Library Journal*, 6(1), 69-79.

Aktaş, Ö., Büyükaş, B., Gülle, M. ve Yıldız, M. (2020). Covid-19 virüsünden kaynaklanan izolasyon günlerinde spor bilimleri öğrencilerinin uzaktan eğitime karşı tutumları. *Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 1(1), 1-9.

Altuntaş, Y.E., Başaran, M., Özeke, B. ve Yılmaz, H. (2020). Covid-19 pandemisi sürecinde üniversite öğrencilerinin yükseköğretim kurumlarının uzaktan eğitime yönelik stratejilerine ve öğrenme deneyimlerine ilişkin algı düzeyleri. *Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 8-23.

Atasoy, R., Özden, C. ve Kara, D.N. (2020). Covid-19 pandemi sürecinde yapılan E-ders uygulamalarının etkililiğinin öğrencilerin perspektifinden değerlendirilmesi. *Electronic Turkish Studies*, 15(6), 95-122

Bulut, E. (2021). Üniversite öğrencilerinin salgın dönemi uzaktan eğitim deneyimleri: Ordu Üniversitesi sosyoloji bölümü ve BESYO örneği. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 11(2), 533-548.

Bulutlu, Ö. (2018). *Uzaktan eğitim programlarında üniversite öğrencilerinin eş zamanlı sanal sınıf ortamlarını kullanım niyetlerinin incelenmesi*. (Tez No. 531292) [Yüksek lisans tezi, Hacettepe Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezinden edinilmiştir.

Çakır, R. ve Arslan, F. (2020). Uzaktan eğitim öğrencilerinin eş zamanlı sanal sınıf ortamlarını kullanım niyetleri ile uzaktan eğitime ilişkin tutumlarının incelenmesi. *Uluslararası Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 8(15), 114-133.

Çetin, M., Yılmaz, S.H. ve İlhan, L. (2021). Koronavirüs (Covid-19) pandemisi sürecinde uzaktan eğitim; Beden eğitimi ve spor öğretmenleri perspektifinden nitel bir araştırma. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 6(2), 136-161.

Davis, F.D. (1985). *A Technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results*. (Doctoral theses), Massachusetts Institute of Technology, Sloan School of Management, From> <https://dspace.mit.edu/handle/1721.1/15192>. Retrieved from: 15.05.2021

Dhawan, S. (2020). Online learning: A panacea in the time of COVID-19 crisis. *Journal of Educational Technology Systems*, 49(1), 5-22.

Doğan, D., Çınar, M. ve Tüzün, H. (2020). Uzaktan eğitimde 2B grafiklerden 3B modellere. Odabaşı, H.F., Akkoyunlu, B. ve İşman, A. (Ed), *Eğitim Teknolojileri Okumaları 2020, içinde (s. 669-681)*. Pegem Akademi.

Ekiz, M.A. (2020). Beden eğitimi ve spor yüksekokulu öğrencilerinin karantina dönemindeki uzaktan eğitim ile ilgili görüşleri (Nitel bir araştırma). *Spor ve Rekreasyon Araştırmaları Dergisi*, 2(ÖS-1), 1-13.

- He, W., Zhang, Z.J. and Li, W. (2021). Information technology solutions, challenges, and suggestions for tackling the COVID-19 pandemic. *International Journal of Information Management*, 57, 102287.
- İskit, A.T., Tanrıöver, M.D. ve Uzun, Ö. (2021). *Covid-19 pandemi raporu (20 Mart-20 Kasım 2020)*. Hacettepe İç Hastalıkları Derneği Yayınları No: 6, Uzerler Matbaası.
- İşman, A. (2011). *Uzaktan eğitim (4. Baskı)*. Pegem Akademi.
- Kahya, V. (2021). Koronavirüs (COVID-19) salgını süresince zorunlu uzaktan eğitim uygulamalarının birleştirilmiş teknoloji kabul modeli ile araştırılması. *Business & Management Studies: An International Journal*, 9(2), 737-750.
- Kang, M. and Shin, W.S. (2015). An empirical in investigation of student acceptance of synchronouse learning in an online university. *Journal of Educational Computing Research*, 52(4), 475-495.
- Karatepe, F., Küçükgençay, N. ve Peker, B. (2020). Öğretmen adayları senkron uzaktan eğitime nasıl bakıyor? Bir anket çalışması. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 7(53), 1262-1274.
- Keskin, M. ve Özer, D. (2020). COVID-19 sürecinde öğrencilerin web tabanlı uzaktan eğitime yönelik geri bildirimlerinin değerlendirilmesi. *İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 5(2), 59-67.
- Korkmaz, G. ve Toraman, Ç. (2020). Are we ready for the post-COVID-19 educational practice? An investigation into what educators think as to online learning. *International Journal of Technology in Education and Science (IJTES)*, 4(4), 293-309.
- Latorre-Coscolluela, C., Suárez, C., Quiroga, S., Sobradie-Sierra, N., Lozano-Blasco, R. and Rodríguez-Martínez, A. (2021). Flipped classroom model before and during COVID-19: Using technology to develop 21st century skills. *Interactive Technology and Smart Education*. Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/ITSE-08-2020-0137>
- Papouli, E., Chatzifotiou, S. and Tsairidis, C. (2020). The use of digital technology at home during the COVID-19 outbreak: Views of social work students in Greece. *Social Work Education*, 39(8), 1107-1115.
- Sarıtaş, E. ve Barutçu, S. (2020). Öğretimde dijital dönüşüm ve öğrencilerin çevrimiçi öğrenmeye hazır bulunuşluğu: Pandemi döneminde Pamukkale Üniversitesi öğrencileri üzerinde bir araştırma. *Journal of Internet Applications and Management*, 11(1), 5-22.
- Serçemeli, M. ve Kurnaz, E. (2020). COVID-19 pandemi döneminde öğrencilerin uzaktan eğitim ve uzaktan muhasebe eğitimine yönelik bakış açıları üzerine bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Bilimler Akademik Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 40-53.
- Tabachnick, B.G. and Fidell, L.S. (2013). *Using Multivariate Statistics* (sixth ed.), Pearson.
- Turan, Z. ve Gürol, A. (2020). Eğitimde acil bir dönüşüm: Covid-19 pandemisi döneminde çevrim içi ders alan üniversite öğrencilerinin stres algıları ve görüşleri. *Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi (HAYEF)*, 17(2), 222-242.
- Vargo, D., Zhu, L., Benwell, B. and Yan, Z. (2021). Digital technology use during COVID-19 pandemic: A rapid review. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 3(1), 13-24.
- Yamamoto, G.T. ve Altun, D. (2020). Koronavirüs ve çevrimiçi (online) eğitimin önlenemeyen yükselişi. *Üniversite Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 25-34.
- Yamamoto, T.G., Demiray, U. ve Kesim, M. (Ed.). (2010). *Türkiye’de e-öğrenme: Gelişmeler ve uygulamalar*. Eflatun Yayınevi.
- Yılmaz, E.O. (2020). Pandemi sürecinde Google classroom uzaktan eğitim sisteminin entegrasyonu ve öğrenci memnuniyet düzeylerinin incelenmesi. *Gelecek Vizyonlar Dergisi*, 4(3), 42-55.
- Yorgancı, S. (2015). Web tabanlı uzaktan eğitim yönteminin öğrencilerin matematik başarılarına etkileri. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 23(3), 1401-1420.
- YÖK (2020a). Koronavirüs (Covid-19) Bilgilendirme Notu: 1, <https://covid19.yok.gov.tr/Documents/alinan-kararlar/02-coronavirus-bilgilendirme-notu-1.pdf>, Erişim tarihi: 10.07.2021
- YÖK (2020a). Koronavirüs (Covid-19) Bilgilendirme Notu: 1, <https://covid19.yok.gov.tr/Documents/alinan-kararlar/04-uzaktan-egitim-ve-yks-ertelenmesine-iliskin.pdf>, Erişim tarihi: 10.07.2021

YÖK (2020c). Yükseköğretim kurumlarımızdaki 2020-2021 eğitim ve öğretim dönemine yönelik açıklama. <https://covid19.yok.gov.tr/Documents/alinan-kararlar/28-yuksekogretim-kurumlari-2020-2021-egitim-ve-ogretim-donemine-yonelik-aciklama.pdf>, Erişim tarihi: 10.07.2021

YÖK Uzaktan Öğretim Anketi (2020). <https://www.yok.gov.tr/Sayfalar/Haberler/2021/yok-un-yaptigi-anket-sonuclari-aciklandi.aspx>, Erişim tarihi: 10.07.2021

DİJİTAL OYUNLARIN BİREYLERİN SOSYALLEŞMESİNE ETKİSİ: MMORPG TÜRÜ ÖRNEĞİ

Prof. Dr. Aytekin İŞMAN
Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi
isman@sakarya.edu.tr

Oğuzhan AYGÜN
Yüksek Lisans Öğrencisi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
ouzhanaygun@gmail.com

ÖZET

Geçmişten bugüne oyunlar insanların hayatında fazlasıyla yer edinmiştir. Teknolojik gelişmelerle birlikte dijitalleşen oyunlar, bilgisayarlarımızda, konsollarda ve telefonlar ile cebimizdedir. Dijital oyunlar ilk çıkış yıllarına kıyasla günümüzde neredeyse her bireyin hayatına girmiş durumdadır. Özellikle genç nüfusun gündelik hayatının vazgeçilmez bir parçası olan dijital oyunlar, bireylerin bolca vakit harcadığı, gerçek hayattan uzaklaştığı, eğlendiği ve sosyalleşebildiği bir mecra haline gelmiştir.

Bireyler okul, iş vb. dışındaki boş zamanlarının çoğunu oyun oynayarak geçirmeye başlamıştır. Bunun en önemli etkenlerinden biri de dijital oyunlarda artan çevrimiçi sosyalleşebilme olanağı olmuştur. Teknolojinin gelişip imkânların artmasıyla ve internet kullanımının yaygınlaşp kolaylaşmasıyla birlikte insanların arkadaşlarıyla birlikte eğlenceli vakit geçirebildiği bir mecra haline gelen özellikle MMORPG türündeki dijital oyunların bireylerin sosyalleşmesinde ne kadar etkili olduğu düşünülmektedir. Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımı bağlamında yapılacak araştırmada M. Munusturlar ve S. Munusturlar (2018) tarafından geliştirilen ve Cronbach Alfa Güvenilirlik katsayısının 0.949 olduğu; dolayısıyla iç tutarlılığının yüksek olduğu “Bilgisayar Oyunları Motivasyon Ölçeği” araştırma anketi kullanılacaktır.

Çalışmada bireylerin hangi gereksinimlerle dijital oyunlar oynadığını, hangi doyumlara ulaştığını ve MMORPG türünde dijital oyun oynayan bireylerin sosyalleşmesindeki etkisinin hangi boyutta ve nasıl olduğuna dair sonuçların ortaya konulması hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Oyunlar, Yeni Medya, Çevrimiçi, Sosyalleşme, Kullanımlar ve Doyumlar, MMORPG

GİRİŞ

Teknolojik gelişmeler her alanda olduğu gibi iletişim alanını da kuvvetli biçimde etkilemiştir. Yeniliklerin hızlıca yayılması ve olanakların artmasıyla birlikte bilgisayar, akıllı telefon ve tablet gibi cihazlar gündelik hayatın vazgeçilmez pratikleri haline gelmiştir. Hemen hemen herkesin sahip olduğu bu cihazlarla birlikte insanların alışkanlıkları ve kullanımları da şekil değiştirmiştir. Günlük hayattaki boş zamanlarını bu cihazlarla geçiren insanlar genellikle gerçek dünyadan uzaklaşabilmek için bir kaçış alanı olarak gördükleri sosyal medya ve dijital oyunlara yönelmektedir.

Oyun Nedir?

Oyun kavramı insanlıktan ve kültürden daha önce var olan bir olgudur (Huizinga, 2006). Oyun kavramının açıklamasına baktığımızda ise çeşitli tanımlamalarla karşılaşmamız mümkündür. Türk Dil Kurumu, oyunu “Yetenek ve zekâ geliştirici, belli kuralları olan, iyi vakit geçirmeye yarayan eğlence” şeklinde tanımlamıştır (2020). Oyun kavramına dair ilk ciddi çalışmaları sunan Hollandalı filozof Huizinga (2006) oyunun, gönüllü olarak gerçekleştirilen, maddi bir karşılık beklenmeyen, günlük hayattan uzaklaşmak için kullanılan ve kurallara bağlı olmayan bir boş zaman aktivitesi olarak tanımlamıştır. Oyun kuramcısı olarak da anılan Fransız sosyolog Roger Caillois ise oyunu, eğlence amacıyla, özgür iradeyle ve gönüllü olarak gerçekleştirilen etkinlik olarak tanımlar (Ersungur & Canbaz, 2019). Oyun tarihçisi David Parlett oyun kavramını, bir hedef ve görev doğrultusunda belli kurallar çerçevesinde bireysel veya kolektif olarak ilerlemek, hedefe ulaşmak olarak tanımlar (Polat, 2020).

Oyun, çocuk, genç, yaşlı fark etmeksizin tüm insanların hatta hayvanların içgüdüsel olarak ortaya koyduğu bir faaliyettir (Polat, 2020). Hayvanlar insanlardan önce oyunun temellerini çoktan oluşturmuştur ve insan var oluşuyla birlikte oyun kavramının temel özelliklerine hiç bir katkıda bulunmamıştır (Huizinga, 2006). Günlük hayatımızda yavru hayvanları gözlemlediğimizde birbirlerine zarar vermeden, eğlenceli bir şekilde oyun oynayarak vakit geçirdiklerini görebiliriz. Bununla birlikte hayvanlardaki oyun oynama arzusunun insanlar tarafından öğretilmediğini ve içgüdüsel olarak meydana geldiğini söylememiz mümkündür. Canlıların, boş vakit geçirmek, eğlenmek, etkileşimde bulunmak, kendini zihinsel ve fiziksel olarak geliştirmek, günlük yaşamda deneyimleyemediği olayları canlandırmak ve olası tehlikelere karşı hazırlıklı olmak için antrenman niteliğinde oyun oynadıklarını görürüz (Karaduman & Aciyan, 2020).

Oyun ve eğlence anlayışı, günlük yaşamdaki içgüdüsel motivasyonun kavramlaşmış hali olarak tanımlanabilir (Gürbüz, 2020). Her ne kadar içgüdüsel bir faaliyet olarak tanımlansa da oyunun sadece bundan ibaret ve basit bir eğlence aracı olmadığını, fiziksel ve zihinsel gelişime katkıda bulunan bir faaliyet olduğunu söyleyebiliriz.

Bireyler, özellikle küçük yaşlarda oynadıkları oyunlar sayesinde gündelik yaşam pratiklerini öğrenir, deneyim kazanır, kendini geliştirir ve gerçek ile gerçekdışı arasındaki çizgiyi kavrar. (Karaduman & Aciyan, 2020). Henüz konuşmayı öğrenmemiş çocukların bile oyunlar sayesinde iletişim kurabildiğini veya farklı dilleri konuşan bireylerin oyun oynayarak iletişim kurabildiğini görebilmemiz mümkündür.

Yaşama ve çevreye adaptasyonumuzu kolaylaştıran ve keşfederek öğrenmemizi sağlayan oyun, bireyler için önemli bir ihtiyaçtır (Akgül, 2019). Çek bilim insanı ve eğitimci Comenius, bireylerin oyunla birlikte, özgür olma, fiziksel aktivitede bulunma, sosyalleşme, arkadaş edinme, rekabet içinde olma ve rutinden çıkma ihtiyaçlarını karşıladığının yanı sıra bireye disiplinli ve düzenli olmayı da kattığını ifade etmiştir (Koçyiğit ve ark., 2007). Egemenlik kurma arzusuyla doğan ve bir şeyi belirleyebilmeye dayalı içgüdüsel bir yeti olan oyun, bireylerin kazanma, yarışma, eğlenme, rol yapma gibi arzularını bastırıp günlük hayata karşı olan motivasyonlarını da arttırmaktadır (Huizinga, 2006).

Dijital Oyun Nedir?

Teknolojik gelişmeler, yeni üretilen teknolojileri ve toplum üzerindeki sosyolojik, ekonomik, psikolojik ve kültürel etkileri akla getirmektedir (Öcal, 2019). Bireyler gelişen teknoloji ve modernleşen hayatla, özellikle yirminci yüzyılın ortasından itibaren geleneksel yaşam tarzından insan-ekran ilişkisini temel alan bir yaşam tarzını benimsemeye başlamıştır (Mısırlı, 2018). Teknolojik gelişmeler karşısında bir direnç göstermeyen insanları meşrulaştırıcı nedenler de göstererek kabul edip gündelik yaşam pratiklerine yansıtmıştır (Öcal, 2019). Gelişen teknolojiler, hayatın dijitalleşmesi ve insan-ekran ilişkisini göz önüne aldığımızda insanların gerçek dünyaya alternatif olarak sanal bir dünya oluşturduğunu söylememiz mümkündür. Bu büyük değişimlerle birlikte her alanda olduğu gibi iletişim alanında da yenilikler meydana gelmiş ve geleneksel oyun kavramının da yeniliklerle beraber dijitalleşmeye başladığını görebiliriz.

Dijital oyunlar, oyun-motor yazılımı çerçevesinde inşa edilen, grafik, ses, animasyon, fizik ve yapayzeka gibi ana unsurları içinde barındırarak oluşturulmuştur (Sepetçi, 2017). Dijital oyunların ortaya çıkışı yirminci yüzyılın ortalarına bilgisayar bilişimcilerinin ürettiği basit simülasyonlara dayanmaktadır (Gür, 2018). İlk olarak 1940'lı yıllarda nükleer fizikçi Edward Uhler Condon tarafından geleneksel bir oyunun bilgisayar aracılığıyla oynanabilir hale getirilmesiyle birlikte başlayan dijital oyun serüveni, fizik bilimci Thomas T. Goldsmith JR.'ın geliştirdiği "Katot Işın Tüpü Eğlence Cihazı" ile yeni bir soluk kazanmıştır (Argün, 2019).

1950'lerden sonra teknolojik gelişmelerle gelen yeniliklerle birlikte hızla gelişen ve dijitalleşen oyunlar, atari salonlarına, oyun konsollarına, kişisel bilgisayara ve günümüzde cep telefonlarına kadar ulaşmıştır (Gür, 2018). Özellikle 1990'lı senelerde hızlı bir ivme kazanan üç boyut teknolojisiyle birlikte dijital oyunlar geleneksel anlatıyla birlikte yeni anlatı tarzlarını da benimseyerek gelişimine devam etmiştir (Göktepe, 2020). Geleneksel oyunun izlerini de taşıyan dijital oyunların sinema filmleri ve dizilerde olduğu gibi günlük hayatta elde edemeyeceğimiz deneyimleri bireylere sunduğunu söylememiz mümkündür. Burada dijital oyunları sinema filmleri ve dizilerden ayıran en önemli fark ise oyunların bireyleri aktif konuma getirip ön plana çıkarabilmesidir (Polat, 2020). Bununla birlikte aktif bir konuma gelen bireyin oyunun dijital dünyasında yönetilen karakterle ve yapılan aktivitenin simüle edilmesine sunulan olanakla farklı bir dünyada, farklı deneyimlerle var olma imkanı sağlandığını söyleyebilmemiz mümkündür. Fakat buradaki deneyim imgesel olduğunu, gerçek olanın ise birey ve oyunun kendisi olduğunu söyleyebiliriz (Yayalar, 2020).

Teknolojinin gelişmesi ve imkanların artmasıyla birlikte daha kolay ulaşılabilir olan ve modern toplumun gündelik yaşam pratikleri arasında büyük bir yere sahip olan dijital oyunlar, bireylerin içgüdüsel olarak gelen eğlenme isteğiyle beraber gündelik hayattan uzaklaşmak için kullandıkları bir mecra haline gelmiştir (Tınç, 2020). Çeşitli türleri içinde barındıran ve geniş kitlelere hitap edebilen oyunların bireylere sunduğu özgürlük, düzen, gerilim ve haz gibi özellikler oyunu oynama, devam ettirme motivasyonunu sağlar (Sezgin, 2020). Bunlarla birlikte dijital oyunların günlük hayatımızda fazlasıyla yer kapladığını ve bireylerin ihtiyaçlarını çeşitli şekilde karşıladıklarını söylememiz mümkündür.

Birey Nedir?

TDK'ya göre bireyin tanımı, "Toplumları oluşturan ve düşünsel, duygusal, iradeyle ilgili nitelikleri toplum içinde belirlenen insanların her biri, fert." şeklindedir (2020). Matbaanın bulunmasıyla birlikte sesli aktarım yerini yazılı sözcüklere bırakmıştır ve bu sayede insanlarda özel alan ve mülkiyet anlayışı başlamıştır (Batuş, 2011). Yüzlerce yıldır var olan insanın toplum içindeki her hangi bir yapıtaşı olarak değil de bir birey olarak, yani 'kendiliğinden bir değer olarak' görülmesi Rönesans dönemine dayanmaktadır ve bu sürece kadar insanlar içinde buldukları toplumsal sınıf, din, ırk gibi kalıplar içinde varlığını ortaya koyuyordu (Parlak & Öztürk, 2018). Rönesans döneminde insanlar kalıplardan çıkarak kendini özgürce ifade edebilen, düşünen ve anlayan bir birey olmayı başardı (Burckhardt, 2018). Bu beyanlar neticesinde bireyin tanımını özgür kişilik olarak ifade etmemiz mümkündür.

Sosyalleşme Nedir?

Sosyalleşme, bireyin diğer bireylerle ve toplumla etkileşime geçerek sosyal bağlar oluşturması ve topluma uyum sağlamasıdır (Tur, 2019). İnsan sosyal bir varlıktır. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisine baktığımızda; fizyolojik ihtiyaçlar, güvenlik ihtiyacı, ait olma ve sevgi, saygınlık ve kendini geliştirme şeklinde bir sıralama görürüz ve Maslow'un kuramında görüldüğü üzere temel ihtiyaçlar karşılandıktan sonraki aşama ait olma ve sevgi yani sosyalleşme ihtiyacıdır (Gündoğdu, 2013). Bireyin yaşadığı toplumdan izole bir şekilde varlığını sürdürme olanağı olmadığından sosyalleşmesi gerektiğini söyleyebiliriz. Sosyalleşme süreci günümüzde internet aracılığıyla daha kolay bir hale gelmiştir. Bireyler artık internet üzerinden tanışıp arkadaş olabiliyor, birlikte ortak aktivitelerde bulunabiliyor (Gündoğdu, 2013). Çevrimiçi olarak bir araya gelen oyuncular dijital oyunlar sayesinde arkadaş edinerek, topluluğa katılarak, yeni insanlarla tanışarak, beraber mücadele ederek sosyalleşme ihtiyaçlarını da giderebilmektedir (Tınç, 2020).

MMORPG (Massive Multiplayer Online Role Playing Game) Nedir?

MMORPG türünü çevrimiçi olarak oynanan, aksiyon ve macera öğelerini içinde barındıran, rol yapma temalı dijital oyun türü olarak tanımlayabiliriz (Gür, 2018). Oyuncuların, açık bir dünyada toplu bir şekilde ve takımlar halinde mücadele ettiği MMORPG türündeki dijital oyunlarda bireyler aynı zamanda karakterlerini özgürce şekillendirebilir ve sunulan dünyada kendi stratejilerini ve taktiklerini geliştirip uygulayabilirler (Sepetçi, 2017). 2000'li yılların başında Çin'de oyun konsollarına gelen yasak ile birlikte çevrimiçi oyunlar yükselişe geçmiştir ve MMORPG türü daha da yaygınlaşmış ve günümüze kadar olan süreçte internetin ve bilgisayar teknolojilerinin daha kolay ulaşılabilir olmasıyla birlikte çok daha popüler hale gelmiştir (Tezel, 2016).

AMAÇ

Değişen ve gelişen dünyayla birlikte bireylerin hayatına giren yeni pratikler birçok geleneksel alışkanlığı değiştirmiştir. Teknolojik gelişmeler özellikle iletişim alanını kuvvetli bir biçimde etkilemiş ve birçok değişikliği peşinde getirmiştir (Ferhat, 2016). Hayata dair değişen bir sürü olguyla birlikte yaşam tarzı, iletişim, bireyselleşme ve sosyalleşme gibi olgular da değişim göstermiştir ve bu çalışmanın da konusu olan dijital oyunlar bireylerin hayatında büyük bir yer edinir hale gelirken birçok alışkanlığı da değiştirmiştir (Sepetçi, 2017). İnternetin ve teknolojik aletlerin yaygınlaşmasıyla birlikte daha da yaygın hale gelen dijital oyunlar artık bireylerin sosyalleşmek için kullanabildiği bir mecra haline dönüşerek yeni medyanın önemli unsurlarından biri haline gelmiştir. Bu çalışmada MMORPG türünde dijital oyun oynayan bireylerin sosyalleşmesindeki etkisinin hangi boyutta ve nasıl olduğuna, bireylerin hangi amaçlarla oyun oynadığına, hangi doyumlara ulaştığına, dijital oyunların ne gibi yeni pratikler kazandırdığına dair sonuçların ilgili iletişim kuramları doğrultusunda ortaya konulması hedeflenmektedir.

İnsanlar varoluşlarından beri toplu bir biçimde yaşamını sürdürmüş ve toplum halinde yaşamının getirisi olarak iletişim kaçınılmaz olmuştur (Yaylagül, 2014). Postman'a göre, milattan önce 4. yüzyılda yazının keşfi, milattan sonra 15. yüzyılda matbaanın bulunması ve 19. yüzyılın ikinci yarısından sonra telgraf, radyo, sinema, televizyon, bilgisayar gibi teknolojilerin ortaya çıkması insan ve iletişim tarihinde birer dönüm noktası ve devrim olmuştur (Batuş, Neil Postman, 2005). Matbaanın bulunmasıyla birlikte kişisel alan ve mülkiyet anlayışı gelişmiş ve Rönesans döneminde daha da ilerleyerek özgür insan, birey kavramının ortaya çıkışına olanak sağlamıştır (Batuş, 2011). İnsanlar, teknolojik gelişmelerle birlikte iletişim biçimini de geliştirmiş ve teknolojik aygıtlarla yeni iletişim tarzları ortaya koymuştur (Yaylagül, 2014). Özellikle 19. Yüzyıldan sonra büyük bir ivme kazanan teknolojik gelişmeler, beraberinde getirdiği yeni iletişim aygıtlarıyla insanların yaşam pratiklerini kuvvetli bir biçimde değiştirmiş ve yeni bir kültürel yapı ortaya çıkarmıştır (Batuş, 2011).

Gelişen dünyanın ve teknolojinin bireylerin alışkanlıklarını değiştirdiğini, olumlu etkilerinin yanında olumsuz etkilerinin de bulunduğunu, değişen kullanım pratiklerinin yanı sıra bireylerin dünyaya ve yaşama olan bakış açılarının da değiştiğini söylememiz mümkündür.

Niklas Luhmann, iletişim imkanlarının yeni aygıtlarla gelişip değişmesiyle birlikte bireyi ve toplumu da değiştireceğini söylemiştir (Alver, 2011). Walter Ong, iletişim alanındaki yeniliklerin geleneksel aygıtları öldürmek yerine onları içinde barındırarak ve daha da geliştirerek yeniyeye uyarlandığını ifade etmiştir (Batuş, 2011). Ong'un da belirttiği gibi geleneksel iletişim biçim değiştirerek ve gelişerek yerini yeni iletişim teknolojisine bırakmıştır. Bu gelişmeler neticesinde gündelik yaşam pratiği değişen bireyler ihtiyaçlarını da giderebilecek yeni mecralarla da buluşmaya başlamıştır.

Kentleşme ve metropol hayatıyla birlikte değişen iletişim süreci bireyselleşmeyi de hızlandırmıştır (Ulutaş & Gökçen, 2019). Özellikle 1990'lardan itibaren gelişen bilgisayar teknolojisinin bunun üzerinde büyük bir etkiye sahip olduğunu söyleyebiliriz. Modern yaşam için adeta bir devrim olan bilgisayar teknolojisi, başta iletişim olmak üzere tüm alanlarda önemli bir konuma gelmiştir (Ak, 2006). Geleneksel bir hayattan dijitalleşmeye geçilen bu süreçte toplumların yapısında büyük değişmelerin meydana gelmesiyle birlikte, üretim, tüketim anlayışı da değişmiş ve dijital kültür kavramı ortaya çıkmıştır (Askeroğlu, 2017). Gelişen teknolojilerle birlikte dijitalleşen dünyanın beraberinde meydana getirdiği küreselleşmeyle toplumlar arasındaki sınırların ortadan kalktığını söyleyebiliriz.

Dijitalleşen dünyada ortaya çıkan bir diğer yeni kavram ise yeni medyadır. Yeni iletişim teknolojilerinin ortaya çıkması ve gelişmelerin bir araya gelmesiyle birlikte yeni bir iletişim alanı olan aynı zamanda geleneksel iletişim ve medyanın da öğelerini içinde barındıran yeni medya, teknolojik olarak iletişimde sürdürülebilir, gelişmeye yardımcı olan yeni bir teknolojidir (Yegen, 2018).

Yeni medya aygıtlarının daha kolay ulaşılabilir olmasıyla birlikte bireylerin psikolojik ve sosyolojik birçok ihtiyacını bu aygıtlar üzerinden giderebilmesine de imkân sağlanmıştır. En yaygın olarak giderilen ihtiyaç ise sosyalleşme ihtiyacıdır. Sanal veya dijital sosyalleşme olarak adlandırabileceğimiz bu kavram hayatımızın vazgeçilmez bir olgusu haline dönüşmüştür (Tur, 2019).

Özellikle günümüzde yeni medyanın da bir kolu dijital oyunların bireylerin sosyalleşmesindeki etkisinin büyük bir yeri olduğu düşünülmektedir. İnternetin yaygınlaşması ve kolay ulaşılabilir olmasıyla birlikte insanlar çevrimiçi bir konuma gelmiştir ve bireylerin yüz yüze olmalarına gerek kalmadan teknolojik aygıtlar sayesinde internet üzerinden kolayca iletişim sağlayabilir hale geldiğini söyleyebiliriz. Kullandığımız her cihaz internete bağlanabilir hale gelirken oyunlar da çevrimiçi olmaya başlamış, dijital oyunlar kişinin bireysel olarak vakit geçirebildiği ya da fiziksel olarak yan yana farklı kontrolcüler sayesinde aynı anda farklı bireylerle deneyimleyebildiği bir ortam sunarken internet sayesinde sınırlar ortadan kalkmıştır (Tınç, 2020).

İnternet tabanlı, çevrimiçi olarak ve gruplar halinde geniş bir kitleyle birlikte oynanan MMORPG türündeki dijital oyunlar oynayan bireyler, oynadıkları oyun çerçevesinde çeşitli topluluklara dâhil olduğu, yeni bireylerle iletişim kurduğu görülmektedir (Sepetçi, 2017). Yukarıda bahsedilenler ışığında bu çalışmada değişen ve dijitalleşen dünyada yeni medyanın bir kolu olan dijital oyunların MMORPG türünde oyun oynayan bireylerin sosyalleşmesine nasıl bir etki ettiğini cevaplamak hedeflenmektedir.

ÖNEM

Teknolojinin gelişmesiyle ve internetin kolay ulaşılabilir hale gelip yaygınlaşmasıyla birlikte bireylerin hayatına pek çok yeni pratikler dâhil olmuştur. Gerçek dünyanın yanında artık sanal bir dünya vardır ve adeta vazgeçilmez bir konuma gelmiştir (Polat, 2020). Gerçek dünyada somut olarak elde edilen olguları artık sanal ortama taşıyarak soyut olarak da elde etme arzusu vardır (Tur, 2019). Günlük hayatın deneyimlerini soyut olarak da yaşamak isteyen bireyler bu amaç doğrultusunda birçok teknolojik cihazı araç olarak kullanmaktadır.

Kültür endüstrisinin de etkisiyle gerçeğin simülasyona dönüştüğü dünya artık bir simülasyon evrenidir (Baudrillard, 2011). Yüzyıllar boyunca gerçek, gerçeküstü, hayal, sanal kavramları tartışılmıştır ve özellikle günümüzde gelişen teknolojiyle birlikte bireylerin gerçek olmayan, sanal dünyaya olan ilgisi artmıştır (Ferhat, 2016). Yeni medyanın giderek büyümesi ve gelişmesiyle birlikte, bireylerin etkileşime geçebildiği, gerçeği ve gerçeküstü dünyayı yansıtabilen sanal dünyalar büyük bir ivme kazanarak hayatımızda önemli bir yer edinmiştir (Sucu, 2020).

Teknolojiyle bu kadar iç içe olduğumuz dünyada insanların alışkanlıkları, tutumları ve bakış açıları da teknolojiye bağlı olarak değişmiştir (Yaylagül, 2014). Sınırların ortadan kalktığı, insanların artık sanal ağlarla etkileşime geçip birleşebildiği, bireylerin alışkanlıklarının değişip sanallaştığı yeni toplum biçimini Teun Adrian Van Dijk, “Dijital Toplum” olarak adlandırmıştır (Ağaç & Gündüz, 2019). Dijital toplumda bireyler ortadan kalkan sınırlar sayesinde fiziksel ve somut sosyalleşme alanlarından, bir sınırı bulunmayan ve küresel olan sanal sosyalleşme alanlarına geçmiştir (Gözüaçık, 2019). Dijital toplumla kavramıyla birlikte hayatımıza giren sanal sosyalleşme, bireylerin etkileşim içinde olmasına imkan sağlarken, bireyin kendisini gerçek hayatta olduğu gibi yansıtma mecburiyeti de ortadan kaldırarak sanal bir benlik oluşturma imkanı da sağlar (Tur, 2019).

Yeni medyanın bir kolu olan dijital oyunlar, bireylerin oyun oynamak, boş vakit geçirmek, eğlenmek, gündelik hayattan uzaklaşmak gibi kullandığı bir mecra olduğu kadar sosyalleşmek için de kullandıkları bir mecradır (Argün, 2019). Özellikle çevrimiçi olarak oynanan oyunlarda kolektif bir bilinç kazanan oyuncular, dijital oyunlar üzerinden iletişimlerini arttırarak oynadıkları oyun çerçevesinde gruplara dâhil olduklarını söyleyebilmemiz mümkündür. Sanal topluluklar içine giren bireyler, dijital ve çevrimiçi olmanın getirdiği anonim olabilmek fırsatından dolayı gerçekte olduğundan daha fazla sosyalleşip, başka bireylerle iletişime geçebilmektedir (Sepetçi, 2017).

Dijital oyunlarla birlikte oyun evrenini kavramak kolaylaşmıştır ve bununla birlikte sanal bir dünyaya taşınan oyun oynama edimini günlük yaşam ve gerçeklikle olan bağlantısında ilk bakışta bir kopma olarak görülse de oyunların internet üzerinden çevrimiçi olarak, bir toplulukla veya bireysel rakiplerle oynandığını göz önüne aldığımızda gerçek dünyadan tamamen kopuk bir olgu olduğunu söylemek yanıltıcı olacaktır (Sezgin, 2020). Bireyler sanal dünyada yeni bir kimlik oluşturabilir ve kolektif bir kimlik de kazanabilir. Sanal dünya ve dijital oyunlarla birlikte bireylerin içinde buldukları kolektif kimlik gerçek hayatta olduğunu gibi, bir kültürün sahip olduğu değerler ve o topluma has özelliklerin benimsenmesi ve uyum sağlamak için edinilen toplumsal kimlik olarak ifade edilmektedir (Özgül, 2017).

Yeni bir iletişim ve sosyalleşme alanı olarak da görülebilecek dijital oyunlar bu çalışmanın ana merkezinde olup, dijital oyunların bireylerin sosyalleşmesine olan etkisi incelenecektir. Türkçeye, “Devasa Çok Oyuncululu Çevrimiçi Rol Yapma Oyunları” olarak çevrilen MMORPG türündeki dijital oyunlar örneğinde, Munusturlar ve Munusturlar (2018) tarafından geliştirilen, 17 maddeden oluşan “Bilgisayar Oyunları Motivasyon Ölçeği” kullanılacaktır.

Bireylerin MMORPG oyunlar çerçevesinde sosyalleşme imkanları, nasıl ve ne kadar sosyalleştikleri, sanal ortamdaki sosyalleşmeyi gerçeğe ne kadar yansıttıkları incelenecektir.

Yapılan literatür taraması sonucunda dijital oyunlar hakkında bir çok çalışma tespit edilmiştir. Bu çalışmaların genel olarak Baudrillard'ın Simülasyon Kuramı, Katz'ın Kullanımlar ve Doymalar Kuramı ve Kültür Endüstrisi bağlamında gerçekleştirildiği görülmüştür. Ayrıca Türkiye'deki dijital oyun çalışmalarına bakıldığında, oyunların bireylerde bağımlılık oluşturduğu ve asosyallığe neden olduğu görüşünün hâkim olduğunu görebiliriz (Tinç, 2020). Fakat bu görüşün yakın dönemdeki çalışmalarda eskisi kadar hakim olmadığı söylememiz mümkündür. Günümüze daha yakın olan çalışmalarda dijital oyunların bireylerin yaşamına olan olumsuz etkilerinden çok olumlu etkili üzerine olduğunu ve oyun sektörünün dijital toplumda ve bireylerin hayatlarında önemli bir yere sahip olduğunun kabul edildiğini görebiliriz.

Çevrimiçi dünya gündelik hayattan ve gerçek dünyadan kopuk ve bağımsız olarak görünse de gerçek dünyaya ait tüm bileşenleri içinde barındırdığından, dünyadan, kültürden, sosyal, ekonomik ve politik düzenden bağımsız değildir (Sezgin, 2020). Yeni medya ile birlikte gelişen sosyal ağlar, sosyal medya uygulamaları gibi sanal mecralar bireylerin kullanım ve gündelik yaşam alışkanlıklarını da değiştirerek, eğlenme, gündelik hayattan uzaklaşma, sosyalleşme gibi ihtiyaçlarını giderebildikleri alanlar haline gelmiştir (Ağaç & Gündüz, 2019).

Yeni medyanın bireylerin sosyalleşmesindeki etkisi ele alan birçok çalışma bulunmaktadır fakat bu çalışmaların genellikle sosyal medya uygulamaları üzerine olduğunu söylememiz mümkündür. Bu çalışmada, yeni medyanın bir kolu olan dijital oyunların, bireylerin hangi gereksinimlerle oyun oynadığını, hangi doymalara ulaştığını ve bireylerin sosyalleşmesindeki etkisinin hangi boyutta ve nasıl olduğuna, gerçek hayata ne kadar yansıdığına dair sonuçların ortaya konulması ve literatüre katkı sağlaması hedeflenmektedir.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Bu araştırmanın temelini Katz ve Blumer tarafından geliştirilen Kullanımlar ve Doymalar kuramı oluşturmaktadır. Erken dönem iletişim çalışmalarına bakıldığında bireylerin kitle iletişim araçları karşısında pasif bir konumda olduğunu görürüz fakat 1940'lardan itibaren yapılan yeni çalışmalarda, ortaya atılan kuramlarda teknolojik gelişmelerin de etkisiyle birlikte bireyler kendi fikirlerine göre seçimde bulunabilir hale gelerek aktif konumda değerlendirilmiştir (Arık, 2020). Psikolog Elihu Katz, kitle iletişim araştırmalarının "Medya insanlara ne yapıyor?" sorusu yerine "İnsanlar medya ile ne yapıyor?" sorusunu sorması gerektiğini söyleyerek 'Kullanımlar ve Doymalar' yaklaşımını ortaya atar ve bireylerin medya aracılığıyla psikolojik ve sosyal bir takım ihtiyaçlarını gidererek doyuma ulaştığını söyler (Yaylagül, 2014).

Kullanımlar ve Doymalar yaklaşımına göre bireyler, medyanın bir takım ihtiyaçları karşılayarak onları doyuma ulaştırmasını bekler, kendilerini doyuracak en ideal medya iletişimini bulmaya çalışarak aktif konuma geçer ve bu doymalar sayesinde bireyler iç huzura, mutluluğa ulaşarak tatmin olur (Sucu, 2020).

Aktif izleyici, aranan doyum, gereksinimler ve güdüler, elde edilen doyum olmak üzere dört temel kavramdan oluşan kullanımlar ve doymalar yaklaşımı, aktif izleyiciyi insanların kişisel tercihlerini kullanarak içerik seçebilmesi, aranan doyumunu insanların belli bir hedefle içerik arama, gereksinimler ve güdülerini insanların psikolojik ve sosyolojik ihtiyaçları olduğunun ön kabulü, elde edilen doyumunu ise medya ile ulaşılan doymalar olarak tanımlamaktadır (Tiryakioğlu & Yavaşçalı, 2019).

Fiske (2003)'e göre dört temel kavramın yanında iletişim sürecinde bireylerin aktif konuma getirildiği ve belli bir amaç doğrultusunda tercih yaptığını vurgulayan temel varsayımlar ise şu şekilde sıralanabilir;

- Bireyler aktiftir, sunulan içerikler arasından kendi iradesiyle seçim yapar ve kullanır.
- Bireyler ihtiyaçları doğrultusunda medyadan gelen, onları en çok doyuma ulaştıracak içeriği seçme özgürlüğüne sahiptir.
- Gerçek hayattaki sosyal faaliyetler de medyada olduğunu gibi bireyleri doyuma ulaştırır. Bireylerin doyuma ulaşabileceği tek araç kitle iletişim araçları değildir.
- Bireyler kendi yönelimlerinin ve menfaatlerinin bilincindedir.
- Kültürel çatışmalar yok sayılmalı, geniş kitlelerin doyuma ulaştığı ana akım içerikler elit kültüre karşı bir tehlike olarak görülmemeli.

Yaklaşımın temel amaçları; bireylerin ihtiyaçları doğrultusunda medyayı nasıl kullandığını yanıtlamak, medyaya yönelmelerindeki temel nedenleri ortaya çıkarmak ve medya kullanımının bireyler üzerindeki olumlu ve olumsuz saptamak olarak söylenebilir (Özçetin, 2018).

İletiler karşısında en az gönderen kadar aktif bir konuma geçen bireyler, medya ile doyuma ulaşmak için daha önceki tecrübelerine dayanarak bir arayış içine girer ve ulaşılmak istenen, aranan doymalar; "enformasyon ve eğitim, duygusal rahatlama, oyalanma ve rahatlama, sosyal temas, kimlik oluşumu, kılavuzluk ve tavsiye, kültürel doyum, değer güçlendirme ve onay, yaşam tarzını dışa vurma, zaman doldurma" şeklinde sıralanır (McQuail, 2005.'ten aktaran Arık, 2020).

Kullanımlar ve Doymalar yaklaşımının temeli olan "İnsanlar medya ile ne yapar?" sorusundan yola çıkarak dijital oyun oynayan bireylerin, hangi ihtiyaç ve amaçla dijital oyun oynadıklarına, dijital oyun gibi yeni medya araçlarına neden yöneldiğine, sanal dünya ile gerçek dünya arasındaki alışkanlıklarının ne kadar etkilendiğine, dijital

oyunların bireyler üzerindeki olumlu ve olumsuz yanlarının ne olduğuna, oyunların bireylerin sosyalleşmesindeki etkisinin hangi boyutta ve nasıl olduğuna dair sonuçların bulunması hedeflenmektedir.

Yaklaşımına göre bireyler medyadan gelen yayınları farklı şekillerde yorumlayıp farklı çıkarımlar yapar ve gönderenin yollamak istediği mesaj yerine kendine özgü çıkarımlarda da bulunan bireyler öznelliğini ortaya koyar (Yaylagül, 2014). Dijital oyunlar çerçevesinde örnek verecek olursak yapıla oyunu bazı bireyler eğlenceli vakit geçirmek için, bazı bireyler günlük hayatın stresinden uzaklaşmak için, bazı bireyler de sosyalleşmek için kullanabilir ve kendi istekleri, çıkarları doğrultusunda doyumuna ulaşabilir. Yeni medya teknolojileriyle birlikte sürekli kitle iletişim araçlarının etkisinde olan bireylerin bu araçları kullanım amaçlarının da çeşitlilik gösterdiğini söylememiz mümkündür. Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımı insanların sosyolojik ve psikolojik ihtiyaçlarını gidermek için kitle iletişim araçlarına yöneldiğini ve bu araçlarla bir duygusal ve bilişsel ihtiyaçların yanı sıra, etkisi altında olduğu içerikler aracılığıyla gerçek dünya hakkında deneyim kazanmak ve bilgi edinmek gibi ihtiyaçlarını da gidererek doyumuna ulaştığını söyler (Arık, 2020).

Özellikle gelişen teknolojilerle birlikte insan ilişkilerinin değişmesinde yeni medya araçlarının büyük rol oynadığını söylememiz mümkündür. Somut bir yaşam olan gerçek dünyadan, ekran üzerinden sanal ağlar aracılığıyla yaşanan dijital, sanal dünyaya geçiş yapan bireyler gündelik hayattaki pek çok ihtiyacını bu ekranlar aracılığıyla giderebilmektedir (Askeroğlu, 2017). Özellikle genç kuşakların yöneldiği dijital oyunlar, bu sanal dünyanın içinde bireylere ayrı bir dünya vadederek içine çektiğini ve günlük hayattaki pek çok ihtiyacın bu platformlar üzerinden karşılanmasına imkân verdiğini söyleyebiliriz.

MMORPG türünde dijital oyun oynayan bireylerin bu oyunlara yönelme motivasyonları ve ulaştıkları doyumlar, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde ele alınacaktır. Özellikle sosyalleşme motivasyonunun ne kadar etkili olduğuna ve bireylerin dijital oyunlar aracılığıyla sosyalleşme boyutlarının hangi boyutta olduğunun ortaya çıkarılması hedeflenmiştir ve incelemeler bu doğrultuda yapılacaktır.

LİTERATÜR TARAMASI

Araştırma konusu ile ilgili literatüre bakıldığında çeşitli araştırmalar bulunmaktadır. Bu araştırmalardan ilkinin Ege (2012), siber kültür ve sosyal oyunlar konusunda yapmıştır.

Bilgi ve iletişim teknolojilerin değişimi kültürü de değiştirmiş ve siber kültür diye tabir ettiğimiz kavram ortaya çıkmıştır. Dijital dünyanın kültürü ve sosyal ağların kültürü olan siber kültür bütün dünyayı kapsamaktadır. Zaman ve mekan sınırlarının ortadan kalktığı siber uzayda sosyal ağların dışında sosyal etkileşimin gerçekleştiği bir diğer alan dijital oyunlardır. Çevrimiçi oynanan dijital oyunlar bireylerin de alışkanlıkları değiştirerek aralarındaki iletişimi, dayanışmayı, sosyalleşme arzusunu da güçlendirmiştir.

Araştırmanın bulgularına bakıldığında teknolojiyle birlikte oluşan siber kültürle birlikte bireylerin hayata ve iletişim gibi sosyal, kültürel olguları bakış açıları değişmiştir. Yeni teknolojiler sayesinde yeni iletişim yolları da türemiş ve dijital oyunlar da bunlardan bir tanesi olmayı başarmıştır. Özellikle MMORPG türünün bireylere sunduğu sosyalleşme imkanı yadsınamayacak seviyededir. Bu oyunlar sayesinde bireylerin takım kurdukları ve kurulan takım içinde dayanışma içine girdikleri görülmüştür. Rakipleri karşısında başarılı olmak isteyen bireyler onları yenilemek için sürekli olarak iletişim içinde olmak ister ve yeni stratejiler üretme çabasına girer. Bu noktada artan iletişimle birlikte sosyalleşme seviyesi de yükselir ve arkadaşlıklar pekiştirilir, dayanışma kuvvetlenir.

MMORPG türündeki oyun oynayan bireylerin sosyalleşme olanaklarına dair çeşitli bulguları içinde barındıran araştırma bu konuda bizim çalışmamıza ışık tutacak ve referans sağlayacaktır. Bireylerin dijital oyunlar aracılığıyla hangi koşullarda ve nasıl sosyalleştiğini irdeleyen, siber kültür kavramı çerçevesinde detaylı şekilde ele alan araştırma sunduğu bulgularla çalışmamıza destek olacaktır.

Araştırmalardan ikincisini, Koçak ve Köse (2014), ergenler ve bilgisayar oyunları konusunda yapmıştır.

Günümüz gençlerinde internet ve oyun bağımlılığı sıkça görülmektedir. Uzmanlar bireylerin günlük iki saatin üzerinde oyun oynamasını bağımlı olarak değerlendirmektedir. İnternete erişebilmenin kolaylaşması ve mobil cihazların yaygınlaşp güçlenmesi mobil oyun ve internet oyunculuğunu arttırmış ve internet üzerinden oynanan oyunlarda bağımlılık düzeyi daha çok artış göstermiştir. Bireylere sunulan gerçek üstü dünya ve deneyimler oyun oynamalarına büyük bir motivasyon kaynağıdır ancak tehlike arz eden nokta ise oyun oynayan bireylerin gerçek dünyadan koparak sosyalleşme sorunu yaşamalarıdır. Bilgisayar oyunları, bireylerin hayatlarını, alışkanlıklarını, davranışlarını, iletişimini ve psikolojilerini etkileyebilir. Araştırmada bilgisayar oyunu oynayan ergenlerin sosyalleşme alışkanlıklarına etkisi incelenmiştir.

Araştırmanın bulgularına baktığımızda ise bilgisayar oyunu oynamanın ergenlerin hayatlarında olumsuz etkilere neden olduğunu söylememiz mümkündür. Özellikle bağımlılık düzeyinde oyun oynayan bireyler aile ve arkadaşlarıyla, okullarıyla aralarında çatışmalar meydana geldiği görülmüş, sosyalleşme sürecinden uzaklaşıp bireyselliğe yöneldikleri ve bu bireysel dünyanın daha cazip görüldüğü söylenebilir. Çevresindeki insanların oyun oynamalarına engel olduğunu ve durumdan hoşnut olmadıklarını söyleyen ergenler oyunlardan uzaklaştıkça da huzursuzluk yaşayabilmektedir.

Ergen bireylerin sosyalleşme süreçlerine bilgisayar oyunlarının etkisinin ne denli olduğunu ortaya koyan bu araştırma, genç bireylerin dijital oyunlar ne kadar etkilendiği ve hayatlarına nasıl yansıtıklarına dair sunduğu

bulgularla çalışmamıza referans olacak niteliktedir. Bağımlılık ve sosyalleşme süreci arasında kurulan bağlantı ve bunun aile başta olmak üzere arkadaş çevresi ve okul hayatına olan etkisine dair sonuçlar daha olgun bireylerin üzerinde de aynı etkileri sergileyebilmektedir.

Araştırmalardan üçüncüsünü Karagülle ve Çaycı (2014), sosyalleşme ve yabancılaşma konusunda yapmıştır.

Yenilenen iletişim teknoloji ve yeni medya kültürüyle birlikte hayatımıza birçok yenilik dâhil oldu. Bu yeniliklerden en önemlisi ve popülerleri hiç şüphesiz sosyal ağlardır. Fiziksel olarak yüz yüze iletişim dışında her türlü iletişimin kurulabildiği bu sosyal ağlar bireyler için yeni bir sosyalleşme sürecidir ve gündelik yaşam pratiklerini değiştirmektedir. Her teknoloji toplumların yaşam tarzını etkiler fakat iletişim teknolojilerindeki değişim sosyal ve kültürel alanda etkisi oldukça gösterir. Sosyal ağların ve internetin gelişmesiyle toplumlarda değişen alışkanlıklar bireyleri yabancılaşmaya ve yalnızlaşmaya sürüklemektedir. İyi tarafına bakıldığında ise zaman ve mekân kavramını ortadan kaldıran yeni iletişim teknolojileri bireylerin daha kolay sosyalleşebilmesine olanak sunmaktadır. Bu çalışmada bireylerin sosyal ağlar ile sosyalleşmesi eleştirel bir bakış açısıyla ele alınmıştır. Yeni iletişim teknolojisi bireylerin sosyalleşmesinde ve çevresiyle kurduğu iletişimde köklü değişimlere neden olmuştur. Değişen yaşam biçimleri, ilişki kurma şekilleri, iletişimleri ve alışkanlıklarıyla birlikte yalnızlığa doğru sürüklenen birey, teknolojinin determinist büyümesine kapılır. Bireyler uzak olanla iletişimini güçlendirirken yakın olanla uzaklaşır, soyutlaşır ve bu kopmaya neden olabilir. Bu durumda kalabalıklar içinde yalnızlaşan bireyler sosyalleşmek adına dijital dünyada daha çok vakit geçirirken yeni medyaya bağımlılık riskini de artırır ve gerçek dünyadaki kültürel değerlerine ve kimliklerine de yabancılaşırlar.

Yeni medyanın bir kolu olan dijital oyunlar da bütün bu sürece dahil edilebilir ve çalışmamızın konularından olan MMORPG oyun türü çevrimiçi oynanan bir oyun olma özelliği taşıdığından bireylerin bu tür üzerinden sosyalleştikleri görülmektedir. Bu çalışma sosyal ağ olarak değerlendirebileceğimiz MMORPG türünde oyun oynayan bireylerin ne gibi etkilerle karşılaşabileceğine dair bir referans niteliğindedir.

Araştırmalardan dördüncüsünü Göldağ (2019), dijital oyunların etkileri konusunda yapmıştır.

Dijital oyunlar bireylerin oyun oynamaya dair alışkanlıklarını etkilemiş ve değiştirmiştir. Çocuklar ve gençler başta olmak üzere bütün yaş kitlelerine de hitap etmeyi başararak popülerlik kazanmış ve vazgeçilmez bir aktivite haline gelmiştir. Günlük hayattan uzaklaşmak, eğlenmek, sosyalleşmek ve kendini geliştirmek gibi birçok neden oyun oynayan bireyler gelişen teknolojilerle birlikte bu ihtiyacını dijital oyunlar sayesinde giderebilmektedir. Çeşitli motivasyonlarla oynanan bu dijital oyunların olumlu ve olumsuz etkileri bulunmaktadır.

Yapılan araştırma neticesinde bu olumlu ve olumsuz etkilerin ne olduğuna ve denli olduğuna dair sonuçlar elde edilmiştir. Dijital oyunların olumlu yönlerine bakıldığında bireylerin, bilişsel, fiziksel ve gizli becerilerinin ortaya çıkmasına yardımcı olduğu görülmektedir. Özellikle çocukların el-göz koordinasyonu, üst düzey düşünme, ince motor ve algılama kabiliyetlerinin gelişmesine katkı sağladığı söylenebilir. Problem çözme, sınırlı kaynak kullanımı, takım çalışması, temel matematik ve okuma anlama becerilerinde olumlu gelişmeler sağlar. Bunların dışında olumsuz etkileri baktığımızda, dijital oyunlara bağımlılık, sosyal çevreden ve gerçek hayattan kopuş yaşandığı görülmektedir. Obezite gibi fiziksel sağlık problemleri, psikolojik depresyonlar ve yalnızlık hissi, öğrenme problemleri de karşımıza çıkabilmektedir.

Bu araştırma, belli bir motivasyonla oynanan dijital oyunların bireyler üzerindeki olası olumlu ve olumsuz etkilerini sunmaktadır. Dijital oyun oynayan bireyler her ne kadar mutlu görünse de bazı tehlikeler içinde olabilmektedir. Yeni bir sosyalleşme alanı olan dijital oyunlar gerçek hayattan bir kopmaya sebep olabilir. Oyunlar sayesinde sosyalleşme imkanı bulan bireyler sanal ortamdaki sosyalleşme nedeniyle çevrelerinden uzaklaşabilir ve psikolojik sorunlarla karşı karşıya kalabilir. Çalışmamızda bu bulgular çerçevesinde dijital oyunların bireylere ne gibi etkileri olduğu yansıtılarak tarafsız bir görüş sağlanmaktadır.

Araştırmalardan beşincisini Gündüz (2011), MMORPG'lerin bağımlılığı konusunda yapmıştır.

İnternetin sunduğu cazip dünyanın yanında bir de fantastik öğelerin bulunduğu bir evren, farklı bir dünya ve yaşam deneyimi de sunan MMORPG türündeki oyunlar bu cezbedici özellikleriyle birçok oyuncuyu kendisine çeker. Özellikle gençler ve çocukların dahil olduğu kesim ebeveyn kontrollünde ve medya okuryazarlığı çerçevesinde dijital medya kullanmalıdır. İnternet okuryazarlığı ve medya okuryazarlığının bireylerin kendilerini dijital dünyanın risklerine karşı korumaları için şarttır. Sosyal ve kültürel risklerin yanında fiziksel ve bilişsel zararların da göz önünde bulundurulması gerektiğine sıkça değinilmektedir.

Yapılan araştırmalar neticesinde ve anketler sonucunda elde edilen bulgular şu şekilde sıralanabilir; bireylerin demografik özellikleri, oyunların sosyal yaşama ve eğitim hayatına etkisi, oyuncuların oyunlar için harcanan zaman, oyunlar içindeki başarı ve başarısızlıkta hissedilen duygular, oyunların hangi kanallar ile takip edildiği, oyunlar aracılığıyla kurulan diyalogun nedenleri ve boyutları. Araştırmanın bulgularına bakıldığında çevrimiçi oyun oynayan bireylerin kullanım alışkanlıkları, oyunu ne denli hayata yansıtırları, eğitim hayatını ne kadar etkilediği ve özellikle bizim çalışmamızı ilgilendiren kısım sosyalleşmelerine nasıl bir etkisi olduğuna dair sonuçlara ulaşıldığını söylemek mümkündür.

Yapılan bu araştırmadan MMORPG türü hakkında verilen bilgilerden ve kullanıcıların alışkanlıklarına dair bulgulardan yararlanılacaktır. Dijital oyun dünyasının ve internetin gündelik yaşam pratiklerine olan etkisi ve bireyleri içine çektiği riskler değerlendirilebilecek. Ayrıca internet okuryazarlığının ve medya okuryazarlığının çocuklar başta olmak üzere ne kadar gerekli bir eğitim alanı olduğuna dair sonuçlardan da yararlanılacaktır.

Araştırma kapsamında danışılan tıp profesörünün görüşleri de dijital oyunların riskleri bağlamında ışık tutucu kaynak niteliğindedir.

Araştırmadan altıncısını Akgül (2019) oyun oynama gereksinimi konusunda yapmıştır.

İnsanlığın ilk yıllarından beri hatta insanlıktan da önce var olan oyun kavramını hayatımız için önemli bir yere sahiptir. Oyunlar, doğayı, hayatı, çevreyi, tanımamıza ve deneyimlememize olanak sağlamıştır. Yaşamın bir pratiği niteliğinde de olan oyun fiziksel, psikolojik ve sosyal bir aktivitedir. Eğlenmek, günlük hayattan uzaklaşmak, fiziksel antrenman, sosyalleşmek, iletişim kurmak gibi motivasyonlarla oyun oynamaya yönelen bireyler ayrıca kendilerini geliştirme imkanı da bulabilirler. Çevremizle olan uyum sürecine en büyük katkının oyunlar sayesinde olduğunu söylememiz mümkündür. Araştırmayı incelediğimizde oyunun bireylerde uyandırdığı hazlar ve oyun oynama motivasyonları üzerinde durulmuştur. Bireylerin belirli sosyolojik, psikolojik, bilişsel, fiziksel ihtiyaçlar doğrultusunda oyun oynadıkları ve bu ihtiyaçları oyun aracılığıyla doyumaya çalıştıkları söylenmektedir. Oyun sayesinde bir çok değer elde edebilen bireyler sosyalleşme ile birlikte iletişimi kuvvetlendirebilir, eğlenerek mutlu olabilir, fiziksel aktivitede bulunarak da sağlıklı olabilir. Bunların yanında oyun çerçevesi içinde rakipleriyle de bir yarışa giren bireyler elde ettikleri galibiyetle de büyük bir hazza sahip olur, özgüven kazanır ve hayatında olumlu sonuçlara yol açabilir. Özellikle çocukların zihinsel gelişimi için önemli bir konuma sahip olan oyun kavramı hayatımızın önemli bir parçasıdır. Elde edilen bulgular neticesinde klasik oyun diye tabir edilen fiziksel aktiviteye dayalı, dijital bir ortam barındırmayan oyunların yararlarından bahsedilmiştir. Klasik oyun mantığını ve dinamiklerini de içinde barındıran dijital oyunlar temelinde aynı haz ve duygulara hitap etmektedir. Araştırma klasik oyunların bireylerin zihin gelişimleri ve diğer fiziksel, sosyal, davranışsal gelişimleri de ele alıp bizim çalışmamıza fayda sağlayabilecek şekilde değerlendirmiştir. Elde edilen bulgular göz önüne alınarak oyun kavramını değerlendirmede çalışmadan faydalanılacaktır.

Araştırmalardan yedincisini Demirel ve ark. (2019) lise öğrencileri ve oyunlar konusunda yapılmıştır.

Günümüz dünyasında kentlerde yaşam oranı ve insan nüfusu hızlı bir artış göstermektedir. Bu artışla birlikte kentleşmeler artmış, bireylerin fiziksel aktivitede bulunabileceği alanlar daralmış ve kapalı alanlara yönelmelerine sebep olmuştur. Kapalı alanlarda vakit geçirmeye başlayan insanlar dijital medya araçlarına daha da yönelmiş ve özellikle gençler için çok cazip olan dijital oyunlara olan ilgi daha da artmıştır. Bireyler için boş zaman geçirme etkinliği olarak görülen dijital oyunlar, fiziksel etkinlik gerektiren oyunlara kıyasla insanlar üzerinde olumsuz etkilere de sebep olabilmektedir.

Araştırmanın bulgularına baktığımızda dijital oyun oynama motivasyonları göz önüne alınmış ve erkek bireylerin daha fazla dijital oyunlara yöneldiği gözlemlenmiştir. Sınıf düzeylerine göre dijital oyunlara yönelme eğilimlerine bakıldığında bir fark görülmemiş ve bunun nedeni olarak da haftanın beş gününde bireyler sınıf düzeyleri farketmeksizin aynı etkinliklerde bulunması olarak değerlendirilmiştir. Akademik başarı ile dijital oyun oynama arasında bir ilişkinin anlamlı bir farklılığı olmadığı sonuçlanmıştır. Daha önce yapılan çalışmalara bakıldığında da dijital oyunların bireylerin akademik başarısını minimum düzeyde etkilediği gözlemlenmiştir. Bir diğer bulgu ise fiziksel aktiviteye katılım oranı ile dijital oyun oynama motivasyonu arasındaki ilişkidir. Bu bulguda merak ve sosyal kabul alt boyutunda daha az dijital oyun oynayanların not ortalamalarının, hiç oynamayan bireylerle kıyasla anlamlı düzeyde yüksek olduğu sonucu elde edilmiştir. Genç bireyler üzerindeki dijital oyun oynama motivasyonları ve akademik başarıları, sosyal çevresine ve gerçek hayatına etkisine dair ortaya koyduğu sonuçlar ile araştırmanın bulguları çalışmamıza ışık tutabilecek niteliktedir. Günümüz dünyasında dijital oyunlara yönelimin neden arttığını ve ne tür oyunlarla bireylerin gelişimlerinin olumlu yönde etkileneceğine dair sonuçların ortaya konulması yapılacak çalışmalar için yararlı bilgiler içerir.

Araştırmanın sekizincisini Dilmen ve Öğüt (2010) sosyal medya platformları konusunda yapılmıştır.

Yenilenen ve gelişen teknolojiler belki de en çok iletişim alanını etkilemiştir. İnternetin ortaya çıkışı ve mobil cihazların yaygınlaşmasıyla birlikte yeni sosyal paylaşım ağları da doğmuştur. Gündelik hayatın dışında kendine yeni bir kimlik inşa edebilen bireyler belki de günlük hayatta bulamadıkları sosyalleşme motivasyonlarını bu sosyal ağlar sayesinde gerçekleştirme imkanına erişmiştir. Kentleşmenin getirdiği bireyselleşmeyle beraber insanlar kendi köşelerine çekilmiş ve sokağa çıkmak yerine çoğu zaman sosyal paylaşım ağları üzerinden arkadaşlıklar kurup sürdürme yönelimine girmişlerdir.

Araştırmanın geneline baktığımızda internetin zaman ve mekan kavramını ortadan kaldırmasıyla birlikte sosyal paylaşım ağları bireylerin sosyalleşmeleri için araç haline getirdiğini söylememiz mümkündür. Sosyal bir varlık olan insanın günümüzde değişen toplum anlayışıyla birlikte sosyal paylaşım ağları üzerinden bu ihtiyaçlarını giderdikleri açıktır. Teknolojiyle daimi olarak etkileşim içinde olan toplum yeni oluşumları benimsemeli ve hayatına uygulamalıdır. Teknolojiyle iç içe geçmiş günümüz toplumlarında sosyal paylaşım ağlarından uzak durmak, bireyin zamanla kendisini toplumdaki dışarıya itmesine neden olabilecektir.

Yeni medya araçları ile birlikte çevrimiçi dijital oyunlar da bir nevi sosyal paylaşım ağları haline gelmiştir. Bireyler çevrimiçi oyunlar üzerinden iletişim kurabilir, tanışabilir, arkadaş olabilir ve birlikte ortak aktivitelerde bulunabilir. Çevrimiçi oyunlar bir sosyal paylaşım ağı gibi görülebileceğinden bu çalışmada bahsi geçen sosyal paylaşım ağları ve sosyalleşme süreçleri çalışmamıza katkı sağlayacak niteliktedir. Günümüz dünyasında internetin sosyalleşme süreçlerini nasıl değiştirdiğine dair bulgular ortaya koyması çevrimiçi oyunları da kapsayabilmektedir.

Araştırmanın dokuzuncusunu Çelebi (2020) oyun bağımlılığı ve sosyalleşme konusunda yapmıştır. Geleneksel oyunlar ve dijital oyunlar bireyler için bir çeşit sosyal bağlantıdır. Oynanan oyunlarla birlikte farklı insanlarla etkileşime geçen bireyler sosyalleşme ihtiyacını giderebilir. Özellikle ailelerin oyun olgusuna bakış açısı olumsuzdur ve bireyleri asosyalleştirdiğini, akademik olarak geride bıraktığını düşünürler. Araştırmada oyuncuların motivasyonları ile oyun oynama düzeyleri arasında pozitif bir ilişki görülmüştür. Bundan dolayı bireyler kendilerini daha iyi hissettikleri için ve olumlu yönlerini gördükleri için oyunlara yöneldiğini söylememiz mümkündür. Kişiler, kendilerini bağımlı olarak tanımlamadıkları ve oynayıp oynamamak da kendi iradeleri dahilinde olduğunu vurgulamıştır. Özellikle dijital ortamlarda oyun oynayan bireyler kendilerini daha güvenli ve özgür hissettikleri için sosyal ilişkilerini daha rahat ilerletebildiklerini söylemiştir.

Literatüre bakıldığında oyunların sosyalleşme sürecine olumsuz etkisi olduğu görülmektedir fakat araştırma sonuçları değerlendirildiğinde de bunun tersi bir durumla karşılaşmış ve oyuncular için olumsuz etkilerinin görülmediği hatta sosyalleşmelerini kolaylaştıran bir alan olarak gördükleri belirtilmiştir. Araştırmanın bulgularına bakıldığında oyun oynayan bireylerin kendilerini bağımlı olarak değerlendirmediklerine, sosyal hayatın ihmali, iş ve eğitimi aksatma, depresyon, kontrol eksikliği, kaygı bozukluğu, içe kapanıklık, yalnızlık ve agresiflik gibi özelliklere rastlanılmamıştır. Aksine sosyalleşme, arkadaş edinme, özgüven, kendini keşfetme, günlük hayatın stresini atma gibi faydalar sağladığı katılımcılarda görülmüştür. Araştırmada literatürün geneli aksine oyun oynamanın olumlu etkileri olduğu sonucuna varılmıştır fakat oyun düzeyinin de kontrol altında olması gerektiği vurgulanmıştır. Özellikle sosyalleşme sürecine olan etkisi üzerine elde edilen bulgular çalışmamıza katkı sağlayacak niteliktedir.

Araştırmanın onuncusunu Sucu (2020) simülasyon oyunları ve sosyalleşme konusunda yapmıştır. Dijital oyunlar bireylere ikinci bir dünya vadetmektedir. Bu ikinci dünyada bireyler genellikle gerçek yaşamda bulamadıklarını aramaktadır. Çevrimiçi, birden çok katılımcının da bulunabildiği bir yaşam simülasyonu oyunu olan Second Life’ta bireyler günlük aktiviteler gerçekleştirebiliyor, iletişim kurabiliyor, iş ve eğitim gibi unsurlarla ilgilenebiliyor. Çalışmada Second Life oyununu oynayan bireylerin ne gibi motivasyonlarla bu oyuna yöneldiğini ortaya koymak amaçlanmıştır. Günlük hayatın kopyası gibi değerlendirebileceğimiz bu oyunda bireyler gerçek hayatta elde edemedikleri doyumları elde etme ve deneyimleme şansı buluyorlar. İkinci bir yaşam sunan bu oyun bireylere oldukça cazip gelmekte ve bireyler burada yaptığı aktivitelerle psikolojik olarak hazzla ulaşmakta ve günlük hayatlarında daha mutlu olabilmektedir. Araştırmanın bulgularına bakıldığında yapılan anket sonucunda bireyler, gündelik hayatlarında farklı yaşam tarzlarını deneyimlemek için bu oyuna yönelmektedir. Oyun sayesinde diledikleri gibi yaşamak, markalı ve pahalı ürünlere sahip olarak bu ürünleri diğer kullanıcılara göstermek, itibar, güç, prestij, saygınlık, beğenilme, takdir edilme, özenilme ve popüler olma gibi değerlere erişerek doyumlara ulaştıkları gözlemlenmiştir. Gerçek hayatta yeterince sosyalleşemedikleri için, oyun içinde karşı cinsle daha kolay iletişim kurabildikleri için bireylerin bu oyunlara da yöneldiği görülmektedir. Kendilerine yeni bir kimlik ve hayal ettikleri yaşamı deneyimleme fırsatı bulan bireyler, oyun içindeki sanal ürün ve hizmetlere de para harcayarak kendilerine olan inandırıcılığını da arttırmaktadır. Araştırmanın geneline bakıldığında bir simülasyon oyununun hangi kullanım ve doyumlara hizmet ettiği ortaya çıkarılmıştır ve çalışmamıza destek olabilecek bulgular elde edildiği gözlemlenmiştir. İncelenen oyun MMORPG türüyle ortak noktalar barındırmakta ve ulaşılan doyumlar paralellik gösterebilmektedir.

YÖNTEM

Araştırmada nicel araştırma yöntemleri benimsenmiştir ve evren dâhilinde belirlenen örnekleme anket tekniği kullanılarak, 17 maddeden oluşan “Bilgisayar Oyunları Motivasyon Ölçeği” uygulandı.

Araştırma Problemi

MMORPG türündeki dijital oyunların bireylerin sosyalleşmesine etkisi nedir?

Alt Problemler

Araştırmanın alt problemlerini ise şu şekilde sıralayabiliriz:

- MMORPG türünde oyun oynayan bireyler gerçek hayattan kopma yaşar mı?
- Bireylerin MMORPG türünde oyun oynama motivasyonları nelerdir?
- Dijital oyunlar üzerinden sosyalleşmek bireyler için önemli midir?
- Dijital oyunlar bireylerin sosyalleşmesine engel midir?

Araştırma Modeli

Çalışmada, araştırma modellerinden nicel araştırma yöntemleri benimsendi. Araştırma, tarama modelinde betimsel bir araştırmadır. Tarama modelleri, geçmişte olan veya hala devam eden durumları var olduğu biçimiyle betimlemeyi amaçlayan modeldir (Demirel ve ark. 2019). Genel tarama modelleri, çok sayıda elmandan oluşan bir evrende, evren hakkında genel bir yargıya varmak amacı ile evrenin tümü ya da ondan alınacak bir grup örnek ya da örneklem üzerinde yapılan tarama düzenlemeleridir (Karasar, 2003).

Evren

Dijital oyunların bireylerin sosyalleşmesine olan etkisi kapsamındaki araştırmanın evreni Türkiye’de MMORPG türünde oyun oynayan bireylerin oluşturduğu MMORPG Türkiye Facebook grubudur.

Örneklem

Araştırmanın örneklemini ise sosyal medya üzerinden ulaşılan MMORPG Türkiye Facebook grubundan 101 kişi oluşturmaktadır. Örneklem türü ise olasılığa dayalı örneklemdir.

Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak Munusturlar ve Munusturlar (2018) tarafından geliştirilen, 17 maddeden oluşan “Bilgisayar Oyunları Motivasyon Ölçeği” kullanılmıştır. Online olarak hazırlanan anket katılımcılara sosyal medya aracılığıyla iletildi. Yapılan anketle birlikte MMORPG türünde oyun oynayan bireylerin sosyalleşme ve gerçek hayattan kopmalarına dair bulgular elde edildi.

Veri Analizi

Anket sonucunda elde edilen veriler SPSS programından yararlanılarak analiz edildi. Veri programı sayesinde katılımcıların cevaplarına ilişkin dağılımları ve buna ilişkin frekans ve yüzdeleri aktarıldı.

Varsayımlar

Bu araştırmanın temel varsayımı “günümüzde dijital oyunlar bireylerin sosyalleşmesini sağlayan bir mecra olduğu” şeklindedir. Ayrıca araştırmadaki örneklemin evreni temsil ettiği ve veri toplama araçlarının konuyu ölçmede yeterli olduğu varsayılmaktadır.

Sınırlılıklar

Araştırma Türkiye’de MMORPG türünde oyun oynayan bireyler ile anket tekniği ile yürütüldü. Kullanılan ölçekte demografik bilgilere yönelik sorular olmadığı için bu verilere erişilemedi. Araştırmada evrenin tamamına ulaşamayacağı için örneklem ile sınırlıdır. Küresel pandemi dolayısıyla saha çalışması yapılamadı, anket çalışması çevrimiçi yöntemlerle ve 2020 yılı ile sınırlandırıldı.

Tanımlar

Araştırmada geçen başlıca kavramlar aşağıdaki şekilde tanımlanmaktadır:

- Dijital Oyun: Bilişim teknolojileri temelli platformlar (bilgisayar, akıllı telefon, konsol vb.) üzerinden oynanan oyun türleri.
- MMORPG: Türkçe karşılığına baktığımızda “Devasa Çok Oyunculu Çevrimiçi Rol Yapma Oyunu” olarak tanımladığımız, Bireysel veya takım halinde çevrimiçi olarak oynanabilen dijital oyun türü.
- Sosyalleşme: Bireylerin toplum ve başka bireylerle etkileşim içinde olması ve sosyal bağlar kurarak uyum sağlaması.
- Çevrimiçi (Online): Bilişim sistemlerinde internete bağlı olma.

BULGULAR

Yapılan anket sonucunda MMORPG türünde oyun oynayan 101 adet oyuncuya ulaşılmıştır. Genel olarak baktığımızda ankete katılanlar hali hazırda oyuncular olduğu için dijital oyunlar hakkındaki görüşlerin olumlu yönde olduğu görülmektedir. 17 soru ve sosyalleşme, konsantrasyon, kaçış, eğlence ve öğrenme olmak üzere beş boyutun bulunduğu ankette boyutlar içerisinde tutarlılık görülmüştür ve her bir boyutu temsilen bir sorunun frekans ve yüzdelik değerleri aşağıda verilmiştir yalnızca sosyalleşme boyutu altında iki sorunun verileri aktarılmıştır.

Tablo 1: Konsantrasyon ve Farkındalık (Gerçek Hayattan Kopma)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kesinlikle katılmıyorum	9	8,9	8,9	8,9
Katılmıyorum	50	49,5	49,5	58,4
Kararsızım	17	16,8	16,8	75,2
Katılıyorum	20	19,8	19,8	95,0
Kesinlikle katılıyorum	5	5,0	5,0	100,0
Total	101	100,0	100,0	

Çevresel farkındalık ile ilgili olan bu soruya katılımcıların yarısından fazlasının oyun oynadıkları esnada etrafında olup bitenlerin farkında olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların %8,9’u kesinlikle katılmıyorum, %49,5’i katılmıyorum, %16,8’i kararsızım ve %19,8’i ise katılıyorum işaretlemiştir. Oyun oynadığı esnada oyuna

konsantre olup çevresindekilerin farkında olmayan bireyler ise katılımcıların yaklaşık olarak dörtte birini oluşturmaktadır.

Tablo 2: Oyun Oynama Motivasyonları - Eğlence

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Katılmıyorum	2	2,0	2,0	2,0
	Kararsızım	1	1,0	1,0	3,0
	Katılıyorum	66	65,3	65,3	68,3
	Kesinlikle katılıyorum	32	31,7	31,7	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

Oyun oynamanın eğlenceli olup olmadığına dair sorulan soruya katılımcılar, %65,3 katılıyorum, %31,7 kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. Katılımcıların toplam olarak %97 oranında olumlu cevap verdiği görülmüş ve bireylerin dijital oyunları eğlenceli bulduğu ortaya koyulmuştur. Boyutu takip eden diğer sorularda da katılımcıların hemen hemen aynı oranda yanıtlarda bulunduğu görülmüştür.

Tablo 3: Oyun Oynama Motivasyonları - Kaçış

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	3	3,0	3,0	3,0
	Katılmıyorum	16	15,8	15,8	18,8
	Kararsızım	38	37,6	37,6	56,4
	Katılıyorum	33	32,7	32,7	89,1
	Kesinlikle katılıyorum	11	10,9	10,9	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

Sıkıldıklarında ya da yalnız kaldıklarında oyun oynamayı ne denli tercih ettiklerine dair sorulan sorulara katılımcıların cevaplarına baktığımızda kararsızım ve katılıyorum şikkini işaretleyenlerin arasında yakın bir sonuç görülmüştür. Yalnız kaldıklarında ilk kaçış olarak oyunları tercih etmeyen bireylerin oranı %18,3 iken tercih edenlerin oranı %43,6 kararsız olanların yani kesin bir görüş belirtmeyenlerin oranı ise %37,6 şeklindedir. Bu sonuçlar doğrultusunda çoğunluğun kaçış alanı olarak tercih ettiği ilk seçeneğin oyunlar olduğunu söyleyebiliriz.

Tablo 4: Oyun Oynama Motivasyonları - Öğrenme

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	1	1,0	1,0	1,0
	Katılmıyorum	1	1,0	1,0	2,0
	Kararsızım	23	22,8	22,8	24,8
	Katılıyorum	65	64,4	64,4	89,1
	Kesinlikle katılıyorum	11	10,9	10,9	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

Öğrenme boyutu altında bireylere sorulan sorular dijital oyun oynamanın bilgi ve beceri kazandırıp kazandırmadığı, düşünmeye sevk edip etmediğiyle ilgiliydi. Verilen cevaplara bakıldığında bireylerin dijital oyunları öğretici ve kendilerini geliştirici bir araç olarak gördükleri net bir şekilde sonuçlanmıştır. %64,4 oranında katılıyorum cevabı verilmiş ve %2'lik bir oranla negatif şıklar işaretlenmiştir.

Tablo 5: Oyun esnasında diğer bireylerle sosyalleşme

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	4	4,0	4,0	4,0
	Katılmıyorum	8	7,9	7,9	11,9
	Kararsızım	7	6,9	6,9	18,8
	Katılıyorum	50	49,5	49,5	68,3
	Kesinlikle katılıyorum	32	31,7	31,7	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

Oyun oynarken diğer oyuncularla iletişim kurup kurmadıkları sorulduğunda katılımcıların %49,5'i katılıyorum, %31,7'si kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. Bu sonuçlara baktığımızda bireylerin oyun oynamaları ve

oyunlar üzerinden sosyalleşmeleri arasında pozitif bir bağlantı olduğunu söylememiz mümkündür. Katılımcıların %80'inden fazlası oyun oynarken diğer bireylerle iletişim kurduğunu belirtmiştir.

Tablo 6: Oyunların gerçek hayattaki sosyalleşmeye etkisi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kesinlikle katılmıyorum	2	2,0	2,0	2,0
	Katılmıyorum	10	9,9	9,9	11,9
	Kararsızım	9	8,9	8,9	20,8
	Katılıyorum	48	47,5	47,5	68,3
	Kesinlikle katılıyorum	32	31,7	31,7	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

Oyun oynamanın diğer insanlarla olan iletişime etkisi sorulduğunda yanıtlar çoğunlukla olumlu olduğu görüldü. %47,5 katılıyorum, %31,7 kesinlikle katılıyorum ve %9,9 katılmıyorum şeklinde dağılım görülmektedir. Oyunların gerçek hayatta da iletişim kurmalarına yardımcı bir etken olduğunu belirten bireylerin oyunlar ve sosyalleşme arasında pozitif bir bağlantı olduğunu söyleyebiliriz. Tablo 5'te verilen sonuçlarla beraber bireylerin oyun içindeki sosyalleşmesinin sadece sanal dünyada kalmadığını, oyunlar aracılığıyla gerçek hayatta da diğer bireylerle iletişim kurup sosyalleşmeyi olumlu yönde etkilediğini Tablo 6'daki verilerde görebiliriz.

Beş boyutta ele alınan anket çalışmasında bireylerin dijital oyunlar aracılığıyla yeni bilgi ve beceriler edindiği, sosyalleştiği, günlük hayatın stresinden uzaklaşmak için bir kaçış alanı olarak kullandığı bir alan olduğu görülmüştür. Ayrıca dijital oyunlar üzerinden sosyalleşmenin önemli bir etken olduğu tespit edilmiştir. Bireylerin oyunlara yönelmesindeki motivasyonlara baktığımızda sosyalleşme, öğrenme, eğlence, günlük hayattan uzaklaşma gibi başlıca motivasyonlar tespit edilmiştir. Ayrıca dijital oyun oynayan bireylerin gerçek hayattan tümüyle kopmadığı, bir kısım bireyin oyun esnasında dış etkenlere karşı tepkisiz kalabildiği görülmüş fakat bunun sebebi de oyun esnasındaki yüksek konsantrasyon olarak değerlendirmemiz de mümkündür. Buna rağmen bireylerin gerçek hayatta ve sanal dünyada sosyalleşmesinde dijital oyunların olumsuz bir etkisine rastlanmamıştır. Aksine dijital oyunlar aracılığıyla iletişim kuran bireylerin sayısı oldukça fazladır ve bu iletişim sadece oyun esnasında kalmamakta, bireyler oynadıkları oyunlar sayesinde dış dünyada diğer insanlarla da iletişime geçip sosyalleşebilmektedir.

SONUÇ

Oyunlar her zaman insanların bir parçası olmuştur ve hayatlarında varlık göstermiştir (Huizinga, 2006). Teknolojinin ve dünyanın değişmesiyle birlikte oyunlar da değişmiş fakat temel özelliklerini korumayı başarmıştır. Bu özellikler çeşitli etkenlere bağlı olarak önemini yitirse de özellikle bireylerin oyunlar aracılığıyla sosyalleşme olgusu dijital çağda da kendisini korumuş ve varlığını sürdürmeye devam etmiştir.

Anket sonuçlarına bakıldığında dijital oyunlar ve sosyalleşme arasında pozitif bir ilişkiye rastlanmıştır. Bireyler oyun oynarken sosyalleşmekte ve diğer insanlarla iletişim kurup, yeni insanlarla tanışabilmektedir. MMORPG gibi kalabalık gruplar halinde oynanabilen oyunlarda bu etkileşimin daha yüksek olduğunu söylememiz mümkündür. Ayrıca oyunlar aracılığıyla sosyalleşmenin sadece sanal dünyada ve oyun esnasında kalmadığı, bireylerin günlük hayatta da oyunlar aracılığıyla diğer bireylerle iletişime geçtiği görülmüştür. Ortak hobiler etrafında toplanan bireylerin daha kolay iletişim kurabildiğini ve daha çok sosyalleşebildiğini söylememiz mümkündür. Özellikle aynı türde dijital oyun oynayan bireyler birbirlerine karşı bir yakınlık hissettikleri için iletişime daha kolay geçebilmekte ve sosyalleşebilmektedir (Sepetçi, 2017). Araştırmanın bulgularına baktığımızda da gördüğümüz pozitif sosyalleşme ilişkileri bunu destekler niteliktedir.

Oyun oynadıkları esnada çevresel farkındalıklarına yönelik sorulara bireyler çoğunluk olarak, çevresinde olup bitenlerin farkında olduğunu ve sesleri de duyduklarını ifade etmiştir. Dörtte birlik bir kısmı ise sesleri duymadığını, çevresinde olanları fark etmediğini söylemiş ve yüksek konsantrasyonla oyun oynadıklarını belirten yanıtlar vermiştir. Bu sonuçlara paralel olarak bireyler oyun oynadıkları esnada günlük hayatta yapması gerekenleri de unutup unutmadığına dair sorulara aynı oranda cevaplar vermiş ve sonuç olarak oyun oynamanın günlük hayatlarına olumsuz bir etkisi olmadığı görüşü etrafında toplanmışlardır.

Oyun oynamanın bireyleri olumsuz etkilemediğini hatta öğrenmeye ve kendilerini geliştirmeye dair olumlu etkilerinin olduğunu sonucuna varılmıştır. Öğrenme boyutu altında sorulara katılımcıların verdiği cevaplar baskın olarak olumludur. Karşılıklı gruplar halinde oynanan, farklı strateji ve taktiklerle rakiplerin mağlup edilmesi amaçlanan MMORPG türündeki oyunlarda bireyler düşünmeye sevk edildiği ve kendilerini geliştirip, yeni şeyler öğrenebildiği söylenebilir (Gür, 2018). Yapılan anket çalışmasında sorular ve katılımcıların verdiği cevaplar doğrultusunda bu ifadenin desteklendiği görüldü. Oyun oynarken kendilerini geliştirdiklerini ifade eden bireyler aynı zamanda oyun oynamayı da ileri derecede eğlenceli bulduklarına dair sonuçlar sergilemiştir. Oyunların ilgi çekici olduğunu belirten bireyler aynı zamanda oyun oynamanın heyecan verici ve eğlenceli olduğunu da belirtmiştir.

Yapılan araştırma neticesinde bireylerin dijital oyunları sadece boş vakit geçirmek, gerçek dünyadan uzaklaşmak, günlük hayatın stresini atmak dışında bir eğlence aracı olarak gördüğü aynı zamanda yeni bilgi ve beceriler edindiği ve en önemlisi sosyalleşmeleri için önemli bir mecra olduğu ortaya konulmuştur. Gelişen teknolojiler ve değişen dünya ile birlikte yeni medya araçları hayatımızda önemli bir yer edinmiş ve birçok alışkanlığımızın şekilde değiştirmesine neden olmuştur. Yeni teknolojilerin en çok etkilendiği alanlardan biri de iletişim alanıdır, bireylerin iletişim alışkanlıkları değişmiş, evrim geçirmiştir (Ak, 2006). Değişen iletişim anlayışıyla birlikte sosyalleşme anlayışı ve sosyalleşme pratikleri de şekil değiştirerek yeni biçimlerde hayatımızda yer edinmiştir. İnternet ve yeni medya mecraları bireylerin sosyalleşme alışkanlıklarını büyük ölçüde etkilemiştir. Sosyal paylaşım ağları gibi yeni medyanın bir kolu olan dijital oyunlar da bireylerin sosyalleşmesi yönünde önemli bir mecra haline gelmiştir. Geleneksel oyun pratiklerini de içinde barındıran dijital oyunlar internetin ve bilişim teknolojilerin de gelişmesiyle hemen her yaşta ve her gruptan insanın hayatında yer almaya başladı. Bireylerin sosyalleşmesine büyük bir olanak sağlayan oyun, dijital dünyada geçirdiği evrim sonucunda da bu özelliği korumaya devam etmiş ve bireylerin sosyalleşmesine etkisini sürdürmüştür.

MMORPG türündeki dijital oyunlar internet tabanlı ve çok oyunculu bir özelliğe sahip olduğundan ve genellikle gruplar halinde mücadelelerin sergilendiği bir tür olduğundan bireylerin bu oyun çerçevesinde sosyalleştiği ve bunu gerçek hayatlarına da yansıttığı görüldü. Genel olarak ülkemizdeki ve dünyadaki dijital oyun algısına bakıldığında bireyleri asosyalleştirdiği ve geliştirmek yerine körelttiği görüşleri hâkimdir (Sucu İ. , 2020). Fakat yakın dönem oyuncu pratiklerine ve değişen oyun mekaniklerine bakıldığında bireylerin sosyalleşmesinde dijital oyunların etkisinin olumlu yönde olduğu görülmektedir.

Kent yaşamının yaygınlaşması ve fiziksel aktivitede bulunacak alanların daralmasıyla birlikte insanların sosyalleşme olanakları daralmış ve bu yöndeki alışkanlıkları da şekil değiştirmiştir (Ağaç & Gündüz, 2019). İşe ve okul gibi arta kalan zamanlarda yeni medya araçlarında vakit geçiren bireyler sosyalleşmek için dijital oyunları bir araç olarak görmektedir. Bu oyunlar çevresinde birleşen insanlar yeni arkadaşlıklar edinebilmekte, bunları gerçek hayata da yansıtabilmektedir.

Araştırma kapsamında yapılan anket çalışmasının sonuçlarına baktığımızda da dijital oyunların bireylerin sosyalleşmelerini olumlu yönde etkilediği görülmektedir. Oyunlar aracılığıyla bilgi ve beceri kazandığını belirten bireyler aynı zamanda eğlenceli bir dünyaya katıldıklarını ve zamanlarını eğlenerek, öğrenerek, sosyalleşerek geçirdiklerini belirtmiştir. Günlük hayatın stresinden uzaklaşmak için bir kaçış alanı da olan dijital oyunlar olumlu yönleriyle de bireylerin hayatlarına katkı sağlayabilmektedir. Günümüz dünyasında hayatımızın bir parçası haline gelen dijital oyunlar sadece eğlenceli zaman geçirmek ve boş zaman aktivitesi için değil, tıpkı bir kafede arkadaşlarla buluşup vakit geçirmek gibi insanların bir araya geldiği ve sosyalleşerek eğlenceli vakit geçirdiği mecralar haline gelmiştir.

KAYNAKÇA

- Ağaç, S , Gündüz, U . (2019). Kitlelerin Yeni Göç Mekânları Olarak Sosyal Medya Ve Sanal Göç İlişkisi . Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD) , 5 (2) , 466-490 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/intjcss/issue/51161/654387>.
- Ak, E. (2006). *Bilgisayar Teknolojisi Eşliğinde Mekan Kavramının Dönüşümü - Yeni Mekan Tanımlamaları*. (Yayın No: 223588) [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü].
- Akgül, T . (2019). Neden Oyun Oynamalıyız. Görünüm , 5/6 (5/6) , 15-23. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/gorunum/issue/45855/579133>
- Alver, F. (2011). Niklas Luhmann. B. Çoban (Ed.), *Kadife karanlık 2* (s. 141-172). Su Yayınevi.
- Argün, D. (2019). *Tüketim Kültürünün Yeniden Üretildiği Bir Kitle İletişim Platformu Olarak Dijital Oyun Sektörü*. (Yayın No: 566012). [Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü].
- Arık, M. A. (2020). *Twitch Platformu Kullanım Motivasyonu: Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Çerçevesinde Bir Araştırma*. (Yayın No: 644905). [Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü].
- Askeroğlu, E. D. (2017). *Dijitalleşme Sürecinde Dönüşen Kültür ve Yaşar Tarzları: Kuşaklar Üzerine Bir Tipoloji Araştırması*. (Yayın No: 470216) [Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü].
- Batuş, G. (2005). Neil Postman. N. Rigel, Nigel N. (Ed.) *Kadife karanlık* (s. 261-276). Su Yayınevi.
- Batuş, G. (2011). Walter Ong. , B. Çoban (Ed.), *Kadife karanlık 2* (s. 173-193). Su Yayınevi.
- Baudrillard, J. (2011). *Simülakrlar ve Simülasyon*. (O. Adanır, Çev.), Doğu Batı Yayıncılık.
- Bostancı Ege, G . (2012). Siber Kültür ve Sosyal Oyunlar: Karşılaştırmalı Örneklerle Sosyal Oyun Deneyimi Üzerine Bir Çözümleme . Folklor/Edebiyat , (72) , 145-152 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/fe/issue/26037/274232>
- Burckhardt, J. (2018). *İtalya'da Rönesans Kültürü*. (B. Baykal, Çev.) Devlet Kitapları.

- Demirel, H , Cicioğlu, H , Tekkurşun Demir, G . (2019). Lise Öğrencilerinin Dijital Oyun Oynama Motivasyonu Düzeylerinin İncelenmesi . *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 21(3), 128-137.
Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ataunibesyo/issue/48912/614554>
- Çelebi, E . (2020). Oyun Bağımlılığının Sosyalleşme Sürecine Yönelik Motivasyon Üzerindeki Rolü . *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi* , 8(1) , 643-668 . DOI: 10.19145/e-gifder.559199
- Ersungur, O., & Canbaz, E. (2019). Roger Caillois ve Agon: Dijital oyundan E-Spor'a. *1. Uluslararası Oyun Kongresi Bildiriler Kitabı* (s. 203-212). içinde Vizetek Yayıncılık.
- Ferhat, S . (2016). Dijital Dünyanın Gerçekliği, Gerçek Dünyanın Sanallığı Bir Dijital Medya Ürünü Olarak Sanal Gerçeklik . *TRT Akademi* , 1 (2) , 724-746 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/trta/issue/23620/252178>
- Fiske, J. (2003). *İletişim Araştırmalarına Giriş* (S. İrvan, Çev.) Bilim ve Sanat Yayınları.
- Göktepe, U. D. (2020). *Yeni Medya Kültürü Bağlamında Çevrimiçi Rol Yapma Oyunları: Kullanıcı Motivasyonları Üzerine Nitel Bir Araştırma*. (Yayın No: 624397) [*Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*].
- Gözüaçık, S. (2019). *Dijital Toplumlarda Benlik Sunumu*. (Yayın No: 586059). [*Yüksek Lisans Tezi, Mardin Artuklu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*]
- Gündoğdu, R. (2013, 10 1). *Sosyalleşme ve Sosyalleşme Süreci*. www.researchgate.net:
https://www.researchgate.net/publication/315386774_SOSYALLESME_VE_SOSYALLESME_SURECI
CI adresinden alındı
- Gündüz, U . (2011). Kitlesel Katılımlı Çevrimiçi Rol Yapma (Mmorpg) Oyunlarının Ergenlerdeki Etkileri Üzerine Bir Bağımlılık Araştırması. *Marmara İletişim Dergisi* , (18) , 102-125 .
Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/maruid/issue/25223/266789>
- Gür, M. R. (2018). *Çok Oyunculu Dijital Oyunlarda Oyun Oynama Pratikleri: Moba Ve Mmorpg Oyunları Üzerine Karşılaştırmalı Bir İnceleme*. (Yayın No: 522125) [*Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*]
- Gürbüz, A. B. (2020). *Extended Realities: Gerçeklerin Teknolojileri, İmmersion ve Oyun*. E. Süngü, & B. Bostan içinde, *Türkiye'de ve Türkiye'den Oyun Çalışmaları* (s. 191-217). Nobel Yayıncılık.
- Huizinga, J. (2006). *Homo Ludens Oyunun Toplumsal İşlevi Üzerine Deneme*. (M. Kılıçbaş, Çev.), Ayrıntı Yayınları.
- Karaduman, M , Acıyan, E . (2020). Baudrillard'ın Simülasyon Kuramı Bağlamında Dijital Oyunlar Ve Bağımlılık Üzerine Bir Değerlendirme . *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , 22 (1) , 453-472 . DOI: 10.26468/trakyasobed.550935.
- Karagülle, A , Çaycı, B . (2014). Ağ Toplumunda Sosyalleşme Ve Yabancılaşma . *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication* , 4 (1) , 1-9 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tojdac/issue/13016/156815>
- Koçak, H , Köse, Z . (2014). Ergenlerin Bilgisayar Oyunu Oynama Alışkanlıkları Ve Sosyalleşme Süreçleri Üzerine Bir Araştırma (Kütahya İli Örneği) . *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , Kütahya Özel Sayısı , 21-32 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/dpusbe/issue/31943/352201>
- Koçyiğit, S , Tuğluk, M , Kök, M . (2010). Çocuğun Gelişim Sürecinde Eğitsel Bir Etkinlik Olarak Oyun . *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi* , 0 (16) , 324-342 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ataunikkefd/issue/2777/37245>.
- Mısırlı, G. (2018). *Oyunun Toplumsal Ve Kültürel İşlevini Yitirisi: Gelenekselden Dijitale Oyun Kavramının Yapısal Dönüşümü* (Yayın No: 528222) [*Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*]
- Munusturlar, M.A. ve Munusturlar, S. (2018). Bilgisayar Oyunları Motivasyon Ölçeğinin geliştirilmesi. *Sportmetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*. 17(3), 81-90.
- Öcal, D . (2019). Teknolojik Yeniliklerin Yönetimi Ve Tüketen Bireyin Dönüşümü. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi* , 9 (2) , 97-115 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/e-kiad/issue/51167/656636>.
- Özçetin, B. (2018). *Kitle İletişim Kuramları*. İletişim Yayınları
- Özgül, M. (2017). Kolektif ve Bireysel Kimlikler Bağlamında Sosyal Bütünleşme. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 383-400. Retrieved From <http://sbedergi.sdu.edu.tr/assets/uploads/sites/343/files/28-sayi-yazi21-12112017.pdf>
- Parlak, İ , Öztürk, E . (2018). Bireyler ve Birey Olamayan Bireyler: Liberalizm ve 19. Yüzyılın Çelişkileri . *Mülkiye Dergisi* , 42 (4) , 565-592 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/mulkiye/issue/44592/675598>.
- Polat, G. D. (2020). Esporun Doksa Kavramı Üzerinde Sosyokültürel Örüntülerinin Bir Analizi. E. Süngü, B. Bostan (Ed.), *Türkiye'de ve Türkiye'den Oyun Çalışmaları* (s. 259-284). Nobel Yayıncılık.

- Sepetçi, T. (2017). *Dijital Oyuncular, Dijital Oyuncular: Karşı Hegemonya Pratikleri ve Sosyal Etkileşim*. (Yayın No: 475245) [*Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*]
- Sezgin, S. (2020). Gündelik Hayat ve Kültür Ekseninde Dijital Oyunları Yeniden Düşünmek. E. Söngü, B. Bostan (Ed.), *Türkiye'de ve Türkiye'den Oyun Çalışmaları* (s. 309-331). Nobel Yayıncılık.
- Sucu, İ. (2020). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı perspektifinden dijital oyunlar ve Second Life örneği . *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi* , 5 (9) , 44-57 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader/issue/54040/679074>.
- TDK. (2020, Kasım 1). *Türk Dil Kurumu (t.y.)*. Türk Dil Kurumu (t.y.): <http://www.tdk.gov.tr/> adresinden alındı
- Tezel, Y. (2016). *Bilgisayar Oyunları Tarihi*. Sokak Kitapları.
- Tinç, K. (2020). Türkiye'de Dijital Oyun Kültürü ve Oyun Temelli Öğrenmeyle Etkileşimi. E. Söngü, B. Bostan (Ed.), *Türkiye'de ve Türkiye'den Oyun Çalışmaları* (s. 63-78). Nobel Yayıncılık.
- Tur, S. (2019). *Dijital Sosyalleşme Sürecinde Kuşaklararası Sosyal Ağ Kullanımına Yönelik Facebook Kullanımı Üzerine Bir Araştırma*. (Yayın No: 572801), [*Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*].
- Ulutaş, E , Gökçen, A . (2019). Toplum Tipleri ve Yalnızlık Halleri . *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi* , 10 (17) , 1809-1835 . DOI: 10.26466/opus.519612.
- Yayalar, H. (2020). Rol Yapma Oyunlarında Zorluk Derecesinin Alt Tür Oluşumuna Etkisi. E. Söngü, B. Bostan (Ed.), *Türkiye'de ve Türkiye'den Oyun Çalışmaları* (s. 231,258). Ankara: Nober Yayıncılık.
- Yaylagül, L. (2014). *Kitle İletişim Kuramları*. Dipnot Yayınları.
- Yegen, C . (2018). Utopian and Dystopian Approaches to Technology and Communication Technologies: With The Examples of The Jetsons and Westworld . *Gaziantep University Journal of Social Sciences* , 17 (3) , 959-979 . DOI: 10.21547/jss.417975.

DİJİTAL REKLAMCILIĞIN POPÜLER KÜLTÜRE ETKİSİ

Dr. Öğr. Üye. Çiğdem ÇALAPKULU
Sakarya Üniversitesi, İletişim ve Tasarımı
ccalapkulu@sakarya.edu.tr

Nurul ZELDA APRILLA
Yüksek Lisans Öğrencisi

ÖZET

Son on yıl içinde teknolojinin dijital reklam dünyasına girmesiyle dijital reklamcılığın daha hızlı gelişmesi sağlanmıştır. Dijital reklamcılığın temel faydalarından biri, yeni ürün ve hizmetleri olabildiğince çabuk tanıtmaktır. Bu, gerçek dünyadaki tüketiciler için alternatif bir ortam yaratmaktadır. Bu aynı zamanda, satın alma kararları alma sürecinde çevrenin toplumun alışkanlıklarını etkilediği için toplumda var olan popüler kültürle de ilgilidir. Nerede olursa olsun, insanlar internet üzerinden veya cep telefonları üzerinden bilgiye kolayca erişebilmektedir. Böylece dijital dünyaya katılan insan sayısı çok hızlı bir şekilde artmaktadır. Bu internet bağlantısı sayesinde dijital reklamlar *gadget* kullanıcılarını kolayca takip etmektedir. Bu çalışma, dijital reklamcılığın toplumdaki popüler kültür üzerindeki etkisine odaklanmaktadır. Dijital medyadaki reklam örnekleri analiz edilerek insanlar üzerindeki etkilerinin neler olduğu araştırılacaktır. Dijital reklamcılığın dönüşümünü, interaktif reklamcılık, sanal gerçeklik reklamları, sosyal medya reklamları ve artırılmış gerçeklik ile toplumdaki popüler kültür aracılığıyla açıklamaktadır. Çalışmanın bir sonraki kısmında ise bulgular ve analiz sonuçlarına değinilecektir. Bu analiz sonucu dijital reklamcılığın en çok hangi mecrada kullanıldığı ve en çok toplumun hangi yapısını etkiliyor olduğu incelenecektir. Bu araştırma, dijital reklamcılık ve bunun popüler kültür üzerindeki etkisi ile ilgili sonuçlarla tamamlanmaktadır. Video, metin veya resim gibi dijital reklamların her platformdaki toplumu değiştirmedeki etkilerini anlamak önemlidir. Bu çalışmanın amacı ise dijital reklamcılığın popüler kültür üzerindeki etkilerini ve biçimlerini araştırmaktır.

Anahtar kelimeler: Dijital Reklamcılık, Popüler Kültür, Sosyal Medya, İnteraktif Reklamcılık, Sanal Gerçeklik Reklamları.

ABSTRACT

In this decade, technology has been developing faster, entering the digital advertising world. One of the main benefits of digital advertising is to promote new products and services as quickly. This creates an alternative environment for real-world consumers. This is also related to the popular culture existing in society, where the environment influences the habits of the society in the process of making purchasing decisions. Wherever you are, people can easily access information on the internet or on their cell phones. Thus, the number of people participating in the digital world is increasing very rapidly. Thanks to internet connection, digital ads easily follow gadget users. This study focuses on the impact of digital advertising on popular culture in society. The effects on people will be investigated by analyzing advertisements in digital media. It explains the transformation of digital advertising through interactive advertising, virtual reality ads, social media ads, and augmented reality and popular culture in society. The next part of the study is based on partial findings and analysis results. As a result, in which medium is digital advertising mostly used and which structure of the society it affects most, it will be examined. This research is complemented by results on digital advertising and its impact on popular culture. It is important to understand the effects of digital ads such as video, text or images in changing the society on each platform. The aim of this study is to investigate the effects and forms of digital advertising on popular culture.

Key Words: Digital Advertising, Popular Culture, Social Media, Interactive Advertising, Virtual Reality Ads

GİRİŞ

Günümüzde reklam dünyasının gelişiminde, teknolojinin gelişmesiyle birlikte, oldukça yenilik yaşamaktadır. Günlük yaşamda reklam, mal ve hizmetleri tanıtmak için bir araç olarak kullanılmaktadır. Üreticilerin tüketici güvenini arttırmak için kullandıkları reklamlar sayesinde tüketiciler için ürün alternatifleri genişletmektedir. Reklamlar aracılığıyla tüketiciler çeşitli ürünlerin varlığını öğrenebilmektedirler.

Reklam artık hem üretici firmalar için hem de bir anlamda tüketici için vazgeçilmez bir olgu durumuna gelmiştir (Topsüner, Elden, ve Yurdakul, 2014: s. 59). Gayri resmi olarak, gayri resmi reklamlar ağızdan ağıza yapılabilen reklamlar sayesinde şirketler yakın ortamda çok fazla maliyet olmadan reklam verebilmektedir. Oysa çok sayıda insana ulaşmaya yönelik reklamların genellikle daha geniş medya aracılığıyla yapılması gerekir (Dyer, 2015: s. 3).

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte, reklamlar artık dijital dünyaya girmiştir. Dahası, dijital medya reklamcılık için sürekli olarak gelişmeler yaşayan yeni bir araç haline gelmektedir. Murphy'e göre yeni medyanın bilgisayarlarla dijital medya formatlarını dijital hale getirerek gelişmiş medya teknolojisine dayalı formatlar oluşturacağı açıklanmaktadır (Öztürk, 2013: s. 8).

Teknolojinin reklam alanına girmesiyle birlikte dijital reklamcılık önemli satışlar yapmanın yollarından biri haline gelmektedir. İnternet kullanıcıları arttıkça, dijital reklam yoluyla satış rekabeti de zorlaştırmaktadır. Pazarlamacılar, dijital reklamcılıktaki çeşitli ilginç içeriklerle tüketicilerin ilgisini çekmek için yarışmaktadır.

Araştırmacılara göre, dijital reklamcılığın etkinliği iki şeye bağlı olabilir. Birincisi, çevrimiçi reklamcılığın hedef kitlesi genellikle genelleştirilmiştir ve tanımlanması zordur. İkincisi, bir ürünün şirketi internette yapılan reklam kampanyalarının olumlu etkilerini abartabilir. Dinleyicileri güvenilir bir şekilde tahmin etmek için deneysel bir temel kullanılır (Fill, Hughes, ve De Francesco, 2013: s. 247).

Dijital reklamcılığın, Google, YouTube ve diğer çeşitli sosyal medya gibi dijital medya yoluyla satın alma işleminin her aşamasında tüketicilere ulaşmak için İnternet üzerinden veri tabanlı bir reklamcılık stratejisi olduğu sonucuna varılabilir.

Dijital reklamcılıkta, İnternet teknolojisinde reklam yayınlamak için iki optimizasyon vardır, yani Arama Motoru Optimizasyonu (SEO) ve Arama Motoru Pazarlaması (SEM). Arama Motoru Optimizasyonu (SEO) ve Arama Motoru Pazarlaması (SEM) hakkında açıklama yapabilir. Arama Motoru Optimizasyonu kelimenin tam anlamıyla web sitelerini optimize eden web sayfaları tasarlama çabasıdır, böylece işlerine öncelik verilir ve doğal veya organik arama sonuçlarında olabildiğince üst sıralarda yer alır (Fill, Hughes ve De Francesco, 2013: s. 248).

Arama Motoru Pazarlaması ise arama motoru sponsorlu bağlantılarında veya sponsorlu sonuç kutularında görünen ücretli metin reklamları ifade eder. Arama Motoru Pazarlaması, hedef kitleye göre anahtar kelimeler kullanarak markaları tüketicilerle eşleştirmeyi veya optimize etmeyi amaçlamaktadır. Arama Motoru Optimizasyonu ve Arama Motoru Pazarlaması kullanımı, her ürünün dijital reklamcılığının ihtiyaçlarına bağlıdır. Bir şirketin düşük reklam maliyetleri varsa, Arama Motoru Optimizasyonu'dan en iyi şekilde faydalanabilir. Bununla birlikte, yüksek bir maliyetli reklamlar için *Google Adwords*'u kullanarak, pazarlanacak ürün web sitesi Google'ın ilk sayfasında yer alması sağlanabilir.

Google Adwords sisteminde en iyi dönüşümleri elde etmek için, reklamınız Google'da veya Google'ın arama ortaklarında görüldüğünde, birçok soruna, özellikle de doğru kelimelerin seçimine odaklanılmalıdır. Google Adwords sisteminde en iyi dönüşümleri elde etmek için, reklamın Google'da veya Google'ın arama ortaklarında görüldüğünde ve doğru kelimelerin seçimine odaklanılmalıdır (Odabası, 2018: s. 129).

İnternetteki arama motorlarında arama yapmak, tüketicilerin bir ürün hakkında bilgi bulmasını çok kolaylaştırır. Bu kolaylık, şu anda akıllı telefonlar ve ya tabletler gibi araçlara bağlı olan tüketicilerin teknoloji alışkanlıkları tarafından desteklenmektedir. Aygıtlar aracılığıyla yapılan dijital reklamcılık, mobil pazarlama olarak adlandırılabilir. Dijital reklamcılık cep telefonlarında da yaygın olarak kullanılmaktadır. (Varnalı, Toker ve Yılmaz, 2011: s. 5)' göre hücresel pazarlama, müşteri değerinin bir hücresel ortam üzerinden kablosuz olarak oluşturulması, ucuz, ölçülebilir, etkileşimli, kişiselleştirilmiş ve hedeflenmiş bilgi sunumu sağlanması ve sunulmasıdır.

Yukarıdaki anlayıştan hareketle, şu anda hücresel pazarlamanın şirketlerin tüketicilere ürün satmak için bilgi aktarmalarını kolaylaştırdığı anlaşılabilir. Böylece tüketiciler, ürünü almaya karar vermeden önce dijital medya aracılığıyla ürün bilgilerini daha kolay arayabilirler.

"Biz Sosyaliz" ve "Hootsuite" (*We Are Social* ve *Hootsuite*) şirketi dünyanın en büyük dijital araştırma kurumlarından biridir. Küresel Dijital Rapor 2018'in kısa bir özetinde Türkiye'de 81.33 Milyonluk nüfusun %67'si internet kullanıcısının olduğunu göstermektedir ve Türkiye'de toplam 54.33.000 internet kullanıcısı bulunmaktadır. Toplam nüfusun %63'ü aktif sosyal medya kullanıcısıdır. Türkiye'de toplam 51 Milyon sosyal medya kullanıcısı vardır. Türkiye'de İnternet kullanıcılarının %90'ı mobil kullanıcıdır.

Bu bilgilere ek olarak; 2019 yılında internet kullanıcısı sayısı 4.38 milyar (2018 yılında 4.021 milyar idi) olmuştur. Bu, toplam nüfusun %57'sine denk gelmektedir. İnternet kullanıcı sayısında yıllık % 9 oranında bir artış vardır.

Türk nüfusunun %72'si İnternet kullanıcısıdır. Türkiye'de geçen yıla oranla % 9.3 'lük bir artış söz konusudur. Bu büyüme ile internet kullanımında tüm dünya sıralamasında Türkiye 14. Sırada yer almaktadır. Ayrıca 2019 yılında sosyal medya kullanıcılarının sayısı 3.484 milyar (2018 yılında 3.196 milyar kişi idi) kişiye ulaşmıştır. Bu, toplam kullanıcıların %45'ine denk gelmektedir. Sosyal medya kullanıcıları sayısında ise yıllık %9 oranında bir artış vardır. 2018 ve 2019 yıllarında Biz Sosyaliz ve Hootsuite'e göre, dijital dünyanın gelişimi hakkındaki verilerden aktif internet kullanıcılarının, özellikle de Türkiye'de bir artış olduğunu göstermektedir.

İnternete erişebilen nüfus yoğunluğundan dolayı dijital reklamlar kimi zaman hedef tüketicilere ulaşmada belirsizlik de yaşamaktadır. Örneğin, kadınlar için olan ürünlerin reklamları, erkek nüfusunun yoğun kullanıldığı spor sayfasında görünmektedir. Bununla birlikte, bu belirsizliği önlemek ve hedef kitlenin verilerini elde etmek için hedef pazarla uyumlu mesajlar oluşturabilmesi için teknolojik gelişmeleri daha iyi kullanarak fırsatlar yaratabilir. Temelde dijital dünya bir kerede çok geniş olduğu için spesifik olarak yönlendirilebilir.

Mobil internet siteleri pazarlamacıların müşterilerine, elde taşınır cihazlarına indirilebilecek markalı içerik sunmalarını sağlayan uygun bir kanaldır. Günümüzde, birçok küresel marka duvar kağıtları, zil sesleri, müzik, video ve oyunlar gibi elde tutulan cihazlarda mobil içeriğe sahiptir (Varnalı, Toker ve Yılmaz, 2011: s. 19).

Dijital reklamcılığın içeriğinin geliştirilmesi, daha önce geleneksel reklamcılığa alışmış tüketicilerin alışkanlıklarını değiştirmektedir. Dijital reklamlar, reklam verenler için de kolaylaştırıcıdır, çünkü reklam kampanyalarının performansını gerçek zamanlı olarak izleyebilir ve reklamlarını gören ve reklamlarıyla etkileşime giren kişilerin demografik özelliklerini, ilgi alanlarını ve alışkanlıklarını öğrenebilirler.

Buna karşılık, geleneksel reklamcılık veri açısından asgari bilgiler vermektedir. Geleneksel reklamcılıkta reklam verenler reklam kampanyalarının performansını doğrudan ölçemez. Dijital medyadaki kampanyalarda başarıyı ölçmek kolaydır. Bu nedenle, dijital reklamcılık genellikle geleneksel reklamcılığa akıllı bir alternatif olarak görünmektedir. Dijital reklamcılığın yaygınlaşması ile birlikte toplumda popüler kültürde değişiklikler gerçekleşmektedir. Bu araştırmanın da ana konusu olan dijital dünyanın gelişimini takip bireylerde dijital reklamların popüler kültür üzerindeki etkisi araştırılacaktır.

Kitle iletişiminin etkisiyle popüler kültürde olduğu gibi yaşamın her alanı yoğun bir şekilde etkilenir. Reklam üretimleri seçkinler tarafından planlanır ve kontrol edilir ve büyük kitleler tarafından tüketilmesi beklenir. Üretilen dijital reklamlardan etkilenen popüler bir kültür yaratılır. (Alemdar ve Erdoğan, 1994: s.7).

Popüler kültürü tanımlamak çok zor bir kavramdır. Hızlı üretim ve tüketim kültürü olan popüler kültür kendini; müzikten yeme ve içmeye, kıyafetlerden giyime spor kadar hayatın birçok alanında göstermektedir. Dün popüler olan bir ürün ve bugün popüler olmayabilir. Popüler kültür sürekli değişim ve gelişme içindedir; Popüleritesi nedeniyle bir isim marka, tüketicilere yeniyi sunmak zorundadır. Günlük yaşam kültürü ve vazgeçilmez popüler kültür ürünlerinin oluşumunda kitle iletişim araçlarının etkisini görmezden gelinemez.

Popüler kültür üreticisi, kitle iletişim araçlarıyla bilgiyi pompalayarak topluluk için popüler kültürü şekillendirir. Bu bilgi sağlıktan, bu politikadan spora, eğitime kadar her alanda kendini gösterir. Bu bilgi insanların günlük yaşamlarını etkiler, günlük yaşam kültürü çok popüler kültürel etkileri insanlara en kısa ve en hızlı şekilde aktarır. Kitle iletişim araçları, modern dünya kültürü görüşler üzerinde büyük etkisi vardır. Popüler kültürde kitle iletişimi sosyal yaşam yapılarına girerek bireylerin sosyal ve bireysel yaşam tarzları oluşumunu yenden şekillendirirler. Özellikle her toplumda geniş kitlelere ulaşabilen televizyon, insanların evlerine, yaşamlarına, kültürel değerlerine girerler ve orada değişimi başlatırlar.

Dijital reklamcılığın gelişmesiyle birlikte gelişen popüler kültürlerden biri de mobil ödeme hizmetidir. Şu anda e-ticaret yoluyla yapılan satışlar da hızla artmıştır. Bunun bir örneği çevrimiçi bilet satışları için geçerlidir. Geçmişte, insanlar seyahat bileti almak için doğrudan terminale veya istasyona gitmek zorunda oldukları halde şu an çevrimiçi olarak daha pratik bir yöntemle biletler satın alabilir ve çevrimiçi ödeme yapabilmektedirler. Çevrimiçi siteler dijital reklamcılık için de kullanılır. Mobil ödeme sistemleri, günlük harcamalar ve sanal içerik şeklinde çeşitli mikro ödemeler için uygundur. Hücresel ödeme paketlerinde, hücresel şebeke operatörleri, kredi kartı sağlayıcılarının rolüne benzer şekilde faturalandırma sorumluluğunu üstlenir. Ana değer önerisi kolaylıktır (Varnalı, Toker ve Yılmaz, 2011: s. 29-30).

Dijital dünyanın gelişimi olarak, Türkiye'nin çeşitli bölgelerinde e-ticaret bile Türkiye'de hızlı bir gelişme yaşanmaktadır. Türkiye'deki bazı çevrimiçi alışveriş siteleri Gitti Gidiyor, Hepsiburada, Araba.com ve Trendyol gibi sitelerdir. Çevrimiçi alışveriş alışkanlıkları, alışılmışın içinden geçmeye başlayan popüler halk kültüründe bir değişiklik sağlar. Katkıda bulunan faktörlerden bazıları, çevrimiçi alışverişin, ürünleri ve ödeme yöntemlerini seçmek için daha çeşitli olan çok fazla tanıtım, zaman ve emek tasarrufu sağlamasıdır.

AMAÇ

Dijital reklamcılık dünyası, teknolojinin gelişmesiyle birlikte gittikçe daha da gelişmekte olduğundan, reklam vermek için kullanılan medya, internet bağlantıları aracılığıyla da giderek yaygınlaşmaktadır. Günümüzde cep

telefonları ve akıllı telefonlar ve tablet bilgisayarlar gibi taşınabilir bilgisayar aygıtları kullanarak iletişim kuran mobil iletişim de insanların günlük ihtiyaçları haline gelmiştir.

Günümüzde bilgisayar veya mobil cihazlardan internet bağlantısıyla mobil iletişim, günlük insan hayatında artmaktadır. Varnalı, Toker ve Yılmaz'a göre başlangıçta cep telefonları bir kişi ile bir başkası arasındaki iletişim için kullanılmaktaydı (2011: s. 2). Bununla birlikte, günümüzde cep telefonları internet üzerinden gelişerek dijital reklam medyası olarak kullanılmaktadır. Elbette bu, daha önce cep telefonlarına bağımlı olmayan bir toplumda popüler kültürde değişikliklere yol açmaktadır ve bireyleri mobil telefonlara daha bağımlı hale getirmektedir.

Ayrıca, insanların dijital reklamcılığa erişimindeki alışkanlıkları reklam verenleri de daha büyük ölçekli dijital pazarlama kampanyaları için daha agresif bir şekilde yürütmelerini sağlamıştır (Varnalı, Toker, ve Yılmaz, 2011: s. 2):

Hücrel teknolojiye son gelişmeler, hem elde taşınır cihazların özellikleri hem de temel altyapı, hücrel kanalları karmaşık iş alanlarına dönüştürdü ve burada kısa mesaj, multimedya hizmetleri ve hücrel internet kullanarak çeşitli pazarlama kampanyaları başlattılar. Şimdi hücrel ortam, iş organizasyonları tarafından sağlanan çeşitli hizmet türleriyle de ilgilenmektedir. Örneğin, alışveriş yaparlar ve kendilerini eğlendirirler.

Dijital teknolojinin gelişimi, Facebook, Twitter, Instagram gibi toplulukta ve Whatsapp, Line ve diğerleri gibi iletişim platformlarında giderek daha fazla gelişen sosyal medya da yaratmaktadır. Bu sosyal medya sayesinde dijital reklam, video, resim veya metin yoluyla daha kolay yayılabilmektedir.

Pazar iletişimi takibi, yarışmacıların faaliyetleri, reklam verenler için faydalı olabilir (Fill, Hughes, ve Francesco, 2013: s. 261). Dijital reklamcılığın reklamverenler için avantajları bunlardan biri de rakiplerinin ürünlerini pazarlamada nasıl olduğunu öğrenebilir. Böylece bir ürünün reklamverenleri ve şirketleri, dijital medyada reklam vermek için stratejileri daha kolay ayarlayabilir.

Dijital reklamcılık dolaylı olarak tüketicilerin davranış ve beklentilerinde değişiklikler sağlayacaktır. Dijital reklamcılıktaki çeşitli ilginç içeriklerle, elbette tüketicilerin çeşitli içeriklerle ilgilenmelerini ve ilgilerini çekmelerini sağlayacaktır. Örneğin, sosyal medyada viral bir reklam kampanyası vardır, tüketiciler kampanyaya katılmak için doğal olarak dâhil olacaktırlar. Buna ek olarak günümüzde televizyonda reklam izlemeyi seven eski kuşak olarak nitelendirdiğimiz kitle için bilgi edinmedeki ana medyası televizyondur. Oysa genç kuşak, geleneksel medyadaki genellikle daha az çekici olan reklam biçimlerine bakıldığında, eski alışkanlıklarından derhal ayrılmaya ve yeni içerik aramaya meyillidir. Dijital medyadaki bu reklamlar artık genç neslin beğendiği güncellemelere sahiptir. Böylece markanın ileteceği mesajı bu bin yıllık kuşağa tam olarak ulaşmamaktadır. Ancak, bu eski neslin dijital reklamcılıktan zevk alamayacağı anlamına gelmemektedir. Sadece ihtiyaçların reklamverenler tarafından daha iyi araştırılması gerektiğini göstermektedir. Hedef kitlenin kültürü ve alışkanlıkları da daha derinlemesine çalışılmalıdır.

Daha önce geleneksel reklamlara alışkın olan tüketicilerin alışkanlıkları, artık dijital reklamcılık yoluyla bilgi almak için internet üzerinden gelişmektedir. Geleneksel reklamcılık, dijital reklamcılıkla karşılaştırıldığında elde edilen veriler daha kötü sonuçlar değildir. Sadece dijital reklamcılığın temel avantajları, tüketicilerin ürünün sosyal medyası aracılığıyla bir ürünün beğenilip beğenilmediği hakkında doğrudan yorum yapabildikleri doğrudan etkileşim nedeniyle daha fazla ölçülebilir. İnternet üzerinden bilgi işlem süreci yeni bir kitle iletişim alanıdır. İnternet üzerinden, herkesin forumlarda veya sosyal medyada bilgi alışverişi yoluyla iletişim kurması daha kolaydır. Bu sayede herkes teknolojik gelişmelerden dolaylı olarak faydalandı. Bu gelişmeye paralel olarak, bir kişinin geleneksel medyadan dijital medyaya nasıl geçtiğini anlamak önemlidir.

Çalışma kapsamında, dijital reklamcılığın toplumdaki popüler kültürdeki değişimlere olan etkisinin değerlendirilmesi için bir girişimde bulunulmuştur. Dijital reklamcılık günümüzde tüketiciler için kitlesel bir iletişim aracı haline gelmektedir.

Bu araştırma, dijital reklamcılıkta ne olduğu ve toplumun tüketici olarak popüler kültürü hakkında analizler yapılmıştır. Bu araştırma sonucunda popüler kültürün dijital reklamcılık üzerindeki etkisi görülecektir. Aynı zamanda, küreselleşmeye doğru dijital reklamcılık kültürü ve yeni bir kitle iletişim aracı olarak beklentiler değerlendirilecektir. Bu nedenle, dijital reklamcılığın popüler kültür üzerindeki etkisini ölçmek için bu araştırma yapılacaktır. Dijital reklamcılığın nasıl geliştiğine dair bilgi edinmenin yanı sıra toplumdaki kültürü tüketiciler olarak etkileyebilecek. Böylece tüketiciler dijital reklamcılığın yaşamlarındaki etkisinin daha fazla farkında olacaklardır.

ÖNEM

Bu çalışmanın sonuçları birçok yönüyle önemlidir. Dijital reklamcılık ve popüler kültür ile ilgili olanlar arasında hem kişisel olarak hem de bir ajans gruplarında reklam yapanlar, bir ürün veya hizmet sahibi olan şirket, hedef kitle ve bir ürünün müşterileri ve tüketicileri açısından önemlidir. Ayrıca, bu çalışmadaki faydaların yukarıda belirtilen taraflar hakkında daha net bir şekilde açıklanacağını bulmak için önem taşımaktadır.

İlk olarak, bu araştırma, ürün veya hizmetin sahibi olan şirket için önemlidir. Çalışmanın sonuçları, dijital medyada gösterilen reklamlarla bağlantılı olarak reklam ajansları tarafından yapılan dijital reklamların kalitesini değerlendirmelerinde, bir ürün veya hizmetin şirketlerine yardımcı olacaktır. Sonuçlar ayrıca ürün pazarlama iletişimi geliştirecek ve dijital reklamcılıkta ürün iletişimi sağlamak için reklam ajanslarının yaratıcılığını artırma stratejilerini değerlendirecektir.

Bunun yanında, ürün sahibi firmaların, halka arz edilecek ürünler hakkında, özellikle de ürünün hedef kitlesi olanlara yönelik bilgilerini artırmalarına yardımcı olmak da önemlidir. Çünkü şu anki dijital çağda, hedef kitle bir ürün hakkındaki bilgiyi almakta giderek daha seçicidir. Bu nedenle, ürün sahibi, hedef kitleye aktarılacak için gerçekten net bir ürün kimliği oluşturmalıdır. Ürün sahipleri ayrıca, ürün iletişimini, şu anda toplulukta kalabalık olan popüler kültüre uyarlama fırsatına da sahiptir. Çünkü ürün sahibi, kendi ürünlerinin ihtiyaçlarını en iyi anlamış olması gereken taraftır. Böylece, reklam ajansları dijital reklam ürettiğinde, ürün iletişimi hedef kitleye iyi bir şekilde aktarılabilir. Ve reklam ajansları tarafından yapılabilecek "yanlış iletişimi" azaltacaktır.

İkincisi, bu araştırma, reklam verenler, özellikle dijital reklamcılık için önemlidir, çünkü bu araştırma, reklam ajansları biçimindeki verilerin yararınıdır. Sağlanacak çeşitli veriler, topluluğun popüler kültürünü etkilemede bir ürünü tanıtmak için dijital reklamların nasıl gösterileceği hakkında bilgi sağlayacaktır.

Toplanan veriler, reklam verenlerin, interneti kullanırken demografik özellikleri ve hedef kitlenin faaliyetlerindeki alışkanlıkları gibi hedef kitleyle ilgili her şeyi analiz etmelerine yardımcı olacaktır. Bu şeyler, reklam verenlere ve ürün şirketlerine, hedef kitle ve tüketiciler için daha cazip olan dijital reklam inovasyonlarını planlama ve yapma konusunda işbirliği yapmada yardımcı olacaktır. Çünkü ürünün kimliğini anlaması ve ürün için bir pazarlama ve reklam stratejisi oluşturmasına yardım etmesi gereken ikinci taraf, reklam ajansındaki reklam verenlerdir.

Üçüncüsü, bu araştırma, hedef kitle olan topluluk için ürünler hakkında bilgi sağlayacaktır. Bu durumda, ürün sahibi ve reklam ajansı, toplulukta gelişen popüler kültürü kullanarak dijital reklamlar oluşturabilir. Ayrıca, taşınacak ürün iletişimine uygun olarak yeni bir popüler kültüre dönüşecek yeni bir trend yaratabilir.

Bir ürün yeni bir trend yaratabiliyorsa ve halk tarafından beğeniliyorsa, ürünün hedef kitlenin ürünü satın alma konusundaki ilgisini çekmesi daha kolay olacaktır. Bunun yanında sadık tüketiciler yapabilir. Bununla birlikte, ürün şirketleri ve reklam ajansları da yeni trendler oluştururken dikkatli olmalıdır, çünkü toplulukta var olan geleneklere veya popüler kültüre uygun değilse olumsuz etkileri de olabilir. Bu nedenle toplumda hüküm süren popüler kültüre göre yeni trendler yaratma konusunda dikkatli olunması gerekiyor.

Dördüncüsü, hedef kitleye ek olarak, bu araştırma aynı zamanda müşteri ve tüketici olan insanlar için de faydalıdır. Müşteriler ve tüketiciler temelde iki farklı gruptur. Müşteriler genellikle iş yerimizden malları öz tüketim için değil, tüketicinin bir ürünün son kullanıcıları olarak ihtiyaçları için satın alırlar.

Müşteriler ve tüketiciler, bu çalışmanın değişkenlerinden biri olan popüler kültürde ana karakter olarak rol oynarlar. Bu çalışmadan müşteriler ve tüketiciler, kendilerine yönelik dijital reklamlara cevap vermede ne gibi bir tavır alınması gerektiğini öğrenebileceklerdir. Çünkü müşteriler ve tüketiciler, endüstriyel seri üretim teknikleriyle üretilen ve kar amacıyla pazarlanan popüler kültürün veya kitle kültürünün önemli bir parçası. Popüler kültüre temel olarak kar amacı güdülerinden kaynaklanan maddi malların üretimi ve tüketimi haklidir. Bu, bir ajans tarafından yapılan dijital reklamcılık faaliyetleriyle yakından ilgilidir. Kâr elde etmeyi amaçlayan ürün veya hizmetin sahibi olan şirketin isteğidir.

Bugün toplumda var olan kitle kültürü, biri günlük insan yaşamında giderek daha fazla kolaylık sağlayan internet olan teknolojik gelişmelerin sonucudur. Bunlardan biri, reklam verenlerin, internet kullanıcılarının da kolayca erişebileceği dijital reklamlar üretmeleri için hem hedef kitle hem de ürün haline gelmiş tüketiciler kolaylık sağlamasıdır.

Beşinci olarak, araştırmanın akademik yararlarının, pazarlama ve reklam materyallerinde, özellikle dijital medyada çalışmaları zenginleştirilmesi beklenmektedir. Ayrıca, dijital reklam kavramının gelişimi olarak, özellikle popüler kültür üzerindeki etkisi için. Dijital reklam endüstrisinin kalitesini iyileştirmek için fayda sağlaması beklenmektedir.

KURUMSAL ÇERÇEVE

Bu çalışmada, Kitle İletişim Kuramının Egemen ve Eleştirel Yaklaşımı ele alınacaktır. Kitle İletişim Kuramı kapitalizmin gelişimi ile pazar içi üretim ile ortaya çıkışması üretim büyüklük olarak da artmış ve teknolojik gelişme ile kültürel üretim ortaya çıkarılmıştır.

Kitle iletişim araçlarının ve kitle izleyicilerin etkisinin sürecini vurgulayan teorilere ek olarak, çeşitli kitle iletişim teorileri de medya mesajlarının içeriğine ve kitle iletişim araçlarının yapısı ve görünümüne odaklanmaktadır.

Toplumun popüler kültürdeki gelişimi, kitle kültürünün popüler kültür için ciddi bir tehdit olarak görülmesine elit ve elitist bir yaklaşım getirmiştir. Örneğin, (Le Bon, 1997), 19. yüzyılın sonlarında yazdığı Kitleler Psikolojisi adlı eserinde kitlelere karşı bir korku ve endişe beslemektedir. İçinde yaşadıkları çağı "Kitleler Çağı" olarak

değerlendirmekte ve kitleleşmeyle birlikte fertlerin bilinçli etkinliklerinin yerini kitlelerin bilinçsiz etkinliklerinin aldığı düşünmektedir. Le Bon, tam bir seçkincidir. Çünkü o bütün uygarlıkların o güne dek sadece küçük bir seçkin düşünceliler grubu tarafından meydana getirildiğini ve yönetildiğini düşünmektedir. Kitlelerin egemen olması ise ancak kargaşa ve düzensizlik getirebilecektir (Le Bon, 1997).

Yeni bir trendin doğuşu, kitle kültürüne ve yeni popüler kültüre yol açabilir. Dijital reklam içeriğini içeren çeşitli içeriğin, kitle iletişim araçları ve dijital medya tarafından halka yayıldığı ve kültüre dönüşebileceği anlaşılmaktadır.

Bu çalışmada, dijital reklamcılığın ve popüler kültürün etkisinin yakın bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Çünkü temelde kitle kültürü, bir kerede kitlesel bir şekilde tüketilen, sürekli çoğaltılan kültürel bir ürün olduğundan, kitle kültüründen dijital reklamcılık yoluyla yaratılan endüstri, maksimum kâr yaratmaya yönelmiştir.

Kitle kültürü kavram olarak pazarda kitlesel olarak tüketilmek için kitlesel olarak üretilen kültürel ürünleri tanımlamak için kullanılmaya başlandı. Kitle kültürü seçkin kültürün karşısında konumlandırılmasına rağmen halk kültürü olarak da görülmüyordu (Yaylagül, 2006). Böylece, yaratılan kitle kültürü büyük ölçüde, belirli partiler için avantajları olan yeni bir popüler kültür olarak yaratılmıştır.

Oysa kitle kültürü ticari üretim ve ticari tüketimin bir sonucudur. Halkın kültürü ve halkın sanatı halkın kendi ihtiyaçlarından doğmuştur (Yaylagül, 2006). Popüler kültürün halkın ortak kültürünün pratiğinden oluşmasına rağmen halk kültürü, kitle kültüründen daha güçlü ve daha gerçektir. Halk kültürü insanların ihtiyaçlarından gelir. Ancak, kitle kültürü, ticari üretim ve ticari tüketimin sonucudur. Halk kültürü ve halk sanatı, halkın kendi ihtiyaçlarından doğar.

Kitle kültürü aynı zamanda yukarıdan aşağıya doğru uygulanan bir endüstriyel üründür. Sonra, kitle kültürü tek tip ve standart bir kültür olarak değerlendirilir. Bu kitle kültüründe, tüketiciler pasif bir konumdadır. Ancak tüketiciler, bir şirketin sunduğu bir ürün veya hizmeti tüketmeyi veya tüketmemeyi seçebilir.

Bu arada, bir gereksinim haline gelen bir ürünü tüketmeyi seçmezseniz, aynı zamanda gerçekçi değildir. Çünkü kapitalizm, halkın hayatının tüm alanlarına bu popüler kültürün egemen olduğu tüketiciler olarak yayılmıştır.

Yeni iletişim teknolojilerini, medya endüstrisini ve reklam sektörünü Althusser'i animatörün emperyalizmin ideolojik ve küresel aygıtları olarak nitelemesi ise dikkat çekicidir (Mattelard, 1979). Her gün küreselleşmenin gelişimi, merkezden çevreye giderek daha fazla yayılıyor; merkezdekilerin her zaman kazandıkları ve çevreye kaybedecekleri yeni bir kapitalist düzendir.

Bu kuramda bana yardımcı olacak kısmı ise, popüler kültür ile kitle kültürünün bir parçası olarak kitle iletişim araçlarıyla popüler hale getirilen kültürü ifade etmek için kullanılmaktadır. Böylece popüler kültür kapitalizmin, kitle iletişim araçlarıyla yaydığı ve toplumu oluşturan kitlelerin beğenisi haline getirdiği yapay bir ticari ve tüketim kültürüdür. Standartlaşmıştır, fantezilere dayanır, risk almaz ve mevcut sistemin çıkarına göre belirlenir. Böylece bu kuramda egemen iletişim çalışmalarının gelişimi ele alınacaktır.

Eğlence, tüketim ve bireylerin kaçışı yoluyla var olan düzensiz sosyal ilişkilerin, çoğaltılmış popüler kültür yoluyla sunulduğu söylenebilir. Bu çalışmada kullanılan kuramların, dijital reklamcılığın gelişimi ile toplumdaki popüler kültürle ilişkisi üzerine yapılan araştırmanın açıklamasını netleştirmesi beklenmektedir.

Çalışma da tüketim kültürünün bireyi her alanda tüketiciye dönüştürme eğiliminin bir sonucu olan reklamların da başlı başına birer tüketim metası haline dönüştüğü sonucuna varılabilir. Zira reklamlar da birer düşünsel üründür ve tüketime yöneliktir. Önce reklamın tüketilmesi gerekir ki ardından reklamı yapılan ürün tercih edilsin. Bu bağlamda reklam sloganı da özellikle hızlı tüketim ürünleri sektöründe, tüketicinin kolaylıkla kabul edeceği popüler özellikleri bünyesinde bulundurmaktadır.

Bu çalışmanın literatür ile ilişkisi, reklamlarda kullanılan dil açısından reklamları incelemek, popüler kültürü anlamak açısından faydalı olabilir. Bir bakımdan kitle iletişim araçları tüketimi güdülemeye ve bireyleri manipüle etmeye odaklanmıştır. Bunun gerçekleşmesinde meta göstergeleri etkin araçlardır. Popüler kültüre uygun olarak anlamlandırılmış meta göstergeleri, reklamlarda değerlerin ve ideolojilerin yeniden üretimini gerçekleştirmektedir. Araştırmaya katkısı, Reklamın, yaşam biçimlerini ve alışkanlıkları değiştirmede ya da benimsetmede en etkili güce sahip olduğu düşünülmüştür. Reklam medya üzerinde egemenlik kurar, popüler standartları şekillendirmede geniş bir güce sahiptir ve toplumsal denetim uygulayabilen az sayıdaki kurumdan biridir. Reklamlar gündelik yaşantının bir parçası haline gelmiştir. Dolayısıyla kullanılan dil açısından reklamları incelemek popüler kültürü anlamak açısından faydalı olabilir.

YÖNTEM

Araştırmada yöntem olarak niceliksel yöntem tercih edilmiştir. Çalışmanın yapılabilmesi, özellikle sosyal medya da dijital reklamcılığın yerini bulmak için bir örneklem oluşturulabilmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir.

Problem Cümlesi

Dijital reklamcılığın toplumdaki popüler kültür üzerindeki etkisine odaklanmaktadır.

Araştırma Modeli

Bu çalışmada online anket çalışması yapılmıştır.

Evren

Bu araştırmanın evreni Sakarya şehrini kapsamaktadır.

Örneklem

Araştırma örnekleme, Sakarya kentinde oturan öğrenci ve sivillerden oluşmaktadır. Çalışmada elde edilen bulgular değerlendirilirken, istatistiksel analizler için SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) for Windows 17.0 programı kullanılmıştır. Sakarya kentinin seçilmesinin nedeni, reklamların birçok insana hitap etmesi sadece çocuklar ya da orta yaş izlediği bir şey olmadığı için araştırma genel tutulmuştur. Örneklem grubu, anketin uygulandığı gün sınıf içerisinde bulunan tüm öğrenciler olarak kayda geçmiştir ve toplam 100 kişiden oluşmaktadır.

Veri Toplama Aracı

Araştırmada, Yaşam Tarzı Üzerinde Popüler Kültürün Belirleyicileri ve Kitle İletişim Araçlarının Rolü: Türkiye'de Punk Kültürü Örneği (Şimsek,2010). Anket, toplam 11 sorudan oluşmaktadır. Bu soruların bir kısmı anketin uygulandığı kişilerin demografik verilerini içerirken, diğer kısımlar kitle iletişim araçları ile ilgilidir. Veri toplama süreci, anketlerin Google Forms aracılığıyla toplanması şeklinde yapılmıştır. İlgili örneklem grubunun sınıflarına ilgili dersin öğretim görevlileri aracılığıyla online anket linkleri dağıtılmış ve online olarak alınmıştır. Anketin doluluk süreci araştırmacı tarafından, aynı şekilde ilgili öğretim görevlileri tarafından takip edilmiştir.

Varsayımlar

1. Dijital reklamcılığın toplumdaki popüler kültür üzerindeki etkisine odaklanmaktadır.
2. İnternet reklamları, reklamları küresel ölçüde yayılmasını ve geleneksel reklamlara göre çok daha geniş kitlelere ulaşım sağlıyor.
3. Geleneksel reklamlarla karşılaştırıldığında internet reklamları her zaman hedef kitleye ulaşım için yardımcı olur.
4. Hedef kitleye doğrudan ulaşılır.

Sınırlılıklar

Bu araştırma 15 – 18 Aralık 2019 dönemi ve Sakarya şehri ile sınırlıdır.

Araştırma Bulguları ve Değerlendirmesi

Sakarya kentinde oturan insanlarla 100 katılımcı Google Forms üzerinden gönderilen online anket sorularını cevaplamıştır.

Tablo 1. Grubunun Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

Özellikler	Seçenekler	Frekans	%
Cinsiyet	Kadın	60	60%
	Erkek	40	40%
Total		100	100%

Örneklem grubunun cinsiyetlerine göre dağılımı Tablo 1'de incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların (%40) erkek, (%60) kadındır.

Tablo 2. Grubunun Yaşlarına Göre Dağılımı

Özellikler	Seçenekler	Frekans	%
Yaş	17-20	36	36%
	23-27	40	40%
	29-34	16	16%
	39-üstü	8	8%
	17-20	36	36%
Total		100	100%

Grubunun yaşlarına göre dağılımı Tablo 2'de incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların 17-(36%) 20 yaş, (40%) 23-27 yaş, (16%) 29-34 yaş, (8%) 39 ve üstü yaş aralığındadır.

Tablo 3. İkamet Yerini

Özellikler	Seçenekler	Frekans	%
Yer	İl	74	74%
	İlçe	23	23%
	Semt	2	2%
	Kasaba	1	1%
	Köy	-	-
Total		100	100%

Örneklem grubunun cinsiyetlerine göre dağılımı Tablo 1'de incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların (%40) erkek, (%60) kadındır.

Tablo 4. Grubunun Aylık Gelirlerine Göre Dağılımı

Özellikler	Seçenekler	Frekans	%
TL	250-500	18	18%
	501-750	11	11%
	751-1000	21	21%
	1001-1250	15	15%
	1251 +	35	35%
Total		100	100%

Grubunun aylık gelirlerine göre dağılımı Tablo 4'de incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların (%18) 250-500 TL, (%11) 501-750 TL, (%21) 751-1000 TL, (%15) 1001-1250 TL aylık ve (35%) 1251 TL ve üstü gelire sahiptir.

Tablo 5. Kitle İletişim Araçlarından En Çok Hangisini Kullanıyorsunuz

Özellikler	Seçenekler	Frekans	%
Medya	Televizyon	2	2%
	Dergi	-	-
	Radyo	-	-
	İnternet	95	95%
	Gazete	3	3%
Total		100	100%

Grubunun en çok tercih ettiği kitle iletişim araçlarının dağılımı Tablo 5'de incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların (%2) televizyonu, (%3) gazetesi (%95) ve interneti en çok tercih ettiği kitle iletişim araçları olarak seçmişlerdir.

Tablo 6. Kitle İletişim Aracı

Özellikler	Seçenekler	Frekans	%
Medya	Televizyon	10	10%
	Dergi	-	-
	Radyo	-	-
	İnternet	89	89%
	Gazete	1	1%
Total		100	100%

Grubunun en etkili bulunduğu kitle iletişim araçlarının dağılımı Tablo 6'da incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların (%10) televizyonu, (1%) gazetesi ve (%89) interneti en çok etkili kitle iletişim araçları olarak seçmişlerdir.

Tablo 7. Günde Kaç Saat Televizyona Ayırıyorsunuz

Özellikler	Seçenekler	Frekans	%
Saat	Hiç	52	52%
	1-2 saat	34	34%
	2-3 saat	13	13%
	3-4 saat	1	1%

	4'den fazla	-	-
Total		100	100%

Grubunun günde televizyon için ayırdıkları süreye göre dağılımı Tablo 7'de incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların (%34) 1-2 saat, (%13) 2-3 saat, (%1) 3-4 saat televizyona zaman ayırdığı ve (%52) hiç televizyona zaman ayırmadığı görülmektedir.

Tablo 8. Günde Kaç Saat İnternette Vakit Geçiyorsunuz

Özellikler	Seçenekler	Frekans	%
Saat	Hiç	-	-
	1-2 saat	10	10%
	2-3 saat	28	28%
	3-4 saat	25	25%
	4'den fazla	37	37%
Total		100	100%

Grubunun günde internet için ayırdıkları süreye göre dağılımı Tablo 8'de incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların (%10) 1-2 saat, (%28) 2-3 saat, (%25) 3-4 saat, (%37) 4 saatten fazla süre internet için zaman ayırdıkları görülmektedir.

Tablo 9. Günde Kaç Saatinizi Gazete ya da Dergilere Ayırıyorsunuz

Özellikler	Seçenekler	Frekans	%
Saat	Hiç	59	59%
	1-2 saat	33	33%
	2-3 saat	8	8%
	3-4 saat	-	-
	4'den fazla	-	-
Total		100	100%

Grubunun günde gazete ve dergi için ayırdıkları süreye göre dağılımı Tablo 9'da incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların (%33) günde 1-2 saat ve (%8) günde 2-3 saat gazete ve dergi için zaman ayırdığı. Sonra (59%) gazete ve dergi için hiç zaman ayırmadığı görülmektedir.

Tablo 10. En Çok Neleri Takip Edersiniz

Özellikler	Seçenekler	Frekans	%
Çeşit	Haberler	33	33%
	Spor	13	13%
	Magazin	4	4%
	Eğlence	37	37%
	Diziler	13	13%
Total		100	100%

Grubunun en çok takip ettikleri kitle iletişim araçlarına göre dağılımı Tablo 10'da incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların (%33) haberler, (%13) sporu, (%4) magazin, (%13) dizileri, (%37) eğlenceleri en çok takip ettiği kitle iletişim aracı olarak seçtiği görülmektedir.

Tablo 11. Yaşantınızı En Çok Etkileyen Kitle İletişim Araçları

Özellikler	Seçenekler	Frekans	%
Medya	Televizyon	11	11%
	İnternet	83	83%
	Gazete	6	6%
	Radyo	-	-
	Dergi	-	-
Total		100	100%

Grubunun yaşantılarını en çok etkileyen kitle iletişim araçlarına göre dağılımı Tablo 11'de incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların (%11) yaşantısını etkileyen kitle iletişim aracı olarak televizyonu, (%6) yaşantısını etkileyen kitle iletişim aracı olarak gazetesi, (%83) interneti yaşantısını etkileyen kitle iletişim aracı olarak seçtiği görülmektedir.

Tablo 12. Ne Tür Müzikleri Dinlersiniz

Özellikler	Seçenekler	Frekans	%
Müzikleri	Pop	54	54%
	Rock	11	11%
	HipHop	13	13%
	Halk Müziği	12	12%
	Diğer	10	10%
Total		100	100%

Grubunun dinledikleri müzik türlerine göre dağılımı Tablo 12'de incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların (%54) pop, (%11) rock, (%13) hiphop, (%12) halk müziği ve (%10) diğer müzik türlerini dinlediği görülmektedir.

Tablo 13. Günde Kaç Saat Müzik Dinlersiniz

Özellikler	Seçenekler	Frekans	%
Saat	Hiç	2	2%
	1-2 saat	54	54%
	2-3 saat	26	26%
	3-4 saat	12	12%
	4'den fazla	6	6%
Total		100	100%

TARTIŞMA VE SONUÇ

Toplumların geçmişine ve bugününe bakıldığında gelişen kitle iletişim araçları aracılığıyla kültürlerinin ve kişilerin yaşam tarzlarının nasıl bir değişim içinde olduğu açıkça izlenmektedir. Bu değişim kişilerin giyimlerinden yedikleri yemeğe, seçtikleri mesleklerden izledikleri televizyon programlarına kadar çeşitlilik göstermekte ve sürekli yenilenmektedir. Sanayi devrimi sonrası ortaya çıkan serbest zaman olgusu ile insanların isteklerinin daha çok artması ve sürekli yeniyi tüketme arzusu, üreticilerin buna koşulsuz katkısı ile toplumların kültürel değerlerini değişime uğratmıştır.

Günümüzde popüler kültür üreticileri insanların bu isteklerini sürekli karşılayarak, insanlarda tatminsizlik duygusu yaratmakta ve sürekli yeni olanı istetmektedir. Her sene değişen moda buna örnek gösterilebilir. Bu kış alınan kazak bir sonraki kış demode olmuş ve yeni gereksinimini ortaya çıkarmıştır. Buna göre popüler kültürün sürekliliği sağlanmış olmaktadır. Toplumlardaki kendine özgünlük zaman içerisinde, popüler kültürün etkisi altında ve hızla gelişen kitle iletişim araçlarının kullanımıyla oluşturulan globalleşme ile ortadan kalkmaya ve birçok konuda aynışmaya başlamıştır. Bugün dünyanın çok farklı ülkelerinde, kültürlerinde kişilerin gardıroplarına aynı elbiseleri mutfaklarına aynı yiyecekleri sokmuş ve tüketmeye başlamıştır. Büyük sigara, fastfood, moda şirketleri dünyanın birçok ülkesinde mağaza zincirleri kurmuş, aynı ürünleri farklı kültürdeki toplumların kullanımına sunmuş ve kültürel benzerlikler ortaya çıkarmışlardır.

Bugün Amerika'da ve Güney Afrika'da ki insanlar aynı firmaya ait yiyecek veya giyecekleri tüketmekte, aynı sporlarla ilgilenmekte kendi kültürel değerlerini kaybetmekle birlikte farklılıklarından uzaklaşmakta ve ortak bir genel geçer, gündelik kültüre doğru hızla ilerlemektedir. Buna bağlı olarak toplumun üyeleri de kendine özgünlüğünü kaybetmekte oluşturulan kültürün elemanları olmakta ve bu oluşturulan kültürün ürünlerini tüketerek, o kültüre hizmet etmektedir. Burada kişilerin kültürel değişiklikleri "yaşam tarzı" olarak adlandırılmaktadır. Kültürel yapı ve değerlerle iç içe olan yaşam tarzı kavramının ortaya çıkan bu değişimden etkilenmemesi mümkün değildir. Popüler kültürün ürettiği ürünler kişi hayatında, yaşam tarzında bir zorunluluk olarak gösterilmekte ve inandırılmaktadır. Kişiler kültürlerinde ve yaşam tarzlarında meydana gelen bu değişimi kabullenmekte ve ayak uydurmaktadır.

Toplumun kültürüne uygun olan olmayan her türlü düşünceyi ya da ürünü yaşam tarzı olarak seçmek toplumun ve dolayısıyla kişilerin yaşamlarını etkilemekte ve kültürel değişime yol açmaktadır. Kitle iletişim araçlarının etkinliğiyle hayatımızın hemen hemen her alanında karşımıza çıkan ve kişisel tercihlerimizi etkileyerek bize sürekli yeni bir yaşam tarzı sunan popüler kültür ve ürünleri bireyler tarafından sürekli olarak tüketilmekte, ortak kültürel değerler oluşturulmakta ve sürekli üretilmektedir. Toplumların kültürel değerlerini korumak adına bir takım savunma mekanizmaları gerçekleştirilememesi, gerçekleştirilenlerin ise kişilere tamamen zıt gelmesi, bu

durumu daha da hızlandırmaktadır. Böyle bir ortamda dijital reklamcılık alanında ve bu yolla verilen bir reklamın kaç müşteriye ulaştığı, tüketicilerden yüzde kaçının ilgisini çektiği ölçülebiliyor. Şirketler de en doğru pazarlama faaliyetlerini tespit edip ona göre pazarlama yöntemlerini ve taktiklerini geliştirebilmektedir.

Web sitelerine müşterilerin ulaşmalarını sağlayacak dijital reklam ve dijital pazarlama çalışmaları yapmaktadır. Müşterilerini haberdar etmekte, farkındalık sağlamaktadır. E-mail pazarlaması yapılmaktadır, e-ticaret yazılımları geliştirilmektedir. İçerik pazarlaması yaparak müşterinin dikkatini çekebilecek içerikler üretilmektedir. Müşterileri etkilemektedir. Müşterileri markalarına sadık hale getirmektedir. SEO ile müşterilerin arayacağı kelimeleri öngörüp müşterilere ulaşma çalışmaları yapmaktadır. Profesyonel ekiplerle içerikler oluşturmaktadırlar. Düzenli olarak ziyaretçi sağlamaktadırlar. Şirketler Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, YouTube gibi sosyal medya şirketlerine parayla reklam vermektedirler. Görünürlüklerini artırmaktadırlar. Sosyal medya fenomeni kişilere reklamlarını yaptırılmaktadırlar. Ürün ve hizmetlerini anlatıyorlar. Bu fenomen kişileri binlerce hatta milyonlarca kişi takip edebilmektedir. Marka, etkili bir şekilde hızla tanınabilmektedir.

KAYNAKÇA

- Alemdar, K., & Erdoğan, I. (1994). *Popüler kültür ve iletişim*. Ankara: Ümit Yayıncılık.
- Fill, C., Hughes, G., & De Francesco, S. (2013). *Advertising: Strategy, creativity and media*. Harlow: Pearson Education.
- Kocabaş, F., Elden, M., & Yurdakul, N. (2000). *Reklam ve halkla ilişkilerde hedef kitle*. İstanbul: İletişim yayınları.
- ODABAŞI, Yavuz (2018). *Dijital Pazarlama Stratejileri*. İstanbul: Cinius.
- Öztürk, R. G. (2013). *Dijital reklamcılık ve gençlik*. İstanbul: Beta.
- Topsümer, F., Elden, M., & Yurdakul, N. (2014). *Reklam ve halkla ilişkilerde hedef kitle*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Yeshin, T. (2011). *Advertising*. Advertising, Gran Bretaña: Cengage Learning EMEA.
- Varnali, K., Toker, A., & Yılmaz, C. (2011). *Mobile marketing: Fundamentals and strategy*. New York: McGraw-Hill.
- We Are Social Digital in 2019, www.wearesocial.com. Erişim Tarihi: 25.11.2020.

EXTENDED ABSTRACT (500-750 KELİME, ZORUNLU)

As the internet advanced, the advertising industry also showed its growth. Before the existence of the internet, advertising was widely done through mass media such as television, radio and magazines. Now with the presence of the internet, advertising is currently developed by stepping its foot in digital media as well. Advertising in digital media is done through various platforms such as via email, websites, and social media; Facebook, Instagram, Twitter and etc. As a result, this changes people's habits and forms a new culture in today's society.

That is to say, the main subject of this research paper is to examine the influence of digital advertising on popular culture in individuals who follow the development of the digital world. Admittedly, culture comes from the strong values of every society, and therefore culture provides changes for each type of society according to the conditions of life and the way they dress. For this reason, it is understood that popular culture can affect people's live as an individuals or in groups.

This paper presents a brief understanding on the concept of advertising; What is advertising and the types of advertising. Traditional and new media will be explained in detail as well. Moreover, information about the world and their role in traditional media in Turkey is provided. Along with the concept of advertising as a new medium is forced on the example of e-commerce and information about social media networks such as Facebook, Twitter, Instagram and communication platforms such as Whatsapp, Line and others are conveyed in this research.

In addition, this study also discusses digital developments in cellular telephones; where today people are very connected to the internet. This is complemented by the survey results in table 5 on "Which mass media do you use most often?" which 95% of respondents choose internet media. Furthermore, in table 6 on the question of "Which media is considered most effective in use?" resulted in 89% of respondents choosing the internet. In other words, the internet is effective for accessing advertisement because internet users will indirectly get advertisements according to their personality. Besides, one of the benefits of advertising on digital media is that advertisers can place more specific ads by selecting targeted audiences according to product needs.

For instance, when a boy often plays online games through his gadget, he will get product advertisements that support his needs to play games such as gaming headphones or online gaming vouchers. Due to this, the teenager does not need to shop at an offline store instead, it can be done just by the tip of his fingers through his gadgets which can eventually lead to addiction. Hence, this change of habit has become a popular culture that has transformed the mobile channel into a complex business area, where they have launched various marketing

campaigns using text messaging, multimedia services, and the mobile internet. Nowadays, the mobile environment also deals with various types of services provided by business organizations. Thus, they shop for various needs, buy tickets for entertainment such as playing paid online games, streaming games and music. To sum up, everything can be done more easily and make people's lives easier.

DOĞAL AFETLERE HAZIRLIK VE AFET YÖNETİMİ İÇİN ARTIRILMIŞ GERÇEKLIK UYGULAMALARINA DAYALI EĞİTİM PROGRAMI ÖNERİSİ

Dr. Öğr. Ü. Ufuk Cem KOMŞU
Mersin Üniversitesi Mersin Meslek Yüksekokulu
ucemkomsu@mersin.edu.tr

Doç. Dr. Meryem Samırkaş KOMŞU
Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi
msamirkas@mersin@edu.tr

Doç. Dr. Zehra Alakoç BURMA
Mersin Üniversitesi Mersin Meslek Yüksekokulu
zalakoc@mersin.edu.tr

ÖZET

Son yıllarda yaşadığımız ve ağır bedeller ödediğimiz afetler göstermiştir ki, afetlerin doğal özelliklerinden kaynaklanan nedenlerden daha çok, insan kaynaklı nedenler kayıpları artırmaktadır. Sistem yaklaşımı çerçevesinde incelenmesi, tartışılması ve çözüm önerileri geliştirilmesi zorunlu olan afet yönetimi konusunda bütünlüğü bozabilen parçacıl öneriler ve tartışmalar yerine, ekonomi, politika, mühendislik ve hukuk odaklı temel politikaları ve yöntemleri ele almak yararlı olacaktır. Örneğin, kent kurma anlayışı ve kentleşme politikalarından imar uygulamalarına, toprak ve su yönetimine uzanan tüm süreçlerde yapılan yanlışlar ve rant odaklı ihmallerle mücadele için bireylerin bilinçlendirilmesi dışında uzun vadeli ve kalıcı bir çözüm yoktur. Bu amaçla, yetişkin eğitimi anlayışı çerçevesinde esnek zamanlı ve kısa süreli eğitim programları bu konuda ciddi bilgi eksikliği olan bürokrat, müteahhit, belediye personeli gibi kritik rolleri oynayan gruplar için etkili ve işlevsel olabilir. Bu bağlamda, son yıllarda öğrenme ve öğretme etkinliklerinde etkili kullanımı gözlemlenmiş olan artırılmış gerçeklik uygulamaları da bu tür kısa süreli özel eğitim programları için önerilebilir. Bu çalışmada deprem, sel, fırtına, orman yangını gibi afetler öncesinde, esnasında ve sonrasında yapılması gerekli bireysel ve örgütsel eylemlerin, bilgi ve becerilerin bireylere kazandırılması amacıyla bir eğitim programı önerisinin sergilenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda, öncelikle afetlerin yapısı ve afet yönetimi süreçleri tanıtılmış olup, artırılmış gerçeklik uygulamalarının kalıcı öğrenmelerdeki rolü vurgulanmıştır. Son bölümde ise, sergilenmiş olan sorunlara ve artırılmış gerçeklik teknolojilerinin kolaylaştırıcı ortamına dayalı olarak toplam 60 saatlik bir program önerisi sunulmuştur.

Anahtar Sözcükler: Afete hazırlık eğitimi, afet yönetimi eğitimi, artırılmış gerçeklik

GİRİŞ

Afetlere hazırlıksızlığımız hem bireysel hem de örgütsel düzlemde sürmektedir. Öyle ki, çıkartılması gereken derslere rağmen aynı nedenlere ve benzer ihmellere dayalı doğal afet kaynaklı can ve mal kayıpları sürmektedir. Bu bağlamda, bireysel düzlemde doğal afetlere hazırlıklı olma, doğal afet esnasında ve sonrasında doğru ve donanımlı olarak eyleme geçebilme gereksinimleri karşımıza çıkar. Örgütsel düzlemde ise, hem özel işletmeler hem de kamu kurumları açısından doğal afetlere hazırlıklı olma, halkı (tüm sivil halk, işletme personeli veya müşteriler) doğal afetlere karşı bilinçlendirme, donatma ve koruma ile doğal afetlere doğru müdahale edebilmek için etkili bir afet yönetim sistemi kurabilme eksenleri vazgeçilmezdir. Dolayısıyla, doğru bilgileri kullanabilmek, doğru kararlar alabilmek, en etkili yöntemleri ve politikaları belirleyebilmek, can-mal kaybını en aza indirgeyen veya engelleyen doğru eylemleri uygulayabilmek için kritik önem taşıyan etkinlikler, her zaman olduğu gibi öğrenme ve öğretme süreçleri odağında gerçekleştirilecek çalışmalarlardır.

Literatür taramaya dayalı “derleme” tarzı bu çalışmanın amacı, afetlere hazırlık ve afet yönetimi süreçlerinde ciddi başarısızlıkların sergilendiği Türkiye’de, ilgili kamu personeli ile özel sektörden girişimcilerin ve çalışanların acil bilinçlendirilmesine dönük eğitim kampanyalarında uygulanabilecek “kısa süreli” ve “kalıcı etkili” bir eğitim programı önerisi sunmaktır. Yetişkin eğitimi anlayışı temelinde yürütülebilecek bu tür eğitim programlarının kısa süreli, esnek zamanlı, yaşanan problemlerin çözümlerine uygun içerikte, öğrenen odaklı ve günümüz salgın koşulları nedeniyle uzaktan eğitim modeline uygun biçimde tasarlanması önemlidir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE ve LİTERATÜREL İNCELEME

Bu bölümde, öncelikle afet ve doğal afet terimlerinin tanımı ve afet yönetim süreçleriyle ilgili temel bilgiler sunulmuştur. Sonraki kısımda ise artırılmış gerçeklik teknolojisinin özellikleri tanıtılmış ve eğitim etkinliklerindeki üstünlükleri değerlendirilmiştir.

Afet Türleri ve Afetlerin Genel Özellikleri

Dünyada ve ülkemizde, önceki dönemlere kıyasla sıklığı ve şiddeti artan çeşitli afetlerin yıkımlarına tanıklık ediyoruz. Doğal nedenlere veya insan kaynaklı nedenlere dayanıyor olsun, her türlü afetin can ve mal kayıplarına yol açabildiği ve ciddi düzeyde sosyo-ekonomik, sosyolojik ve psikolojik sonuçları olduğu gözlenmektedir. Bu tür olumsuz sonuçların ve ortaya çıkan yıkımların büyüklüğünü artıran çeşitli etkenler nedeniyle, daha ağır bedellerin ödendiğini de söylemek mümkündür. Örneğin, ranta dayalı yanlış imar uygulamaları, hızlı nüfus artışı ve küresel iklim değişikliği gibi etkenlerin de yaygınlaşmasıyla deprem, sel, yangın ve salgın hastalık kaynaklı toplumsal krizler de büyümektedir (Demir, 2017; Öztürk, 2018). Dolayısıyla günümüzde yaşamakta olduğumuz bu durum, sorunun çok kaynaklı ve çok boyutlu yapısını ortaya koymuştur.

Uluslararası Kızılhaç ve Kızılay Dernekleri Federasyonu'nun 2008-2017 yılları istatistiklerine göre, bu dönemde 3.751 doğa kaynaklı afet meydana gelmiş; bunların %84'ü iklimsel olaylar olup, seller ve fırtınalar tüm olayların yaklaşık üçte ikisini oluşturmuştur. Aynı dönemde, yaklaşık 2 milyar insan bu afetlerden etkilenmiştir. 2018 yılında yayınlanan Dünya Afet Raporu'nda 141 ülkeyi kapsayan afetlerin son on yıldaki tahmini maliyeti 1,6 trilyon USD'na ulaşmıştır. Ayrıca, 2019 yılında 128 ülkede meydana gelen 308 doğa kaynaklı afetten 97,6 milyon insan etkilenmiş ve on binlerce insan ölmüştür (Ceren, 2021). Türkiye özelinde, 2009-2019 dönemi istatistikleri de doğa kaynaklı ve hasar-kayıp yaratan olaylar açısından oldukça yoğunudur. Örneğin, bu dönemde yıllık ortalama 24.000 civarı deprem kaydedilmiş(büyük bölümü düşük şiddetli); 2019 yılında AFAD kayıtlarına giren ve müdahale gerektiren olaylar içerisinde doğa kaynaklı afetlerin payı ise %26,5 olmuştur (sel-su baskını, deprem, heyelan, fırtına-hortum ve çığ). Buna ek olarak, Türkiye, doğal afetlerle ilgili uluslararası risk endeksi toplam puanı açısından *düşük riskli ülkeler* grubunda yer alsa da, endeksin "maruz kalma düzeyi" ile "baş etme yetersizliği" bileşenleri açısından *orta düzeyde riskli ülkeler* arasında yer alır(AFAD, 2020). Türkiye jeolojik, topoğrafik ve iklimsel özellikleri nedeniyle doğal afetleri sık yaşayan ülkelerden birisi olup, bunun bedelini can kayıplarına ek olarak büyük ekonomik kayıplarla da ödemektedir. Nitekim, doğal afetlerin her yıl Türkiye gayri safi milli gelirinin %1'i oranında doğrudan ekonomik kayba yol açtığı; pazar kaybı, üretim kaybı, işsizlik gibi dolaylı ekonomik kayıplarla birlikte gayri safi milli gelirinin %2-5'ine ulaştığı gözlenmektedir (Koçkan, 2015). Bu ekonomik bulgular, Türkiye'deki afetle mücadele ve/veya afet yönetimi modelinin yenilenmesi ve bu modeldeki bürokratik kadroların eğitim süreçlerine ağırlık verilmesi gerektiğini haykırır niteliktedir.

Arapçadan dilimize girmiş bir terim olarak afet, doğa veya insan kaynaklı olarak aniden ortaya çıkan, neden olduğu yıkımlar ve zararlar nedeniyle günlük insan yaşamını kesintiye uğratan ve atlatılabilmesi için birçok kurumsal destek ve yardım gerektiren olayları ifade eder (Demir, 2017; Erkal ve Değerliyurt, 2009). Türlerine ve sınıflandırılmasına baktığımızda, en yaygın biçimde "doğal" ve "insan kaynaklı/yapay" ayrımı karşımıza çıkar. Doğal afetler, insan yaşamına ciddi düzeyde zararlar veren doğa olayları olarak tanımlanırken, diğer gruptakiler insan kaynaklı ve yerel-bölgesel nedenlerle ortaya çıkan ve yıkımlara yol açan olayları kapsar (Demir, 2017). Burada vurgulanması gereken nokta, her doğa olayının afet olmadığı, doğa olaylarını afete dönüştüren etkenler nedeniyle farklı boyutlar kazandıklarıdır. Doğdukları ortama ve nedenlere göre farklı özellikler ve yıkım biçimleri sergileyen afetler şöyle sınıflandırılabilir (Erkal ve Değerliyurt, 2009; Öztürk, 2018):

- Jeolojik ve jeomorfolojik (deprem, tsunami, volkanik püskürme)
- İklimsel ve meteorolojik (sel, aşırı sıcak ve soğuk, aşırı yağış, kuraklık, kasırga, hortum, dolu, don, buzul erimesi, iklim değişikliği)
- Hidrografik (akarsu taşkını, baraj taşması, göl kirliliği)
- Biyolojik (erozyon, orman yangını, hayvan/böcek kaynaklı salgın hastalık, böcek istilası)
- Toplumsal (açlık, kıtlık, salgın hastalık, kitlesel göç, terör saldırısı)
- Teknolojik (maden kazası, nükleer santral kazası, ulaşım hatlarındaki kazalar)

Afetlerin etkilerinin değerlendirilmesi ve ölçülmesi çalışmalarında öne çıkan bir nokta, afetin büyüklüğü konusudur. Bir afetin büyüklüğünü belirleyen etkenler şunlardır (Erkal ve Değerliyurt, 2009; Öztürk, 2018):

- * Olayın fiziksel hacmi/çapı
- * Yerleşim bölgelerine yakınlık
- * Nüfus artış hızı
- * Çarpık kentleşme ve sanayileşme
- * Doğal yapının ve ormanların tahrip edilmesi
- * Bilgisizlik
- * Sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyi
- * Afet yönetimi süreçlerinin yeterliliği

Yukarıdaki etkenlerden görüldüğü üzere, büyüklük ölçütünün aslında "insan" ögesinin etki düzeyine bağlı olduğu savunulabilir. Nitekim, birbirine benzer nitelikte ve yapıda olan afetlerin farklı ülkelerde farklı sonuçlar ve zararlar doğurması da bundan kaynaklanacaktır. Nitekim, afetin büyüklüğü, çok değişkenli bir regresyon denklemindeki gibi birçok etkenin sonucunu tanımlar ki, isabetli ve bilimsel ilkelere uygun kararlar alıp uygulamakla yükümlü bürokratik işleyişin de etkisine açıktır.

Doğal veya insan kaynaklı olsun, tüm afetlerin ortak bazı özelliklerinin ve ortaya çıkmalarını tetikleyen ortak etkenlerin olduğu söylenebilir. Bu tanımlardan hareketle orman yangını, deprem, sel, tsunami ve salgın hastalık

gibi farklı türden tüm afetlerin şu nitelikleri taşıdığı görülür (Ceren, 2021; Erkal ve Değerliyurt, 2009; Öztürk, 2018):

- * Öngörülebilirliği ve tümüyle engellenebilirliği her zaman olanaklı olmayabilir
- * Aniden ortaya çıkar
- * İnsan toplulukları ve yerleşim yerleri üzerinde ciddi düzeyde zararlar doğurur
- * Yerel-bölgesel olanaklar dışında kurumsal ve örgütlü dış yardım ve destek gerektirir
- * Sosyo-ekonomik açıdan az gelişmiş şehirlerin ve ülkelerin uğradığı kayıplar daha yüksektir
- * Barınma ve beslenme gibi temel yaşamsal ihtiyaçların karşılanmasında; enerji nakil, iletişim ve ulaşım hizmetlerinde sorunlara yol açar
- * Toplumsal yapıda ve yönetsel işleyişte krizlere yol açarak ekonomik, siyasal, hukuksal, sosyolojik ve psikolojik sorunlar doğurur

Yukarıda yer verilmiş olan tanımlar, istatistikler ve temel özelliklerden yola çıkarak, afetlerle mücadele veya baş etme süreçlerinde başarı gösterebilmek için yüksek düzeyde bilgi, yeterli teknik donanım, nitelikli ve becerikli işgücü ve hazırlıklı bir yönetsel yapının gerekli olduğu görülebilmektedir.

Afet Yönetimi Süreci

Terim olarak afet yönetimi, afetlerin önlenmesi ve doğrudan zararların azaltılabilmesi amacıyla afet öncesinde, esnasında ve sonrasında yapılması gerekli teknik, bürokratik, ekonomik, politik ve yönetsel çalışmaların saptanıp uygulandığı süreçlerin toplamıdır. Başka bir ifadeyle, afete dönüşebilecek doğa olaylarına karşı hazırlıklı olma, olası zararları azaltma, afete müdahale etme ve afet sonrasında iyileştirme çalışmalarını örgütleyip uygulamayı içeren oldukça geniş kapsamlı bir süreçler zinciridir (Koçkan, 2015; Özkaya, 2016; Özmen vd., 2005). "Bütünleşik afet yönetimi" olarak tanımlanan bu süreçler zinciri, risk ve zarar azaltma faaliyetleriyle başlayıp, afet sonrasındaki iyileştirme çalışmalarıyla sona erer. Şema 1, bu döngüyü göstermektedir.



Şema 1. Bütünleşik Afet Yönetim Döngüsü*

*Kaynak: Gülen, L. Afetler ve Afet Yönetimi Ders Notları, Sakarya Üniversitesi.

Bu düzeyde geniş kapsamlı bir süreçler zincirinde, bir işletmenin fizibilite etüdünü hazırlayan ve çok farklı bilim dallarından ve uzmanlık alanlarındaki kişilerden oluşan bir proje ekibi gibi uyumlu, bilgili ve kararlı bir bürokratik kadroya ve güçlü kurumlara ihtiyaç vardır. Bu geniş kapsamlı ve disiplinlerarası eşgüdüm gerektiren döngüde yer alan temel bileşenlerin şunlardan oluştuğu söylenebilir:

- *Biyolojik, ekolojik, jeolojik, botanik, meteorolojik, hidrolojik, teknolojik ve mühendislik bilgileri sağlama ve uygulama*
- *Tehlikeleri ve riskleri öngörebilme ve azaltma işlemleri*
- *Tüm etkinlikleri planlama ve programlama işlemleri*
- *Etkili iletişim, koordinasyon ve örgütlenme*
- *Yeterli teknik donanım ve malzeme*
- *Nitelikli ve bilgili teknik işgücü ve yönetim kadroları*
- *Acil müdahale ve kurtarma işlemleri*
- *İyileştirme ve yeniden yapılandırma işlemleri*

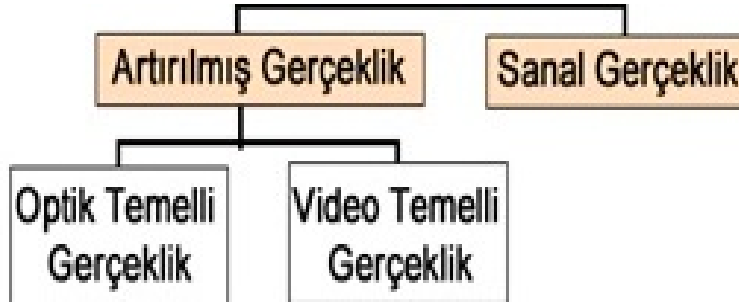
Artırılmış Gerçeklik Teknolojisi

Birçok farklı ifadeyle tanımlanmakta olan artırılmış gerçeklik teknolojisinin en yaygın tanımlarına baktığımızda, "gerçek olarak algıladığımız dünyadaki nesnelere yerine, dijital ortam ürünlerinin kullanıldığı bir gerçeklik ortamı" ve "gerçek dünya ile sanal dünyanın gerçek zamanlı olarak bir araya getirilerek, kullanıcıya aynı duyuşsal zeminde iletildiği ortamlar" olarak betimlenmesi olanaklıdır (Altınpulluk, 2015; Erbaş & Demirel, 2014). Bu tanımlar, artırılmış gerçeklik teknolojisinin, temel duyularımızın birçoğunu birlikte kullanarak nesnelere ve olayları algılamamızı sağlayan ve dijital ortam olarak adlandırılan bilgisayar yazılımı kaynaklı ortamların etkisini artıran bir yapıda olduğunu gösterir.

Gerçekliğin baştan oluşturulduğu değil, var olan gerçekliğin desteklendiği sanal ortamlar olarak A.G. ortamlarında sanal ve gerçek nesnelere kullanıcıya uyum içerisinde sunulur. Bir başka deyişle, A.G. gerçek dünyanın etkilenmesine sebep olacak bir uygulama olmadan, kullanıcıların gerçek dünya ile etkileşim halinde olduğu ve gerçek dünyadaki sanal nesnelere etkileşime girdiği bir uygulama olup, temel donanımı *algılayıcılar, işlemciler ve ekranlardır* (Altınpulluk, 2015; Somyürek, 2014). Gerçek dünyada deneyimlememizin mümkün olmadığı bir duyuşsal zenginlik, algılayıcıların aktardığı ısı, ışık, ses,...vb. verileri işlemciye iletilmesiyle başlar; böylece artırılmış gerçekliğin sahnesi ve senaryosu oluşturulmuş olur; ekranlar ise bu sürecin ürünlerini algılamamızı sağlayan son halkadır.

Gerçek dünya ile bilgisayar tarafından üretilen ses, video, grafik, GPS konum bilgisi gibi verilerin birleşimini kapsayan artırılmış gerçeklik, son yıllarda bilişim teknolojileri alanında en çok ilgi gören çalışma alanlarından birisidir. Sanal ve gerçek nesnelere bütünleştirilmesiyle oluşan artırılmış gerçeklik, normal koşullarda insanların duyuları ve bilişsel süreçleri tarafından saptanamayan bilgileri sağlayarak, gerçekliğin güçlendirilmesini ve desteklenmesini sağlar (Somyürek, 2014).

Bir karşılaştırma ortamı olarak "sanal gerçeklik", bilgisayar kaynaklı üç boyutlu oyunlarda karşılaşılan, kullanıcının bu ortama girdiğinde dünya ile ilişkisinin tamamen yok olduğu bir ortam olarak ifade edilebilir. Oysa Artırılmış Gerçeklik, gerçek dünya ile bağlantısını devam ettiren, veri ve görüntülerin gerçek dünya görüntülerine eklenebildiği, gerçek ve sanal nesnelere aynı ortamda birlikte algılanmasını sağlayan bir ortamdır (Somyürek, 2014). Artırılmış gerçeklik teknolojisi, günümüz itibarıyla iki farklı taban üzerinde tasarlanabilmektedir: Optik Temelli ve Video Temelli (İçten & Bal, 2017). Şema 2, bu sınıflandırmayı göstermektedir.



Şema 2. Artırılmış Gerçeklik Teknolojileri**

**Kaynak: İçten & Bal, (2017). Artırılmış Gerçeklik Üzerine Son Gelişmelerin ve Uygulamaların İncelenmesi.

Bu iki teknoloji arasındaki temel farklılık gerçek ve sanal dünyanın bütünleştirilmesiyle oluşan sahnenin görüldüğü yerdir. Optik sistemlerde bütünleştirilmiş sahne gözlük aracılığıyla gerçek dünyada görülürken, video temelli sistemlerde bütünleştirilmiş sahne bilgisayar/tablet/mobil cihaz üzerinde görülür (İçten & Bal, 2017).

Artırılmış gerçeklik uygulamaları ilk olarak askeri alanda kullanılmıştır. Savaş pilotlarının kaskına yerleştirilen ve göz hizası seviyesinde kullanılan saydam özellikli ekranlar tasarlanmış olup, bu ekranlar pilotların görmesi gereken uçuş verilerini anlık olarak gösterir. Donanımın saydam yapısı sayesinde pilotların gerçek görüntü ile veri ekran görüntüsünü aynı anda görmesi amaçlanmıştır. Bu teknolojilerden günümüzde eğitim, doğal afet ve nükleer kazalardan korunma, sanat, reklam ve pazarlama, eğlence, sağlık, müzecilik, turizm, spor, GPS ve coğrafi etiketleme, mühendislik, askeri amaçlar ve güvenlik hizmetleri gibi oldukça geniş bir alanda yararlanılmaktadır (İçten & Bal, 2017; Somyürek, 2014).

AG teknolojileri, kullanılan teknolojik tabana göre, iki farklı türde uygulanabilmektedir: Konum tabanlı ve Görüntü tabanlı (İçten & Bal, 2017).

K.T.A.G. yöntemleri: Bu uygulama, Küresel Konumlandırma (GPS), Kablosuz Yerel Alan Ağı (WLAN), Radio Frekanslı Tanımlama ya da sensörlerin gönderdiği verilerle kullanıcının konumunu tespit edip, gerçek görüntü üzerine ortam zenginleştirme verilerinin eklenmesini ifade eder. Bu sistem, kullanıcının bulunduğu yeri GPS, WLAN vb. cihazlar yardımıyla saptayıp gerçek görüntü üzerine sanal veriler ekler. KTAG uygulamalarının eğitimde, mimari çalışmalarda, turizm sektöründe, tarihi ve coğrafi alan tanıtımlarında etkin bir şekilde kullanıldığı görülmektedir (İçten & Bal, 2017).

G.T.A.G sistemler: Bu sistem, artırılmış gerçeklik ortamına tanımlanan nesnelere (resim, grafik, logo, fotoğraf, hareket ve ses algılama) işaretçi olarak kullanmakta, işaretçinin görüntüsünün analizi sonucunda, belirlenen

noktalara göre sanal veriler, grafikler veya 3D/2D nesnelere ekler. AG alanında sunulan yazılımlar ve bu yazılımlarla geliştirilen uygulamalar incelendiğinde en çok görüntü tabanlı çalışmalara rastlandığı söylenebilir (İçten & Bal, 2017). Bunun nedeni olarak, konum tabanlı sistemin günlük yaşamdaki temel faaliyetler için daha az işlevsel olması, buna karşılık görüntü tabanlı yapının yazılımla zenginleştirilebilme potansiyelinin yüksek olması gösterilebilir.

Artırılmış gerçeklik teknolojisinin en ilginç ve yaygın kullanıma sahip uygulamalarından biri olan "giyilebilir teknolojiler" bir şapka, gözlük veya saat gibi bilgisayar teknolojisine sahip küçük aksesuarlar veya konfeksiyon ürünleri aracılığıyla kullanıcının farklı duyuları algılamasını sağlar. Buna tipik örnekler olarak Microsoft HoloLens ile Google Glass verilebilir. Bu teknoloji, bir gözlük aracılığıyla kullanıcıların mekansal haritalama, jest tanıma, ses ve görüntü tanımlama gibi eylemleri bilgisayar veya telefon cihazlarıyla da uyumlu biçimde gerçekleştirmesini sağlar (Erbaş & Demire, 2014, Yengin & Bayrak, 2018).

Artırılmış Gerçeklik Teknolojisinin Eğitimde Kullanımı

Gün geçtikçe bir çok alanda karşımıza çıkan artırılmış gerçeklik uygulamaları kuşkusuz eğitim alanı için de çok önemli olmaktadır. Öğrenciler için gerçek bir öğrenme deneyiminin gerekliliği ve aynı zamanda artırılmış gerçekliğin öğrenme ve öğretim için sunduğu yeni olanaklar, eğitimciler tarafından kabul görmeye başlamış ve artırılmış gerçeklik uygulamalarının derslerde kullanımı yaygınlaşmaya başlamıştır. Artırılmış gerçeklik, öğrenenlerin, gerçek dünya ile öğrenme ortamlarını birleştirirken, sorunsuz bir şekilde öğrenilen bilgi ve becerinin uygulanmasına izin vererek, bilgi ve tecrübelerini grup ortamında paylaşabilmesini sağlamıştır (Erbaş ve Demire, 2014). Bu teknolojik uygulamalar aracılığıyla eğitimciler, araştırmacılar ve tasarımcıların elde edebileceği bazı fırsatlar ve üstünlükler dikkat çekicidir (Somyürek, 2014; Erbaş & Demire, 2014; Yengin & Bayrak, 2018):

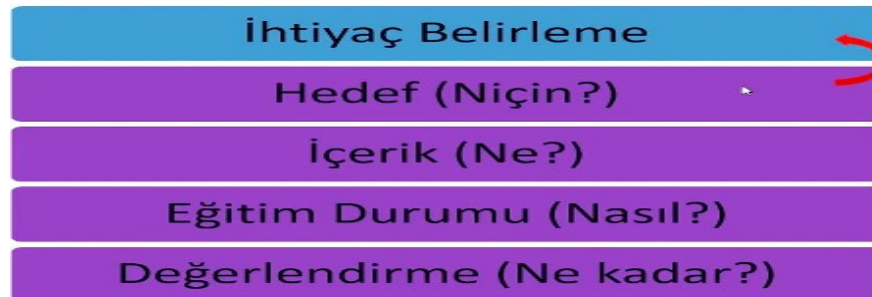
- * 3D perspektif ile etkili öğrenme sağlar
- * Her yerde ve işbirlikçi öğrenmeye fırsat sunar (zaman ve mekan kısıtlılıklarından kurtuluş)
- * Öğrenenlerin hisleriyle ve duyularıyla öğrenmesini sağlar
- * Gösterilemeyen işlemleri ve nesnelere görselleştirmeyi olanaklı kılar
- * Formal ve informal öğrenme arasında köprü kurabilir
- * Grup çalışmasına uygundur
- * Eğitici-öğrenci ve öğrenci-öğrenci ilişkilerini canlı tutar
- * Gözde/zihinde canlandırılmayan işlemlerin anlaşılmasına yardımcı olur
- * Google Glass ve MicHoloLens örnekleri, kolay taşınabilir ve çoklu veri sağlayan araçlarla araştırma, teknik uygulama ve öğretim etkinliklerini kolaylaştırabilir

ETKİLİ AFET YÖNETİMİ İÇİN DERS PROGRAMI GELİŞTİRME SÜRECİ

Bu bölümde, öncelikle bir eğitim programı geliştirme etkinliğinin eğitim alanyazını düzleminde anlamı, işlevi ve içeriğine genel hatlarıyla yer verilmiş ve bu sürecin aşamaları tanımlanmıştır. Son kısımda ise, afet yönetimiyle ilgili gereksinimlere dönük bir eğitim programı önerisi sunulmuştur.

Eğitim Etkinliklerinde Program Geliştirme Süreci ve Afet Yönetimi

Program geliştirme, bir eğitim programının amaçlarının etkin bir şekilde saptanması ve gerçekleştirilmesi için faydalanılan esasları, teorik ilkeleri ve temel faaliyetleri içeren bir süreç olarak tanımlanabilir (Erişen, 1998). Başka bir tanıma göre, program geliştirme, bir ülkenin gereksinimi olan işgücünü yetiştirebilmek için örgün eğitim sürecinin çeşitli basamaklarındaki amaçları başarmaya yönelik içerik ve ortam tasarımlarının geliştirildiği ve ölçme-değerlendirme yöntemlerinin uygulandığı bir araştırma-geliştirme sürecidir (Yeşilyurt, 2013). Bir süreç olduğundan dolayı, afet yönetiminde olduğu gibi bütünleşik ve ardışık çalışmalar gerektirir. Her ne kadar bu çalışmanın konusu bir örgün eğitim programı önerisini ve geliştirimini kapsamıyorsa da, yetişkin eğitimi anlayışına uygun bir non-formal/yaygın eğitim modelindeki program geliştirme süreçleri bağlamında, bu süreç örgün modele paralel yapıda yürütülebilir. Sürecin aşamaları Şema 3'te özetlenmiştir.



Şema 3. Eğitim Programı Geliştirme Süreci***

***Kaynak: Melek Kaplanoğlu, Program geliştirme süreci pekiştirme soruları, YouTube.com.

Eğitimde program geliştirme üzerine birçok model ve kuram geliştirilmiştir. Özgün farklılıklar sergilemeler de, tüm yaklaşımlardaki benzer süreçler, Şekil 3'de olduğu gibi ihtiyaç belirlenme ile başlayıp değerlendirmeye sonuçlanmaktadır.

Birçok yaklaşımın bulunduğu alanyazındaki modelleri *konu, öğrenen* ve *sorun* odaklı olarak sınıflandırmak da mümkündür (Sançar, 2020). Uygulamada yaygın biçimde tercih edildiğini söyleyebileceğimiz Tyler, Taba ve Tyler-Taba modellerinin yapısı da Şema 3'deki süreci işaret eder. Bu modellerde ilk adım, öğrenenlerin ne tür bilgilere gereksinim duyduğunun belirlenmesidir. Daha sonra genel amaçlar-hedefler ve bunlara uygun içerikler belirlenir. Öğrenme yaşantılarının düzenlenmesinden sonra değerlendirme adımıyla süreç tamamlanmış olur (Demirel, 1992; Erişen, 1998). Buradaki kilit nokta, hedef öğrenenler için uygun bir ihtiyaç analizinin yapılmış olmasıdır.

Etkili ve bilimsel temelli bir afet yönetimi anlayışı için kapsamlı ve etkili bir eğitim programı gereksinimi söz konusudur. Çünkü, aşağıdaki etkenler nedeniyle doğa olayları, büyük afetlere dönüşebilmektedir:

* Türkiye'deki afetlerin neredeyse tümünde, engellenebilir-önlenebilir-hafifletilebilir nitelikte yüksek/şiddetli kayıplar/zararlar doğmaktadır

* İnsan faktörünün ağır hataları gözlenmektedir (rant odaklı politikalar, cehalet, rüşvet,...vb)

* Afet kaynaklı ihtiyaçlar karşılanmalıdır (müdahale süreçlerinde eksiklik, yetersizlik ve yanlışlıklar)

* Afetlere hazırlık ve afet yönetimi süreçlerinin yetersizliği açıktır

* Kamu örgütleri ile özel sektör arasında koordinasyon eksikliği vardır

* Kent yönetiminde, imar hukukunda, su ve toprak yönetiminde büyük ve tekrarlanan hatalar ve ihmaller sürmektedir

Çözüm önerisi: Merkez ve taşra teşkilatında görev yapan her düzeydeki bürokrat, yerel ve ulusal düzeyde görev yapan memurlar, toprak ve su kaynaklarıyla bağlantılı her türlü inşaat işini yürüten müteahhitler ile belediye ve vilayet personelinin bilgi, bilinç, beceri ve mesleki etik düzeyinin yükseltilmesi için periyodik eğitim projelerinin yürütülmesi gereklidir.

Bu amaçla, öncelikle *eğitim hedefleri belirlenmeli*, öğrenme ortamı tasarlanmalı ve *öğrenme kazanımları* da belirlenerek bunlara uygun bir eğitim programı geliştirilmelidir.

Afet Yönetimi Eğitimine Yönelik Bir Program Önerisi

Tyler-Taba modelinin genel yapısına uygun bir taslak oluşturmak istediğimizde, öğrenen kitlesinin saptanmış ihtiyaçlarından ve/veya ihtiyaçları tanımlayacak sorunlardan yola çıkmak gerekir. Sonraki aşamalarda öğretim hedeflerinin belirlenmiş olması gerekir ki, bunlar hem ihtiyaçlarla hem de öğrenme kazanımlarıyla uyumlu olacaktır. Daha sonra, öğrenme ortamının tasarlanması ve yararlanılacak teknolojik ortam ve materyalin belirlenmesi gerekir; son aşamada ise değerlendirme işlemiyle sürecin meyvelerine bakılır.

Bu çalışmada, hedef öğrenen kitlesine yönelik bir saha taraması yapılmadığı için, kurgusal, gözlemsel ve literatürel dayanaklarla belirlediğimiz sorunlar ve ihtiyaçlar saptanmıştır:

- Sorun: Doğal yapıyı gözetmeyen; su, toprak ve temiz hava kaynaklarının sürdürülebilir yönetimini sağlamayan imar uygulamaları-

İhtiyaç: İmar uygulamalarının bilimsel ilkelere bölgesel-yerel yapının ekolojik profiline uygun hale getirilmesini sağlayacak teknik ve idari personelin yetiştirilmesi

- Sorun: Plansız ve bilimsel ilkelere uzak kentleşme uygulamaları

İhtiyaç: Bilimsel ilkelere uygun kentleşme politikalarını belirleyip yürütecek teknik ve idari kadroların yetiştirilmesi

- Sorun: Toprak ve su kaynakları ile tarımsal ihtiyaçların uzun vadeli planlama ve koruma politikalarının uygulanmaması

İhtiyaç: Yerel-bölgesel ekolojik profile uygun su, toprak ve hava yönetimi politikalarının tarımsal potansiyel ve ihtiyaçlar gözetilerek planlanmasını ve uygulanmasını sağlayacak teknik ve idari personelin yetiştirilmesi

- Sorun: Ülkenin jeolojik, hidrolojik, ekolojik ve meteorolojik yapısına uygun olmayan yapılaşma ve kentleşme modellerinin sürdürülmesi

İhtiyaç: Jeolojik, hidrolojik, ekolojik ve meteorolojik profile uygun yapılaşma ve kentleşme modellerinin kurgulanması ve uygulanmasını sağlayacak teknik ve idari personelin yetiştirilmesi

- Sorun: Deprem ve sel gibi afetlere hazırlık ve müdahale yöntem ve araçlarında yetersizlikler ve yanlışlıkların devam etmesi

İhtiyaç: Afetlere yönelik risk azaltma, önleme, müdahale, acil yardım ve iyileştirme süreçlerinin bilimsel ilkelere ve yerel-bölgesel ihtiyaçlara uygun donanım ve personel ile yapılmasını sağlayacak ve denetleyecek teknik ve idari kadroların yetiştirilmesi

Bu ihtiyaçların karşılanmasına yönelik önerilebilecek eğitim hedefleri ve dolayısıyla eğitim programı modeli hem sorun hem de konu odaklı olarak nitelendirilebilir. Nitekim, yaygın/non-formal eğitim anlayışındaki temel ilkeler ve artırılmış gerçeklik teknolojisinin olanakları birleştirildiğinde konu, öğrenen ve sorun odaklı modellerin sentezlenmesinin daha kolay olduğu görülebilecektir.

Bu alışma için belirlediğimiz eğitim hedefleri Tablo 1'de sunulmuştur:

Tablo 1. Bilimsel ve Yerel İhtiyaçlara Uygun Afet Yönetimi Eğitim Programı Hedefleri**Eğitim Hedefleri**

- Bir bölgenin/alanın/şehrin toprak kullanım planlaması için gerekli imar uygulamalarını ve temel ilkeleri belirleyebilme ve uygulayabilme
- Bir bölgenin/alanın/şehrin su kaynaklarının saptanması, korunması ve uzun vadeli su kaynakları planlama ilkelerine ve yöntemlerine ilişkin kararları ve politikaları belirleyebilme ve uygulayabilme
- Bir bölgeyi/alanı/şehri tüm ekosistemiyle birlikte kent planlama ve imar uygulamaları açısından değerlendirebilme
- Bir bölgenin/alanın/şehrin gıda güvenliği ve beslenme ihtiyaçları açısından tarımsal profilini çıkartabilme ve tarımsal potansiyelin korunmasına dönük ilkeleri uygulayabilme
- Bir bölgedeki/alandaki/şehirdeki orman varlığının korunmasına ve geliştirilmesine dönük yöntemleri ve araçları belirleyebilme ve uygulayabilme
- Deprem, sel ve yangın afetlerine hazırlık amacıyla gereken teknik donanım, altyapı, bütçe oluşturma ve örgütlenme çalışmalarını yürütebilme bilgi ve becerisine sahip olma
- Deprem, sel ve yangın afetlerine etkili-hızlı müdahale için gerekli teknik, örgütsel, ekonomik ve tıbbi hizmetleri oluşturma ve yürütebilme bilgi ve becerisine sahip olma
- Bir afet sonrası iyileştirme çalışmalarını programlayabilme, örgütleyebilme ve uygulayabilme

Yukarıdaki ihtiyaçlara ve hedeflere uygun olarak, ders programını oluşturacak dersler ve içerikleri belirlenir. Hedef kitlenin istihdam ve yaşam koşulları göz önüne alındığında, günümüz koşullarına da uygun olarak "uzaktan eğitim" modeli çerçevesinde ve yetişkin eğitimi ilkelerine uygun bir öğretim sürecinin uygulanması gerekecektir. Ders içerikleri ve ders programının uygulanması ise, hedeflere uygun biçimde, öğrenen odaklı bir anlayışla, esnek zamanlı ve web tabanlı gerçekleştirilir. Son olarak, böyle bir eğitim programı halk eğitimi merkezleri veya AFAD bünyesinde yürütülen bir eğitim programı olarak uygulanabilir.

Bu kapsamda, program için önerilen dersler şunlardır:

- Kentleşme Politikaları
- Yerel Yönetimler ve Belediyecilik
- Temel Biyoloji ve Ekosistemler
- Çevre Bilimi ve Ekolojik Etik
- Toprak-Su Yönetimi ve Tarım Politikaları
- Orman Ekolojisi
- İmar Hukuku ve Türkiye'de Yapılaşma
- Afetlere Hazırlık Politikaları
- Afet Yönetimi, Planlama ve Risk Azaltma Çalışmaları
- Deprem, Sel ve Yangına Karşı Hazırlık
- Afet Senaryosu ve Tatbikatlar
- Afet Bilgi ve Ulaştırma Sistemleri
- Afet Psikolojisi ve Sosyolojisi
- Afet Sonrası İyileştirme Çalışmaları

Tablo 2, belirlenmiş eğitim hedeflerine uygun öğrenme ortamı için gerekli dersleri, yöntemleri ve materyali göstermektedir.

Tablo 2: Bilimsel ve Yerel İhtiyaçlara Uygun Afet Yönetimi Eğitim Programı Taslağı *

Ders Adı	Yöntem ve Materyal	Süre (Saat)	AÇIKLAMALAR
Kentleşme Politikaları	U.Ö- Ders Notlarına Dayalı SEMİNER	3	Klasik ders anlatımı tarzında işlenebilir
Yerel Yönetimler ve Belediyecilik	U.Ö- Ders Notlarına Dayalı SEMİNER	4	Klasik ders anlatımı tarzında işlenebilir
Temel Biyoloji ve Ekosistemler	Görüntü Tabanlı A.G. + Giyilebilir Teknolojik Araç	5	Doğal çevrenin, azot ve karbon çevriminin tanıtılmasında hem barkodlu hem de görüntü tabanlı sistemler kullanılabilir
Çevre Bilimi ve Ekolojik Etik	Görüntü Tabanlı A.G.+ Giyilebilir Teknolojik Araç	4	Doğal ortamdan alınmış kayıtları içeren görüntü tabanlı A.G. sayesinde, madde çevrimlerinin gelişimi ve temel döngülerin kavranması kolaylaşabilir
Toprak-Su Yönetimi ve Tarım Politikaları	Görüntü Tabanlı+Konum Tabanlı+Optik Tabanlı (GPS)A.G.	5	Tarımsal alan, kentsel alan ve doğal SİT alanlarının planlanmasında gerçeklik algısı güçlendirilebilir.
Orman Ekolojisi	Görüntü Tabanlı+Konum Tabanlı+Optik Tabanlı (GPS)A.G.	4	Bölgesel-yerel ve Anadolu genelinde bulunan ormanların son durumuyla ilgili uydu görüntüleri eşliğinde ormanların yapısı ve işlevleri tanıtılabilir.
İmar Hukuku ve Türkiye'de Yapılaşma	Görüntü Tabanlı A.G. + Giyilebilir Teknolojik Araç	4	Türkiye'deki belediyelerden en kötü ve en iyi örnekler kaydedilerek, imar hukukundaki sorunların kavranması hızlandırılabilir.
Afetlere Hazırlık Politikaları	Barkod Oluşturma+ Görüntü Tabanlı+Optik Tabanlı+Konum Tabanlı (GPS)A.G.	5	Geçmiş sel, deprem ve yangın bölgelerinden kayıtlar; mevcut doğal çevrede ve kent ortamında görüntüleme yapılabilir.
Afet Yönetimi, Planlama ve Risk Azaltma Çalışmaları	Barkod Oluşturma+ Görüntü Tabanlı+Optik Tabanlı+Konum Tabanlı (GPS) A.G.	5	İyi uygulama örnekleri için Türkiye'den ve yurtdışı kent yönetimlerinden optik ve konum tabanlı veriler paylaşılabilir.
Deprem, Sel ve Yangına Karşı Hazırlık Uygulamaları	Görüntü Tabanlı+Konum Tabanlı+Optik Tabanlı (GPS) A.G. + Giyilebilir Teknolojik Araç	4	Türkiye'deki en yaygın afet türlerine uygun bireysel ve örgütsel davranışların kazandırılması için gerçek afetlerin görüntü kayıtlarından yararlanılabilir. Gerçekleşmekte olan bir afetin canlı görüntüleri de aktararak kalıcı öğrenme sağlanabilir.
Afet Senaryosu ve Tatbikatlar	Görüntü Tabanlı+Konum Tabanlı+Optik Tabanlı (GPS) A.G.	4	Hazırlık amaçlı tüm tatbikatlarda optik, video ve GPS sistemleriyle gerçeklik algısı artırılabilir.
Afet Bilgi ve Ulaştırma Sistemleri	Görüntü Tabanlı+Konum Tabanlı+Optik Tabanlı	4	İyi uygulama örneği olan yurtdışındaki kentlerin canlı

	(GPS)A.G. + Giyilebilir Teknolojik Araç		görüntüleri eşliğinde sistemler tanıtılabilir.
Afet Psikolojisi ve Sosyolojisi	U.Ö- Ders Notlarına Dayalı SEMİNER + Afetzedelerle canlı bağlantı	4	Klasik ders anlatımına ek olarak, afetzedelerle online bağlantı desteği sağlanabilir
Afet Sonrası İyileştirme Çalışmaları	Görüntü Tabanlı+Optik Tabanlı+ GPS A.G+Giyilebilir Teknolojik Araç	5	Afet sonrası olay mahalli görüntüleri aracılığıyla gerçeklik algısı artırılabilir. Afet öncesi ve sonrası görüntüleri eşzamanlı karşılaştırmalar için birlikte kullanılabilir.
	Toplam	60	
	Eğitim Süresi: 1 AY- Haftalık 3 gün-Günde 5 saat = Haftalık 15/ Aylık 60 saat		

* Bu çalışmanın amacı ve modeli nedeniyle, yukarıda önerilmiş olan derslerin içeriklerine yer verilmemiştir. Çünkü, isabetli bir içerik çalışması için hedef öğrenen kitlesine yönelik ihtiyaç analizlerinin yapılmış olması gereklidir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada deprem, sel, fırtına, orman yangını gibi en yaygın afetler öncesinde, esnasında ve sonrasında yapılması gerekli bireysel ve örgütsel eylemlerin, bilgi ve becerilerin bireylere kazandırılması amacıyla bir eğitim programı önerisinin sergilenmesi amaçlanmıştır.

Önerilen eğitim programı, sadece afet yönetimi süreçlerinin uygulanmasını değil, doğa olaylarının afete dönüşmesini engelleyecek eylemlerin başarılmasını sağlayacak davranışların ve becerilerin kazandırılmasını da hedeflemektedir. Bu bağlamda, belediyeçilik anlayışından il müdürlüklerinin hizmet felsefelerine kadar uzanan geniş bir yelpazedeki kamu hizmetlerinin iyileştirilmesini hedefleyen derslere yer verilmiştir. Böylece, bütünlük afet yönetimi sürecinin ilk adımı olan risk azaltma-önleme amaçlı doğa koruma bilincine ağırlık verilerek afet şiddetinin ve olası kayıpların azaltılabileceği öngörülmüştür.

Artırılmış gerçeklik teknolojisi, önümüzdeki dönemlerde sergileyeceği yeni özellikleri ve olanaklarıyla, diğer birçok öğrenme ortamına ve materyaline karşı üstünlüğünü artıracak bir potansiyele sahiptir. Bu nedenle, yakın gelecekteki birçok eğitim etkinliğinin ayrılmaz parçası olmaya adaydır. Üstelik, günümüz koşullarında daha da önem kazanmaya devam eden yetişkin eğitimi ve uzaktan eğitim modellerinin kritik bir tamamlayıcısı olabilecek potansiyele de sahiptir. Gerçek dünyada deneyimleyemeyeceğimiz duyuşsal zenginlik sağlayabilen bu teknoloji, klasik öğrenme ve öğretme etkinliklerindeki mekana ve algısal yetersizliğe bağlı bazı engelleri ortadan kaldırarak etkili bir öğrenme ortamı sunabilmektedir.

Bu olguyu hem öğrenme ortamı hem de materyali olarak ele aldığımızda, Türkiye'nin ihtiyaç duyduğu afet yönetimi anlayışı temelindeki acil öğrenme ihtiyaçlarına dönük hızlı, kısa süreli ve etkili eğitim programlarının tasarlanmasında aşağıdaki olası katkıları sağlayabilir:

- Doğal çevre ile yapay çevre eksenli terminolojinin kavranmasını hızlandırabilir (Flora, fauna, ekosistem, kentsel alan, periferik çevre,... vb).
- Derslerdeki soyut kavramları somutlaştırabilir (Ekolojik denge, temel madde çevrimlerinin kırılması, çarpık kentleşme, toprak kirliliği, deprem riski,... vb).
- Gerçek dünyayla ilişkili görsel-mekansal bilgiyi kazandırabilir (kentsel alanın yayıldığı bölgedeki bitki örtüsünün izlenmesi, dere yatağındaki yapılaşmanın görülmesi, deprem esnasındaki olayların gözlenmesi,... vb).
- Konulardaki görselliği zenginleştirerek, kavranmasını kolaylaştırabilir (azot çevrimi, tatlı su akiferleri, kaçak yapılaşma,... vb).
- Öğrenen konumundaki bürokratik ve teknik personelin, öğrenme ortamı üzerindeki hakimiyetini artırarak özyeterlik algılarını yükseltebilir.

- Gerçekleşmekte olan doğal bir afetin çeşitli kayıtlarının ders ortamına aktarılmasıyla, öğrenenlerin afetlere bakış açısının gelişimi hızlanabilir; hazırlık sürecinin önemini kavraması ve doğadaki ekolojik dengelerin korunmasına ilişkin bilinç düzeyinin gelişimi kolaylaşabilir.

Ders içeriklerinin belirlenmesi süreci, yukarıda belirtildiği gibi özenli bir ihtiyaç analizi sonrasında gerçekleştirilmelidir. Burada ana hatlarıyla önerilmiş olan 60 saatlik program taslağının, bölgesel ve yerel ihtiyaçlara uygun biçimde dönüştürülmesiyle işlevselliği artırılabilir.

Yakın gelecekteki araştırmaların karma desenli olması ve ihtiyaç analizine dayandırılarak tasarlanması önerilebilir. Bundan daha öncelikli olarak, acil veri ihtiyacını karşılaması beklentisiyle, Türkiye'deki tüm yerleşim birimlerinin

topoğrafik, jeolojik, meteorolojik ve ekolojik profillerinin yer aldığı, toprak ve su kaynakları ile tarımsal potansiyellerinin değerlendirildiği bir envanter çalışmasının yapılması büyük önem taşımaktadır. Böylece, bu verilerin üzerine yapılandırılacak sosyo-ekonomik çalışmalar çerçevesinde gerçekleştirilecek olan eğitim etkinliklerinin daha gerçekçi hedefler belirlemesi ve daha etkili sonuçlar vermesi sağlanmış olacaktır.

KAYNAKÇA

- Altınpulluk, H. (2015). Artırılmış gerçekliği anlamak: Kavramlar ve uygulamalar. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 1(4), 123-131.
- Ceren, A. (2021). Afetler ve insani yardım faaliyetleri üzerine bir değerlendirme. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(2), 289-312.
- Demir, R. (2017). Afet sosyolojisi ve psikolojisi. İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi Acil Durum ve Afet Yönetimi Önlisans Programı ders notları.
- Demirel, Ö. (1992). Türkiye'de program geliştirme uygulamaları. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7, 27-43.
- Erbaş, Ç. & Demirel, V. (2014). Eğitimde artırılmış gerçeklik uygulamaları: Google glass örneği. *Journal of Instructional Technologies and Teacher Education*, 3(2), 8-16.
- Erişen, Y. (1998). Program geliştirme modelleri üzerine bir inceleme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 13 (13), 79-97.
- Erkal, T. & Değerliyurt, M. (2009). Türkiye'de afet yönetimi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 14(22), 147-164.
- İçten, T. & Bal, G. (2017). Artırılmış gerçeklik üzerine son gelişmelerin ve uygulamaların incelenmesi. *Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 5(2), 111-136.
- Koçkan, Ç. (2015). Doğal afet risk yönetimi. 3. Türkiye Deprem Mühendisliği ve Sismoloji Konferansı, 14-16 Ekim 2015, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Özkaya, Y. (2016). Bütünleşik afet yönetimi sürecinde başarı göstergesi olarak yoksulluk. (Editörler: Zerrin Toprak Karaman & Asuman Altay), *Bütünleşik Afet Yönetimi* (s.201-220) içinde. İzmir:İlkem Yayınevi.
- Özmen, B., Nurlu, M., Kuterdem, K. & Temiz, A. (2005). Afet yönetimi ve Afet İşleri Genel Müdürlüğü. Deprem Sempozyumu, 23-25 Mart, Kocaeli.
- Öztürk, Y. (2018). *Doğal afetlerle mücadelede İstanbul ili Sarıyer ilçesi örneği* (Yüksek lisans tezi). İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, <https://91.239.204.115/handle/11547/9157>
- Sançar, B. (2020). Eğitimde program geliştirme ders notları. www.acikders.ankara.edu.tr/mod/resource/view.php%3Fid%3D98998+&cd=2&hl=tr&ct=clnk&gl=tr
- Somyürek, S. (2014). Öğrenme sürecinde Z kuşağının dikkatini çekme: Artırılmış gerçeklik. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 4(1), 63-80.
- Yengin, D. & Bayrak, T. (2018). Tüketime oyunlaştırılmasıyla artırılmış gerçeklik. *Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 1(1), 56-77.
- Yeşilyurt, E. (2013). Program geliştirme dersinin öğretmen adaylarının program geliştirmeye ilişkin bilişsel farkındalık düzeyine etkisi. *Kuramsal Eğitimbilim Dergisi*, 6(3), 316-342.
- T.C. İçişleri Bakanlığı, AFAD Başkanlığı. (2020). *Afet yönetimi kapsamında 2019 yılına bakış ve doğa kaynaklı olay istatistikleri*. www.afad.gov.tr

EĞİTİM FAKÜLTELERİNİN AKREDİTASYONU ÜZERİNE BİR İNCELEME

Nermin KARABACAK
Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Eğitim Fakültesi
nermin.karabacak@erdogan.edu.tr

Şenol SEZER
Ordu Üniversitesi Eğitim Fakültesi
senolsezer.28@gmail.com

ÖZET

Akreditasyon, yükseköğretim alanında kalite kontrol ve güvence sürecidir. Akreditasyon çalışmaları, üniversiteler arasında rekabet yaratarak öğrencilerin ve ailelerin beklentilerine uygun ve daha nitelikli öğrenim imkanı sunmayı beraberinde getirmektedir. Akreditasyon belgesi alan üniversiteler ve fakülteler, dünya standartlarında kalite göstergelerine ulaştıklarını belirterek hem ulusal hem de uluslararası öğrencilerin üniversite tercihini etkilemeye çalışmaktadır. Bu süreçte, Türkiye'deki kamu ve vakıf üniversiteleri tarafından ya akreditasyon belgesi alınmış ya da akreditasyon belgesi almak için gerekli çalışmalara başlanmıştır. Türkiye'de eğitim fakültelerinin akreditasyonu gerçekleştirildiğinde, öğretmen eğitiminin istenilen niteliğe kavuşması beklenmektedir. Bu anlamda, Eğitim Fakültelerinde yürütülen akreditasyon çalışmalarının, yedi boyutta belirlenen amaçlara ulaşmış olup olmadığı, araştırılması gereken bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Akreditasyon sürecinin başarılı olması için amaçların paydaşlar tarafından benimsenmesi ve tüm boyutlarda sorumlulukların paylaşarak yerine getirilmesi gerekmektedir. Akreditasyon sürecine hazırlık aşamasında, daha özverili çalışmalar sergilemelerine gereksinim duyulması nedeniyle öğretim elemanları, paydaşlar arasında anahtar konumunda bulunmaktadır. Ancak bu konuda daha önce yürütülen araştırmalar, akreditasyon sürecinin başarısının belirleyicilerinden olan öğretim elemanlarının gerekli niteliklere sahip olmadığı ve istenilen performansını sergileyemediklerini ortaya koymaktadır. Eğitim fakültelerindeki akreditasyon sürecinin amacına ulaşma düzeyi, akreditasyon sürecinde yaşanan sorunlar ve bu sorunların çözümü ve eksikliklerin giderilmesi, bu sürecin içinde bulunan ve akreditasyon çalışmalarının denetimini yapan akademisyenlerin deneyimlerine dayalı olarak ortaya konulabilir. Bu bağlamda araştırmanın amacı, Türkiye'deki eğitim fakültelerinin akreditasyon sürecinin incelenmesidir. Araştırma, nitel araştırma deseninde planlanmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu, eğitim fakültelerindeki akreditasyon sürecinde yer alan fakülte temsilcileri/yöneticileri ve akreditasyon komisyonlarında görev yapan 16 katılımcı oluşturmaktadır. Veriler, yarı yapılandırılmış görüşme formu ile toplanmıştır. Verilerin analizi, içerik analiziyle gerçekleştirilmiştir.

Araştırma bulgularında iki sonuca ulaşılmıştır. Eğitim fakültelerinin akreditasyonunu oluşturan alt temalarda genel olarak eğitim fakültelerinin girdilerinin yetersizliği vurgulanmıştır. Girdilerine bağlı olarak eğitim fakültelerindeki öğretmen adaylarını yetiştirecek akademisyenlerin de performans ve yeterlilikleri sorgulanmıştır. Öğretmen eğitimi programlarının akreditasyonunun yapılamayacağına gerekçesi ise programların Yüksek Öğretim Kurulu (YÖK) tarafından merkezi olarak taşra ve büyük şehir üniversitelerine dayatılmasıdır. Araştırmanın en dikkat çekici bulgularından biri akreditasyon çalışmalarının önemine inanan katılımcılardan çok inanan katılımcıların bulunmasıdır. Bunun gerekçesi ise hem YÖK tarafından hem de akreditasyon kuruluşu tarafından akredite olma standartlarını sağlamayan eğitim fakültelerine yönelik bir yaptırımın bulunmamasıdır. Akreditasyon sürecinin işleyişi temasını oluşturan alt temalarda sürecin merkezi yapılanma aracılığıyla yürütülmesine ilişkin olarak Türkiye'de akreditasyon sürecinin geçerliliğinin zayıflığı vurgulanmıştır. Yurt dışında olduğu gibi, Türkiye'de de akreditasyon denetimlerinin tam bağımsız kurumlar tarafından yapılması gerekliliği bulunduğu dikkat çekilmiştir. Bu duruma gerekçe olarak devlet üniversitelerinde çalışan denetçilerle akreditasyon sürecinin kişiselleşebileceği dile getirilmiştir. Araştırmanın en dikkat çekici bulgularından biri ise katılımcıların çoğunluğu tarafından üniversite olarak akredite olduklarını ya da olmak üzere olduklarını belirtmelerine rağmen bu akreditasyonun kağıt üzerinde kaldığının belirtilmesidir. Bu durumun nedeni ise akredite sürecinde sadece insan kaynaklarına ve fiziki yapıya yoğunlaşılmasıdır.

Anahtar Kelimeler: Yükseköğretim, akreditasyon, eğitim fakültesi, kalite, standart

AN EXAMINATION ON ACCREDITATION OF EDUCATION FACULTIES

ABSTRACT

Accreditation is a quality control and assurance process in higher education. Accreditation studies create competition among universities and bring along more qualified education opportunities in line with the expectations of students and families. Universities and faculties that have obtained accreditation certificates are trying to influence the university choice of both national and international students by stating that they have achieved world-class quality indicators. In this process, either the accreditation certificate has been obtained by the public and foundation universities in Turkey or the necessary studies have been started to obtain the

accreditation certificate. When the accreditation of education faculties in Turkey is realized, it is expected that teacher education will reach the desired quality. In this sense, whether the accreditation studies carried out in Education Faculties reach the goals determined in seven dimensions is a subject that needs to be investigated. In order for the accreditation process to be successful, the objectives must be adopted by the stakeholders and the responsibilities in all dimensions must be shared and fulfilled. In the preparation phase of the accreditation process, the instructors are in a key position among the stakeholders, as they need to exhibit more devoted work. However, previous studies on this subject reveal that the instructors, who are one of the determinants of the success of the accreditation process, do not have the necessary qualifications and cannot show the desired performance. The achievement level of the accreditation process in education faculties, the problems experienced in the accreditation process, the solution of these problems and the elimination of deficiencies can be revealed based on the experiences of the academicians who are involved in this process and who supervise the accreditation studies. In this context, the aim of the research is to examine the accreditation process of education faculties in Turkey. This research was planned in a qualitative research design. The study group consists of 16 participants including faculty representatives/managers who take part in the accreditation process in faculties of education, and persons who work in accreditation commissions. The data were collected by using a semi-structured interview form. The analysis of the data was carried out by content analysis. Two conclusions were reached in the research findings. In the sub-themes constituting the accreditation of education faculties, the inadequacy of the inputs of education faculties was emphasized. Depending on the inputs, the performance and qualifications of academicians who will train prospective teachers in education faculties were also questioned. The reason why teacher education programs cannot be accredited is that the programs are centrally imposed on provincial and metropolitan universities by Council of Higher Education (CoHE). One of the most striking findings of the study is that the number of participants who believe in the importance of accreditation studies is less than the number of those who do not. The reason for this is that there is no sanction for education faculties that do not meet the accreditation standards by both CoHE and the accreditation body. In the sub-themes that constitute the theme of the functioning of the accreditation process, the weakness of the validity of the accreditation process in Turkey was emphasized, regarding the execution of the process through the central structuring. It was pointed out that accreditation audits should be carried out by fully independent institutions in Turkey as well as abroad. As a reason for this situation, it was stated that the accreditation process could be personalized by the auditors working at state universities. Another most striking finding of the study is that the majority of the participants stated that although they were accredited as a university or they were about to be, this accreditation remained on paper. The reason for this situation is that only human resources and physical structure are focused in the accreditation process.

Key Words: Higher education, accreditation, faculty of education, quality, standard

GİRİŞ

Denklik anlamını taşıyan akreditasyon (TDK, 2019), bir akreditasyon kuruluşu tarafından belirli bir alanda önceden belirlenmiş, akademik ve alana özgü standartların bir yükseköğretim programı tarafından karşılanıp karşılanmadığını ölçen değerlendirme ve dış kalite güvence sürecini ifade etmektedir (YÖKAK, 2019). Türkiye’de, Yükseköğretim alanında kalite kontrol ve güvence süreci olan akreditasyon çalışmalarının, eğitim fakültelerinde ilk olarak 1990’lı yılların sonunda başlamıştır (Doğan, 1999). İlk akreditasyon uygulamaları, YÖK tarafından ABD ve İngiltere’nin deneyimleri örnek alınarak temellendirilmiştir (Doğan, 1999; YÖK, 1999).

Milli Eğitimi Geliştirme Projesi Hizmet Öncesi Öğretmen Eğitimiyle (MEGEP-HÖÖE) başlayan çalışmalarla öğretmen eğitimini iyileştirmek ve geliştirmek adına öğretmen eğitimi yeniden yapılandırılırken, eğitimde kaliteyi arttırma çalışmalarına da yer verilmiştir. Kalite çalışmaları bağlamında, öğretmen eğitimi akreditasyon programının uygulamaya konulması kararı alınmıştır. Bu çalışmalar kapsamında standartlar belirlenerek değerlendirme araçları geliştirilmiş, pilot akreditasyon ziyaretleri gerçekleştirilmiştir. Alanyazında yürütülen çalışmalara dayalı olarak yedi alanda yeterlikler çerçevesi oluşturulmuş ve Türkiye’de öğretmen eğitiminin standartları belirlenmiştir. Bu alanlar; öğretimin planlanması, uygulanması ve değerlendirilmesi, öğretim elemanları, öğrenciler, fakülte-okul işbirliği, tesisler, kütüphane ve donanım, yönetim ve kalite güvencesidir (Kavak, 1999; YÖK, 1999). Öğretmen Yetiştirme Milli Komitesi, 1997 yılında ilk olarak eğitim fakültelerinin akreditasyon çalışmalarını bu projeye yürütmeye başlamıştır. 1997’de başlayan eğitim fakülteleri akreditasyon çalışmaları, pilot uygulama aşamasına geçildiği bir sırada sonlandırılmıştır (YÖK, 1999). Bu proje, Türkiye’de öğretmen eğitiminde ilk akreditasyon uygulaması olarak bilinmekle birlikte istenilen başarı elde edilememiş ve bir süre sonra da kesintiye uğramıştır.

2000’li yıllarda, akreditasyon çalışmalarının yükseköğretimde kalite güvencesi, akreditasyon sistemi ve Bologna süreciyle ivme kazanarak devam ettiği anlaşılmaktadır. Bu süreçte, eğitim fakülteleri arasında standart bir öğretmen yetiştirme programının uygulanması amacıyla Yükseköğretim Kurulu tarafından 2018 yılında öğretmen yetiştirme lisans programları güncellenmiştir. Alanyazında yürütülen çalışmalara dayalı olarak yedi alanda yeterlikler çerçevesi oluşturulmuş ve Türkiye’de öğretmen eğitiminin standartları belirlenmiştir. Bu alanlar; öğretimin planlanması, uygulanması ve değerlendirilmesi, öğretim elemanları, öğrenciler, fakülte-okul

işbirliği, tesisler, kütüphane ve donanım, yönetim ve kalite güvencesidir. Türkiye’de, 2016 yılından itibaren eğitim fakültelerinin akreditasyonu Eğitim Fakülteleri Programlarını Değerlendirme ve Akreditasyon Derneği (EPDAD, 2016) tarafından gerçekleştirilmektedir.

Akreditasyon çalışmaları, üniversiteler arasında rekabet yaratarak öğrencilerin ve ailelerin beklentilerine uygun ve daha nitelikli öğrenim imkanı sunmayı beraberinde getirmektedir. Akreditasyon belgesi alan üniversiteler ve fakülteler, dünya standartlarında kalite göstergelerine ulaştıklarını belirterek hem ulusal hem de uluslararası öğrencilerin üniversite tercihini etkilemeye çalışmaktadır (Hesapçioğlu, Bakioğlu ve Baltacı, 2001). Bu süreçte, Türkiye’deki kamu ve vakıf üniversiteleri tarafından ya akreditasyon belgesi alınmış ya da akreditasyon belgesi almak için gerekli çalışmalara başlanmıştır. Bu süreçte, eğitim fakültelerinin akreditasyonu üzerine kurumsal olarak yürütülen faaliyetlerin akademik çalışmalara yansıdığı ve son yıllarda ivme kazandığı görülmektedir (Aküzüm ve Saraçoğlu, 2018; Adıgüzel ve Sağlam, 2009; Arsal, 2004; Ataman ve Adıgüzel, 2019; Erişen, 2001; Doğan, 1999; Duman, 2021; Hesapçioğlu, Bakioğlu ve Baltacı, 2001; Kavak, 1999; Kaya, 2017; Kaya ve Selvitopu, 2017). Türkiye’de eğitim fakültelerinin akreditasyonu gerçekleştirildiğinde, öğretmen eğitiminin istenilen niteliğe kavuşması beklenmektedir. Bu anlamda, Eğitim Fakültelerinde yürütülen akreditasyon çalışmalarının, yedi boyutta belirlenen amaçlara ulaşım ulaşıldığı, araştırılması gereken bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Akreditasyon sürecinin başarılı olması için amaçların paydaşlar tarafından benimsenmesi ve tüm boyutlarda sorumlulukların paylaşılarak yerine getirilmesi gerekmektedir. Akreditasyon sürecine hazırlık aşamasında, daha özverili çalışmalar sergilemelerine gereksinim duyulması nedeniyle öğretim elemanları, paydaşlar arasında anahtar konumunda bulunmaktadır. Ancak bu konuda daha önce yürütülen araştırmalar, akreditasyon sürecinin başarısının belirleyicilerinden olan öğretim elemanlarının gerekli niteliklere sahip olmadığı ve istenilen performansı sergileyemediklerini ortaya koymaktadır. Eğitim fakültelerindeki akreditasyon sürecinin amacına ulaşma düzeyi, akreditasyon sürecinde yaşanan sorunlar ve bu sorunların çözümü ve eksikliklerin giderilmesi, bu sürecin içinde bulunan ve akreditasyon çalışmalarının denetimini yapan akademisyenlerin deneyimlerine dayalı olarak ortaya konulabilir. Bu bağlamda araştırmanın amacı, Türkiye’deki eğitim fakültelerinin akreditasyon sürecinin incelenmesidir. Bu amaçla aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır: Eğitim fakültelerindeki akreditasyon sürecinde yer alan fakülte temsilcileri/yöneticileri ve akreditasyon komisyonlarında görev yapan akademisyenlerin;

1. 2018 güncellenen öğretmen yetiştirme programlarının ulusal ve uluslararası akreditasyon standartlarını karşılama açısından yeterlik düzeyine ilişkin görüşleri nelerdir?
2. Türkiye’deki eğitim fakültelerinin akreditasyonunun kamu üniversitelerinde görevli akademisyenler tarafından denetleniyor olmasının olumlu ve olumsuz yönlerine ilişkin görüşleri nelerdir?
3. Eğitim fakültelerinin akreditasyonunun, nitelikli öğretmen yetiştirmede üniversiteye ve Türkiye’ye katkılarına ilişkin görüşleri nelerdir?
4. Türkiye’de eğitim fakültelerinin akreditasyon çalışmalarının amacına ulaşmasına ilişkin önerileri nelerdir?

YÖNTEM

Bu araştırma, nitel araştırma deseninde ve durum çalışması modelinde yürütülmüştür. Türkiye’deki eğitim fakültelerinin akreditasyon süreci derinlemesine incelenip betimlenmiş ve ayrıntılarıyla ortaya konularak değerlendirilmiştir. Betimleyici durum çalışması, hakkında çok az bilginin olduğu konu ya da durumların incelenmesi ile elde edilen verilerin detaylı açıklamalarla yorumlanarak analizi ve sunulması aşamalarından oluşmaktadır (Marshall ve Rossman, 2016).

Çalışma Grubu

Katılımcıların belirlenmesinde benzeşik örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu çalışmada, ele alınan konu derinlemesine çalışılacağı için küçük ve homojen bir çalışma grubu belirlenmiştir. Bu bağlamda çalışma grubu, özel bir durum olarak kabul edilen eğitim fakültelerindeki akreditasyon çalışmalarında yer alan fakülte temsilcileri/yöneticileri ve akreditasyon komisyonlarında görev yapan akademisyenler arasından belirlenmiştir (Neuman, 2014). Çalışma grubu, bu özel durumu en yakından bilen 16 akademisyenden oluşmaktadır. Çalışma grubunda yer alan akademisyenlerin 5’i kadın, 11’i erkektir. Mesleki kıdemleri 13-35 yıl arasında değişmektedir. Katılımcıların unvanlarına göre dağılımı ise 2 doktor öğretim üyesi, 4 doçent ve 10 profesördür.

Veri Toplama Aracı ve Süreci

Araştırmanın verileri, 2020-2021 akademik yılında online görüşmeler aracılığı ile toplamıştır. Çalışmada veri toplama aracı olarak, yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Veri toplama aracı, araştırmacılar tarafından alanyazına dayalı olarak hazırlanmış ve uzman görüşü alınarak düzenlenmiştir. Daha sonra pilot çalışma amacıyla iki akademisyene uygulanmış, gelen geri dönüşlere dayalı olarak son şekli verilmiştir. Katılımcı olarak belirlenen akademisyenlerden randevu alınarak görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler kayıt altına alınarak not tutmayla desteklenmiştir. Yapılan görüşmeler, 30-70 dakika sürmüştür.

Veri Analizi

Elde edilen ses dosyaları ham veri şeklinde yazılı formata dönüştürülmüştür. Toplanan verileri analiz etmek ve düzenlemek için yedi aşamalı içerik analizi kullanılmıştır (Aronson, 1995). Bu işlem basamakları (1) toplanan verilerin yazıya dökülmesi, (2) verilerin düzenlenmesi, (3) tema ve alt temaların oluşturulması, (4) verilerin kodlanması, (5) veriden elde edilen temaların birbirleriyle olan ilişkisinin ortaya konması, (6) verideki alternatif açıklamaların, negatif durumların ve farklı açıklamaların değerlendirilerek temaların meşruluk kazanması, (7) bulguların yorumlanarak raporlaştırılmasıdır (Marshall ve Rossman, 2011). Bulgular bölümünde katılımcıların doğrudan alıntılarını yansıtan görüşleri sunulmuştur.

BULGULAR

Bu araştırmada, eğitim fakültelerindeki akreditasyon çalışmalarında yer alan fakülte temsilcileri/yöneticileri ve akreditasyon komisyonlarında görev yapan akademisyenlerin deneyimlerine dayalı olarak Türkiye’de Eğitim Fakültelerinin akreditasyonu süreci incelenmiş, konu bütüncül bir şekilde yorumlanarak betimlenmiş; konuyla ilgili sorunlara açıklık getirilmeye çalışılmıştır.

Tablo 1’de, eğitim fakültelerinin akreditasyonu ana temasına ilişkin alt temalar yer almaktadır.

Tablo 1. Eğitim fakültelerinin akreditasyonu temasına ilişkin alt temalar

Ana Tema	Alt Temalar
Eğitim Fakültelerinin Akreditasyonu	Alt yapı Öğretmen eğitimi programları Akreditasyon çalışmalarının önemi

Tablo 1’de, eğitim fakültelerinin akreditasyonu teması eğitim fakültelerinin alt yapısı, öğretmen eğitimi programlarının akreditasyonu, akreditasyon çalışmalarının önemi alt temaları altında kategorilendirilmiştir. Eğitim fakültelerinin akreditasyonunu oluşturan alt temalarda genel olarak eğitim fakültelerinin girdilerinin yetersizliği vurgulanmıştır. Girdilerine bağlı olarak eğitim fakültelerindeki öğretmen adaylarını yetiştirecek akademisyenlerin de performans ve yeterlilikleri sorgulanmıştır. Katılımcılar tarafından görüş birliğiyle öğretmen eğitimi programlarının akreditasyonunun yapılamayacağı ve güncellenen 2018 öğretmen eğitimi programlarının hem akreditasyon için hem de uygulama açısından yeterli olmadığı vurgulanmıştır. Öğretmen eğitimi programlarının akreditasyonunun yapılamayacağına gerekçesi ise programların YÖK tarafından merkezi olarak taşra ve büyük şehir üniversitelerine dayatılmasıdır. Araştırmanın en dikkat çekici bulgularından biri akreditasyon çalışmalarının önemine inanan katılımcılardan çok inanmayan katılımcıların bulunmasıdır. Bunun gerekçesi ise hem YÖK tarafından hem de akreditasyon kuruluşu tarafından akredite olma standartlarını sağlamayan eğitim fakültelerine yönelik bir yaptırımın bulunmaması olarak yansıtılmıştır.

Tablo 2’de, akreditasyon sürecinin işleyişi temasına ilişkin alt temalara yer verilmiştir.

Tablo 2. Akreditasyon sürecinin işleyişi temasına ilişkin alt temalar

Ana Tema	Alt Temalar
Akreditasyon Sürecinin İşleyişi	Sürecin merkezden yönetilmesi Bağımsız kurumlar tarafından yürütülmesi Sürecin sürdürülebilirliğine yönelik görüşler

Tablo 2’de, akreditasyon sürecinin işleyişi teması sürecin merkezden yönetilmesi, bağımsız kurumlar tarafından yürütülmesi, sürecin sürdürülebilirliğine yönelik görüşler alt temaları altında kategorilendirilmiştir. Akreditasyon sürecinin işleyişi temasını oluşturan alt temalarda sürecin merkezi yapılanma aracılığıyla yürütülmesine ilişkin olarak Türkiye’de akreditasyon sürecinin geçerliliğinin zayıflığı vurgulanmıştır. Yurt dışında olduğu gibi, Türkiye’de de akreditasyon denetimlerinin tam bağımsız kurumlar tarafından yapılması gerekliliği bulunduğu dikkat çekilmiştir. Bu duruma gerekçe olarak devlet üniversitelerinde çalışan denetçilerle akreditasyon sürecinin kişiselleşebileceği dile getirilmiştir. Araştırmanın en dikkat çekici bulgularından biri ise katılımcıların çoğunluğu tarafından üniversite olarak akredite olduklarını ya da olmak üzere olduklarını belirtmelerine rağmen bu akreditasyonun kağıt üzerinde kaldığının belirtilmesidir. Bu durumun nedeni ise akredite sürecinde sadece insan kaynaklarına ve fiziki yapıya yoğunlaşılmasıdır.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu araştırmada, alanda çalışan akademisyenlerin görüşlerine dayalı olarak Türkiye’de eğitim fakültelerinin akreditasyon sürecine ilişkin sorunlar ve öneriler ortaya konulmaya çalışılmıştır. Öğretmen eğitimi bir süreçtir. Eğitim fakültesinde hizmetöncesi öğretmen eğitimi bittiğinde öğretmen eğitimi bitmez. Eğitim fakültesinden mezun olan her bir öğretmen adayının, mesleki hayatlarında yaşam boyu öğrenmeyi devamlı olarak sürdürebilmeleri, kendilerini geliştirmeyi nasıl devam ettireceklerini öğrenmiş olmaları, öğrenmeyi ve gelişmeyi sürdürebilme becerilerini kazanmaları oldukça önemlidir. Bu bağlamda, öğretmen eğitiminde bir kalite

güvencesi olan akreditasyonun geliştirilip sürdürülebilmesi kamusal hesap verebilirlik için bir deneti mekanizması olmakla birlikte hem öğretmen eğitiminin kalitesini iyileştirmek hem de nitelikli öğretmen adaylarının yetiştirilmesi bakımından oldukça önemli bir hizmettir.

Araştırmanın sonuçları, akreditasyon çalışmalarının üniversitenin ulusal ve uluslararası tanınırlığı ve dünya üniversiteleri sıralamasındaki prestiji açısından önemli olduğunu ve öğrenci tercihlerini etkileyebileceğini ortaya koymaktadır. Meraler'in (2001) yaptığı çalışmada, öğretmen adaylarının çoğunluğu tarafından, engelli öğrencilere sunulan hizmetlerin yeterliliği, akademisyenlerin yurt dışında eğitim almaları, akademik destek hizmetlerinin yeterliliği, üniversite kütüphanesinin kaynak zenginliği, üniversitede demokratik bir ortamın olması, üniversitenin dünyanın iyi üniversiteleri sıralamasında yer alması, burs ve yarı zamanlı iş olanağı sağlanmasının yükseköğretimde kalite açısından önemli buldukları ortaya konulmuştur.

Araştırmadan elde edilen bir başka önemli bir sonuç, 21. yüzyıl öğretmenlerinin yetişmesini sağlayacak eğitim fakültelerinin alt yapılarının yeterli olmadığıdır. Öğretmenlerin 21. yüzyıl bilgi ve becerilerle donanık eğitimle yetişmesini sağlayacak eğitim fakültelerinin alt yapılarının hem fiziksel hem de insan kaynaklarıyla donanımlı olmasıdır. Alan yazında yapılan araştırmalarda bu sonucu destekleyecek sonuçlara ulaşılmıştır. Erkuş ve Özdemir (2010), Adıgüzel ve Sağlam (2009) tarafından yapılan araştırmalarda, bulgular eğitim fakültelerinin daha çok öğrenci boyutu açısından istenilen düzeyde olduğunu gösterirken; Aküzüm ve Saraçoğlu (2018) tarafından yapılan çalışmada, eğitim fakültelerinin akreditasyon sürecine daha çok tesisler, kütüphane ve donanım açısından hazır oldukları ortaya konulmaktadır.

Araştırmadan elde edilen bir diğer sonuç ise öğretmen eğitimi programları için akreditasyon yapılamayacağıdır. Bu durumun gerekçesi ise programların taşra ve büyük şehir üniversitelerine YÖK tarafından dayatılmasıdır. Programlarla ilgili bir başka sorun da güncellenen 2018 öğretmen eğitimi programlarının günümüzün öğrencilerine hitap edebilecek bir içerikte olmaması ve uygulamadan elde edilen bilimsel verilere dayalı olmamasıdır. Akar-Vural vd. (2018) tarafından yapılan bir çalışmada öğretmenlerin hizmet öncesinde göçmen çocukların eğitimine yönelik eğitim almadıkları ortaya konulmuştur. Sağdıç (2020) tarafından yapılan çalışmada, öğretmen adaylarının hizmet öncesinde çok kültürlü eğitim almamalarının uygulamada çok kültürlü sınıf ortamıyla karşılaştıklarında sorunlar yaşayabilecekleri ortaya konulmuştur.

Araştırmanın sonuçları, akreditasyon sürecinin merkezi yapılmasıyla ilişkili olarak; akreditasyon çalışmalarının amacına tam ulaşamayacağı, eğitim fakültelerinin politika yapıcılar tarafından şekillendirildiği, değerlendirmedeki yedi boyuttan sadece insan kaynakları ve fiziki yapının akreditasyonunun yapıldığını ortaya koymaktadır. Akreditasyon sürecinde yaşanan bu sorunlar alan yazındaki araştırmalarla ortaya konulmuştur. Süzen ve Çalık (2016) tarafından yapılan çalışmanın sonuçları üniversitelerde akademisyenlerin iç değerlendirme ve dış değerlendirme süreçlerine katılım düzeylerinin düşük olduğunu ve bu çalışmaların genellikle merkezi bir komite aracılığıyla yürütüldüğünü ortaya koymaktadır. Akreditasyon çalışmalarına akademisyenler ve öğrenciler tarafından direnç gösterilebileceğine Belenli vd. (2011) tarafından dikkat çekilmiştir. Kis (2005), Özer, Gür ve Küçükcan (2010) tarafından yapılan araştırmalar yükseköğretim kurumlarındaki akreditasyon çalışmalarında yönetimde merkezileşme eğilimini artırma, bürokratik iş yükünü artırma ve akademik özgürlüğü sınırlandırma gibi riskler barındırdığını ortaya koymaktadır.

Araştırmanın sonuçları, akreditasyon çalışmalarının bağımsız kurumlar tarafından yapılması gerekliliğini ortaya koymaktadır. Araştırmanın bu sonucu alan yazın tarafından da desteklenmektedir. Sağlamer (2012) ve Öztürk (2012) tarafından, eğitim fakültelerinde akreditasyon çalışmalarının devletten bağımsız kurum ya da kuruluşlar tarafından yürütülmesi gerektiği ortaya konulmaktadır. Adıgüzel ve Sağlam (2008) tarafından yapılan çalışmada eğitim fakültelerinin akreditasyonu bağımsız ve kar amacı olmayan kurumlar üstü bir kurul tarafından yapılması tarafsız bir değerlendirme sisteminin oluşturulmasına olanak sağlayabilir. Özer (2012)'e göre Türkiye'de YÖK'ün kendisi bir ön akreditasyon kurumu gibi çalışmaktadır. Buna karşın Kaya (2017) tarafından Türkiye'de öğretmen eğitimine özgü sadece bir bağımsız kalite güvence derneği olduğu vurgulanmaktadır.

Araştırmanın sonuçlarına bağlı olarak, Türkiye'de akreditasyon çalışmaları sürecinin sürdürülebilirliğine yönelik bazı öneriler sunulabilir. Bu önerilerden biri, YÖK ve Eğitim Fakülteleri akreditasyonunu değerlendiren dernek tarafından kalite standartlarını taşımayan birimler için yaptırım uygulanmasıdır. Ayrıca akreditasyon değerlendirmesinde teftiş sisteminden vazgeçilip güçlü kriterlerin getirilmesi de önerilebilir.

KAYNAKLAR

- Adıgüzel, A. ve Sağlam, M. (2009). Öğretmen eğitiminde program standartları ve akreditasyon. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(3), 83-104.
- Akar-Vural, R., Karabacak, N., Küçük, M., Sezer, Ş., & Çelik, Ç. (2018). Assessment of the 6-11 aged Syrian refugee children's educational needs: A multidimensional analysis. In H. Arslan, R. Dorczak, & D. U. Alina-Andreea (Eds.), *Educational policy and research* (pp. 19-28). Jagiellonian University Institute of Public Affairs.
- Aküzüm, C. ve Saraçoğlu, M. (2018). Akreditasyon sürecine hazır olma durumu: Eğitim fakültesi üzerine bir uygulama. *International Social Sciences Studies Journal*, 4(26), 5772-5784. <https://doi.org/10.26449/sss.1041>

- Aronson, J., & Steele, C. M. (1995). Stereotype threat and the intellectual test performance of African Americans. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69(5), 797–811. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.69.5.797>
- Arsal, Z. (2004). Türkiye’de ve Amerika Birleşik Devletleri’nde öğretmen eğitiminde akreditasyon uygulamasının karşılaştırılması. *Abant İzzet Baysal Sosyal Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 1(8), 1-16.
- Ataman, O. ve Adıgüzel, A. (2019). Türkiye ve Avustralya öğretmen yetiştirme sistemleri ve akreditasyon modellerinin karşılaştırmalı incelenmesi. *Kuramsal Eğitimbilim Dergisi*, 12(2), 678-700.
- Belenli, İ., Günay, D., Öztemel, E., Demir, A., Sivrikaya Şerifoğlu, F., Elmas, M., Eryiğit, R., Aydın, O. ve Kılıç, M. (2011). Türkiye yükseköğretim kurumları için kalite güvence oluşumu üzerine bir model önerisi. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 1(3), 128-133.
- Doğan, İ. (1999). Eğitimde kalite ve akreditasyon sorunu: Eğitim fakülteleri üzerine bir deneme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 5(4), 503-519.
- Duman, S. N. (2021). Akreditasyon alanında yapılan lisansüstü tezlerin incelenmesi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 19(1), 54-74. <https://doi.org/10.37217/tebd.824611>
- Eğitim Fakülteleri Program Değerlendirme ve Akreditasyon Derneği (EPDAD) (2016). Öğretmen eğitiminde program değerlendirme ve akreditasyon el kitabı. <http://www.epdad.net/belgeler-ve-formlar> adresinden 28.07.2021 tarihinde erişilmiştir.
- Erkuş, L. ve Özdemir, S. M. (2010). Eğitim fakültelerinin akreditasyon sürecine hazır olma durumuna ilişkin öğretim elemanlarının görüşlerinin değerlendirilmesi. *Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 38, 118-133.
- Erişen, Y. (2001). *Öğretmen yetiştirme programlarına ilişkin kalite standartlarının belirlenmesi ve fakültelerin standartlara uygunluğunun değerlendirilmesi* (Yayınlanmamış Doktora tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Hesapçioğlu, M., Bakioğlu, A. ve Baltacı, R. (2001). Öğretmen eğitiminde sorumluluk ve akreditasyon. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri Dergisi*, 1, 146-160.
- Kavak, Y. (1999). Öğretmen yetiştirmede yeni bir yaklaşıma doğru: Standartlar ve akreditasyon. *Eğitim Yönetimi Dergisi*, 5(20), 313-324.
- Kaya, M. (2017). Çeşitli ülkelerin öğretmen eğitiminde kalite güvencesi kurumları ve Türkiye için öneriler. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 7(3), 411-418, <https://doi.org/10.5961/jhes.2017.218>
- Kaya, M. ve Selvitopu, A. (2017). Öğretmen eğitimi kalite güvence uygulamalarında karşılaşılan sorunlar ve öneriler. *Harran Education Journal*, 2(1), 14-25, <https://doi.org/10.22596/2017.0201.14.25>
- Kis, V. (2005). Quality assurance in tertiary education: Current practices in OECD countries and a literature review on potential effects. Retrieved from <https://www.oecd.org/education/skills-beyond-school/38006910.pdf> on 28.07.2021
- Neuman, L. W. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches* (7th ed.). Essex: Pearson Education Limited.
- Marshall, C., & Rossman, G. B. (2011). *Designing qualitative research* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Marshall, C., & Rossman, G. (2016). *Designing qualitative research*. (6th ed.). SAGE, Thousand Oaks.
- Meraler, S. (2001). *Eğitim fakültesi öğrencilerinin yükseköğretimde kaliteye ilişkin görüşlerinin belirlenmesi* (Yüksek Lisans tezi). Şanlıurfa: Harran Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özer, M. (2012). Avrupa yükseköğretim alanında kalite güvence sistemi ile ilgili genel eğilimler. S. B. Gür ve M. Özer, (Ed.), *Türkiye’de yükseköğretimin yeniden yapılandırılması ve kalite güvence sistemi* içinde (s. 21-29). Ankara: Pelin Ofset.
- Özer, M., Gür, B. S. ve Küçükcan, T. (2010). *Yükseköğretimde kalite güvencesi*. Ankara: Pelin Ofset.
- Öztürk, R. (2012). YÖK’te kalite güvence çalışmaları. S. B. Gür ve M. Özer, (Ed.), *Türkiye’de yükseköğretim yeniden yapılandırılması ve kalite güvence sistemi* içinde (s. 53-61). Ankara: Pelin Ofset.
- Sağdıç, M. (2020). Türkiye’de öğretmen yetiştirmenin genel kültür meselesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Derneği*, 43, 1-15.
- Sağlamer, G. (2012). Belirsizlik ortamında yükseköğretim nasıl yapılandırılmalı? S. B. Gür ve M. Özer, (Ed.), *Türkiye’de yükseköğretimin yeniden yapılandırılması ve kalite güvence sistemi* içinde (s. 37-45) Ankara: Pelin Ofset.
- Süzen, Z. B. ve Çalık, T. (2016). Üniversitelerde kurumsal değerlendirme çalışmalarına öğretim üyelerinin katılımı. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 24(3), 1403-1418.
- TDK (2019). Türk Dil Kurumu. <http://www.tdk.gov.tr> adresinden 28.07.2021 tarihinde erişilmiştir.
- YÖKAK. (2019). YÖKAK kurumsal dış değerlendirme programı. <https://yokak.gov.tr/degerlendirme-sureci/kurumsal-degerlendirme-programi-nedir> adresinden 28.07.2021 tarihinde erişilmiştir.
- YÖK (1999). Türkiye’de öğretmen eğitiminde standartlar ve akreditasyon. http://dosya.marmara.edu.tr/ae/degelerlendirme/konsey/yok_dunyabankas_kitapcik.pdf adresinden 28.07.2021 tarihinde erişilmiştir.

ELEŞTİREL SÖYLEM ÇÖZÜMLEMESİ BAĞLAMINDA HABER METİNLERİNİN İNCELENMESİ: COVID-19 AŞI ÇALIŞMALARINA DAİR HABERLER ÖRNEĞİ

Mustafa ÖZTUNÇ
Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi
oztunc@sakarya.edu.tr

Neslihan AÇMACI
Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Öğrencisi
neslihan.acmaci@ogr.sakarya.edu.tr

Mesut EKER
Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Öğrencisi
mesut.eker@trt.net.tr

ÖZET

Günümüzde geleneksel basından yeni medyaya evirilen yapı içerisinde birçok yeni medya kuruluşu ortaya çıkmıştır. Çok sesliliğin bir temsili olarak değerlendirilebilen bu yeni medya kuruluşları, haberleri ele alış biçimleri bakımından ve yayın politikalarıyla genel siyasi eğilimleri bakımından da farklılıklar göstermektedir. Haberlerin iletildiği hedef kitle her zaman yanlı ya da bir ideolojiyi yansıtan görüşte haberleri okuduğunun bilincinde olmamaktadır. Bu doğrultuda medya metinlerinin içeriklerinin analiz edilmesi ve incelenmesi bir gereklilik olarak karşımıza çıkmaktadır.

Dünya, günümüzde küresel çapta pandemi ilan edilmesine sebep olan Covid-19 virüs tehdidiyle karşı karşıya kalmış durumdadır. Ülkemizde medya gündemi ise Covid-19 virüsünün 11 Mart 2020 tarihinde ülke sınırları içerisinde ilk defa tespit edilmesiyle bu konuya yoğunlaşmıştır. Çin kaynaklı virüsün henüz ülkemizde görülmediği dönemde gündemde sık yer almayan pandemi haberleri, virüsün ülkeye gelişiyse büyük bir artış göstermiştir. Bu çalışmada, medyada Covid-19'un tedavisi için gerçekleştirilen aşı haberleri Teun A. van Dijk'in eleştirel söylem analiz yöntemiyle incelenmiştir. Van Dijk söylemlerin ideolojilerin oluşumunda merkezi bir rol oynadığını belirtmektedir ve söylemler altyapıdan bağımsızdır. Bu bağlamda toplumsal iktidar, söylem tarafından harekete geçirilerek yeniden üretilmektedir. Söylem çalışmaları ise halkı, toplumsal sınıflara ayırarak incelemektedir.

Belirli konuların haber metni içerisinde ön plana çıkarılması, okurların haberi anlamlandırma süreçlerini biçimlendirmektedir. Öncelik olarak yayın kuruluşunun önemli olduğunu düşündüğü haberlere aktarım sırasında öncelik vermesi, haberin tüm içeriğini de etkilemektedir. Bu bağlamda Covid-19 pandemisi tedavisi için geliştirilen aşı çalışmaları farklı gazetelerin web sayfalarından incelenerek analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yeni Medya, Haber Metni, Eleştirel Söylem Analizi

GİRİŞ

Yaşadığımız teknoloji çağında geleneksel basın, okurlar açısından eski yaygınlığını kaybetmiştir. "Geleneksel medyada içerik üretim süreci geçmişten günümüze teknolojik gelişmeler, sektöre eklenen yeni cihazlar, sunum anlayışlarının yıllarla birlikte değişmesi, hedef kitlenin özelliklerinin yıllar içinde farklılaşması gibi kendi seyri içinde bazı değişikliklere uğramıştır" (Duran ve Yeniceler, 2019, s.201). Bu doğrultuda kişilerin haber alma ihtiyaçlarını karşılamak için teknolojinin bir getirisi olan yeni medya ortamlarını daha sık kullandıkları bilinmektedir. Zaman ve mekân kavramlarının ortadan kalkmasıyla beraber devamlı gelişmekte olan internet teknolojileri birçok yeni sanal mecranın oluşumuna da öncülük etmiştir. Sosyal medya uygulamaları ve etkileşimli web sayfaları bu mecralara örnek oluşturmaktadır. Bu mecralar kişilerin aktif birer toplum üyesi olmasına ve dijital yurttaşlar olarak sanal mecralarda da etkileşimde bulunmalarına imkân sağlamıştır (Çambay, 2015).

Büyük bir bölümü dijital ortama taşınan haberlerin içerikleri ve sunumları da yeni imkânlar doğrultusunda değişikliğe uğramıştır. Fakat burada değişmediğini söyleyebileceğimiz en önemli şey haberin sunumundaki bilinçli algı yaratma çabasıdır. Algı yönetiminde mesajı gönderen kişiler alıcıları denek ya da kobay olarak gördükleri için, onlara verecekleri zararı düşünmeden hareket etmektedir. Hedef kitle, egemen güçlerin ve medya patronlarının istekleri doğrultusunda yönlendirilir (Gönenç, 2018). Algı yönetiminin haber içeriğinin tamamına nüfuz ettiği bilgisinden yola çıkarak, yeni medya ortamında yayımlanan haberlerin eleştirel bir yaklaşımla değerlendirilmesi de bir gereklilik olarak iletişim çalışmacılarının karşısına çıkmaktadır. Gazetelerin web sayfalarında yer alan haberlerin veriliş biçimi, konuları, görselleri ve başlıkları da bu açıdan dikkat edilmesi gereken diğer alt başlıklardır.

Eleştirel söylem çözümlemesi modelleri arasında Teun A. Van Dijk'e ait olan model, akademik çalışmalarda sıkça kullanılmaktadır. Dijk'in önerdiği model haber söylemleri incelenerek üretilen toplum-bilişsel yapılanmayı araştırmaktadır (Karaduman, 2017). Van Dijk, haber metninin içerisinde geçen iktidar, güç, egemenlik ve ideoloji gibi kavramlara odaklanarak eleştirel söylem analizini geliştirmiştir. Medya tarafından okura iletilen içerikler,

hedef kitlenin görüşlerini değiştirmede önemli rol oynamaktadır. Birey karar ve görüşlerini kendi seçimiyle değil, içine doğduğu dünyanın ona kazandırdıkları ve egemen ideolojinin tekrarlayarak telkin ettiği ayrımlarla oluşturmaktadır (Karaduman, 2017).

Bu çalışmada yeni medya ortamında yayınlarını gerçekleştiren gazetelerin web sayfalarında Covid-19 virüsü aşısıyla ilgili yer alan haberler örnek olarak alınmıştır. Yayınlanan haberler üzerinde söylem çözümlemesi yapılmıştır. Çalışmadan elde edilen veriler doğrultusunda, gelişmelere yeni medyada ne derece yer verildiğine ve aşı çalışmalarına dair genel yaklaşımların ne yönde olduğuna değinilmiştir.

Yeni Medya

Web teknolojilerinin gelişmesi ve internetin toplumun büyük bir kesimi tarafından kullanılmaya başlanması geleneksel gazetecilik pratiklerinde de değişime yol açmıştır. Birçok ana akım medya kuruluşu geleneksel basındaki yayınlarının yanı sıra, internet haberciliğini de bünyelerine katmışlardır. Alanın gelişime açık yapısı ve maddi potansiyeli sadece internet haberciliği yapan kuruluşların da sayıca artmasını sağlamıştır (Vardal, 2016). Geleneksel medyanın yerini büyük oranda yeni medya ortamlarının alması da 2000’li yılların başına denk gelmektedir. Türkiye’de ilk haber sitesi olan Xn (eksen) 1996 yılında faaliyete geçtiyse de 1999 yılında kapanmıştır. İçinde bulunduğumuz yüz yılın ilk senelerinde Web 2.0 teknolojilerinin de gelişmesiyle internet gazeteciliği büyük oranda gelişmiş ve okurun habere ulaşabilmesi çok daha kolay hale gelmiştir. Yeni medyanın en önemli özelliği sesin, verinin, metnin ve görüntünün tek bir alt yapı üzerinden aktarılabilmesine, saklanabilmesine, toplanabilmesine ve işleme tabi tutulabilmesine imkân tanıyan sayısallaşma gerçeğidir (McQuail, 2005. akt; Karakaş, 2017). Bu doğrultuda internet gazeteciliğinde kullanılan haber metinleri ve tüm haber içeriklerinin hedef kitle üzerinde etkisinin geleneksel basından farklılaştığını söyleyebiliriz. Değişmeyen şey ise medya sahiplerinin algı yönetme çabası ve yöntemleridir.

Haber Metni

Haber metinleri yüzyıllar öncesinden halkı bilgilendirmek amacıyla hazırlanmaya başlamıştır. Metinlerin her ne kadar objektif olması gerektiği bilinse de, mutlak bir objektifliğin yakalanabilmesi noktasında birçok farklı görüş mevcuttur. Kitle iletişim araçlarının gerçeği tamamiyle yansıtmayı yansıtmadığına ya da haberlerin kurgu olup olmadığında dair tartışmalara medya literatüründe sıkça rastlamaktayız (Yurdigül, 2011).

Haber metinleri kişilere hayatın ve dünyanın değişik yönlerini görünür kılarak insan ilişkilerine ve birçok toplumsal örgütlenmeye katkıda bulunmaktadır (Cereci, 2010). Fakat haberler toplumsal alandaki yansımaları ortaya koymaktan ziyade daha çok toplumun neyi ne kadar ve ne şekilde bilmesi gerektiğine karar veren yapıya da sahiptirler. Bu doğrultuda haberlerin toplumu etkileme noktasında ne denli önemli bir konumda oldukları gözlemlenebilmektedir.

Eleştirel Söylem Analizi

Teun Van Dijk’in eleştirel söylem analiz modelinin en önemli yönü hazırlanmış bir şablona göre çözümleme yapmaya elverişli olmasıdır. Daha farklı bir yönü ise haberin yapısını daha da önemlisi haberin ideolojik sunumunu ortaya çıkarma bakımından öne çıkmasıdır. Bundan dolayı çalışma konusu için en ideal analiz tekniği olduğu düşünülmektedir. Teun Van Dijk’in Eleştirel Söylem Analizi Modeli “makro yapı” ve “mikro yapı” olmak üzere iki ana kısımdan oluşmaktadır. Makro yapı analizi, tematik yapı ve şematik yapı olarak iki bölüme ayrılmaktadır. Tematik yapı analizinde başlık, haber girişleri ile fotoğraflar inceleme konusu olurken, şematik yapı kapsamında ana olayın sunuş biçimi, artalan bilgileri, bağlam boyutu ve kaynaklara yönelik bilgiler incelenmektedir (Öztunç, 2021, s.236).

Eleştirel söylem analizi yöntemi Teun A. van Dijk’e aittir. Van Dijk’e göre söylem çözümlemesinin esas amacı söylem olarak nitelendirilen ve metinsel, bağlamsal olarak adlandırılabilir başlıca iki boyutu olan dil kullanımının açık ve sistematik tanımlarını üretmek olarak açıklanmaktadır (Dedeoğlu, 2013). Eleştirel söylem analiz yöntemi sosyo-psikolojik bir yaklaşımdan doğmuştur ve sosyal temsil kuralına dayanmaktadır. Van Dijk, biliş, söylem ve toplum arasında iletişim kurmakta ve güce erişim aracı olarak da söylemlerin kontrol kabiliyetlerine odaklanmaktadır (Doğruel ve Yardım, 2019). Söylem analizi, söylemleri yaratan ve devamını sağlayan kurallara yapılar ve durumlara odaklanmaktadır. Amacı incelenen olayın ya da konunun derinlemesine incelenmesini içermektedir. İnsanla ilgili olguları daha genel bağlamda ve bütüncül perspektifte incelediği için, diğer geleneksel yöntemlere oranla daha sık tercih edilmektedir (Fairclough, 2003. akt; Gür, 2013). Söylemler özellikle de dil ve ideoloji arasındaki bağın ortaya çıkarılması amacıyla incelenmektedirler. İdeolojilerin oluşması, yeniden üretimi ve toplumsal sahada dolaşımında olması söylemler üzerinden gerçekleştirilmektedir (Sezer, 2012). Genel olarak medya ve medya patronlarının tutumlarıyla, genel yaklaşımları da söylemleri şekillendirmektedir ve etki kapasitelerini arttırmaya yöneliktir.

AMAÇ

Sosyal bilimlerde alanındaki araştırmalarda 1970’li yıllara kadar içerik analiz yöntemi sıkça kullanılmıştır ancak ilerleyen yıllarda nitel araştırma yöntemlerinin çeşitlenmesiyle farklı yöntemler dâhilinde gerçekleştirilen

çalışmalar da literatüre kazandırılmıştır. İçerik analizi de bu yeni nitel yöntemler arasında yer almaktadır (Şeker, 2014). Teun A. van Dijk'in 1983 yılında geliştirdiği haber söylem analizi alanda yenilikler sağlamış ve seksenli yıllar sonrasında, büyük oranda nicelden ziyade nitel yöntemlerle söylem analizleri hazırlanmaya başlanmıştır.

Bu çalışmanın amacı internet gazeteciliğinde Covid-19 aşısıyla ilgili dünya çapında gerçekleştirilen çalışma ve gelişmelerin ülkemizdeki 5 ayrı gazete üzerinde incelenerek eleştirel söylem çözümlemesinin yapılmasını içermektedir. Söylem çözümlemesi yirminci yüzyılın ikinci yarısında ortaya çıkan ve akademik alanda bu dönemden itibaren sıkça kullanılan bir yöntemdir. Bu yöntem nitel araştırmalar kapmasına girmektedir ve metoduyla, pratikte kullanımıyla bir dilbilim alanı olarak sosyal bilimlerde insanla alakalı her alanda kullanılmakta olan bir araştırma yöntemidir (Gür, 2013). Söylemlerin aktarıldığı ortamlarda bulunan bireylerde meydana gelen söylem ve söylem sahibine yönelik anlayış, söylemin anlamlandırılmasında temel belirleyicidir. (Erdem ve Genç, 2016). Söylem analizinde cümleler, ifadeler ve sözcüklerin hangi anlamlarda kullanıldıkları ortaya konmaya çalışır ve bu sayede söylemin ideolojik bir yaklaşımı içerip içermediği de ortaya tespit edilmiş olur (Aziz, 2008).

Örneklemler olarak alınan haberleri Birgün, Sabah, Türkiye, Hürriyet ve Sözcü gazetelerinin web sayfalarında, aşı çalışmalarının yoğunluk kazandığı 20-27 Nisan tarihleri arasında yayınlanan haberler oluşturmuştur. Çalışmada elde edilen veriler, küresel çapta etkili olan Covid-19 virüsünün tedavisinde kullanılmak amacıyla üretilen aşısıyla ilgili haberlerin farklı görüş ve yayın politikalarına sahip gazetelerde ne ölçüde yer aldığını ve sunumları açısından ne tür farklılıklara sahip olduklarını ortaya koymaktadır.

ÖNEM

Covid-19 virüsü hayatımıza 2019 yılında girmiştir. Yakın zamanda karşı karşıya kaldığımız Covid-19 pandemisi halen yaşanmaya devam etmektedir. Geçmişten günümüze bakıldığında, kitlesel ölümlere yol açan salgınlar insanlık tarihinde daima sarsıcı etkiler yaratmıştır ve 14. yy da yaşanan pandemi tüm dünya nüfusunu 1/4 oranında azaltmıştır (Çobanoğlu, 2020). Medyada ise günümüzde yaşanan pandemi ve tedavisiyle ilgili birçok haber yer almaktadır ve virüs için aşı bulunamadığı süreçte de devam edecektir.

Dünyada ortaya çıkan her virüs sağlıkçılar için de medya kuruluşları için de büyük önem teşkil etmektedir. Pandemi etkisi yaratan virüsün tedavisi noktasında dünyanın çeşitli yerlerinde aşı çalışmaları yapılmaktadır. Virüsün yayılma ve ölüm hızı özellikle de Avrupa ülkeleri açısından değerlendirildiğinde medya alan yazınında tedavi yöntemleri ve aşı üretim girişimleri açısından çalışma yapılması gereklilik haline gelmiştir. Ölümün artışıyla birlikte halkta oluşan aşı beklentisi gün gün artmaktadır. İnsanlarda en çok ölüme sebep olan hastalıkların büyük bölümü enfeksiyonlara bağlıdır. Bu hastalıkların önlenmesinde veya tedavilerinin bulunmasında, beklenen yaşam süresinin içinde bulunduğumuz zamanda, eriştiği noktada gerçekleştirilmiş aşı çalışmaları büyük paya sahiptir (Akdeniz ve Kavukcu, 2016). Bu doğrultuda halkın psikolojik sağlığı açısından da tedavi yöntemlerindeki gelişmeler hakkında bilgi sahibi olabilmek günümüz şartlarında oldukça önemlidir. Gündemde yoğun şekilde yer alan Covid-19 aşısı haberleri de konunun medyada ele alınış biçimi açısından incelenmiştir. Halkın sağlığı ve yaşam motivasyonu açısından önemli olan bu haberlerin Türk mediasında ele alınış biçimlerinin araştırılması da alan yazına katkıda bulunacaktır.

YÖNTEM

Bu çalışmada yöntem olarak nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma yöntemleri; görüşme, gözlem ve doküman analizi gibi yöntemlerin kullanıldığı bir yaklaşımı içermektedir. Kişilerin algılarının ve yaşanan olayların doğal ortamlarında gözlemlenebilmesi gerçekçi ve bütüncül bir gerçekliği ortaya çıkarmaktadır. Bu araştırma türünde olayı veya olguyu izleyerek istenen yönleriyle ortaya koymak oldukça önemlidir (Aydın, 2018). Nitel bir araştırma yöntemi olan söylem analizinde subjektif olma, anlam ve bağlam kavramları doğrultusunda neden, nasıl ve ne şekilde soruları sorularak, araştırmaya konu olay ya da olguya dair durum tanımlaması yapılmaktadır (Sezer, 2012). Söylem ve dil arasındaki en önemli varlık insandır. Söylemlerin içerdiği anlamlar hangi toplumsal alanda kim tarafından ve hangi amaçla söylendiğine göre tespit edilmektedir. Söylemlerin ulaştığı hedef kitlede, söylem sahibi hakkında bazı yargılar oluşması ise oldukça sık rastlanan bir durumdur (Erdem ve Genç, 2016). "İçerik çözümlemesi iletişimin belirgin (yazılı/açık) içeriğin objektif, sistematik ve niceliksel tanımlarını yapan bir araştırma tekniğidir" (Berelson, 1952, s. 18).

Bu çalışmada örneklem olarak seçilen beş gazetenin web sayfası içeriklerinden konu dâhilinde olan haberler seçilmiştir. Günlük periyotta internet yayını yapan Türkiye, Sabah, Hürriyet, Birgün ve Sözcü gazetelerinde 20-27 Nisan tarihleri arasında yayınlanmış Covid-19 aşısı çalışmaları haberleri Van Dijk'in Eleştirel Söylem Analizi yönteminin tematik analiz metoduyla incelenmiştir.

KURAMSAL TEMEL

Araştırma konusu ile Eşik Bekçiliği kuramı ilişkilidir. Bu kuramı D.M. White kurmuştur. Eşik bekçiliği kavramı ilk defa 1947 yılında Kurt Lewin tarafından kullanıldıysa da daha sonra eşik bekçileri, White tarafından medya mesajlarını belirleyen kişiler olarak yeniden tanımlanmıştır. Haberi oluşturan gerçekliklerden bazılarının bilinçli olarak ön plana çıkarılması ve bazılarının da aynı amaç doğrultusunda geri planda bırakılması ya da haberde yer

almaması gibi durumlar eşik bekkiliği faaliyetlerindedir. Eşik bekkisi haberi kurgularken politik, ekonomik ya da kültürel ilgi alanları doğrultusunda bilgileri yeniden şekillendirmektedir (Narmanlioğlu, 2016).

Eşik bekkileri günümüz medyasının yeni şekli itibariyle ve sayıca artış göstermesi neticesinde, okurun ulaşabileceği birçok biçimdeki enformasyonu süzgeçten geçirek yeniden kurgulamaktadır. İnternet gazetelerinde görev yapan eşik bekkileri, geleneksel medyanın klasik düzenlemelerinden ziyade haberlerin web sayfasında ne sıklıklarla verileceği ya da hangilerinin flaş haber şeridinde geçecekleri gibi çok daha karmaşık işlemlerin de belirleyicileri haline gelmişlerdir.

Haberler yayına sunulurken, medya kuruluşları eşik bekkilerinin de sınıfsal konumlarını, kişiliklerini ve görüşlerini belirlemektedir. Bu doğrultuda kurumun son karar verici olarak atadığı eşik bekkilerinin çıkarlarının da medya patronlarının çıkarlarıyla aynı ekseninde olması gerekmektedir (Oktay, 2019). Eşik bekkiliği internet gazeteciliği özelinde incelendiğinde, içerikler geleneksel basındaki eşik bekkiliği süreçlerinde belirlenmiştir ancak okuyuculara önemli fırsatlar sunan yeni medya ortamlarında dolaşıma sokulmuş haberlere sıradan insanların yorumlarla yaptıkları katkıların niteliği de önemli bir sorun haline gelmiştir (Narmanlioğlu, 2016). Kullanıcıya interaktivite imkânı sağlayan yeni medya ortamları eşik bekkiliğinin hedef kitle üzerindeki etkisini değiştiren faktörlerden biri olarak değerlendirilebilirse de, eşik bekkilerinin haberin üzerindeki etkileri tamamen görmezden gelinemez ölçüde önemlidir.

Bu çalışmada 5 farklı internet gazetesinin eşik bekkilerinin aynı gelişmelerle ilgili haberleri okur kitleye aktarırken söylemlerini hangi doğrultuda şekillendirdikleri Van Dijk'in eleştirel söylem analizi yöntemiyle incelenmiştir. Eşik bekkilerinin etkileri haberleri Van Dijk'in makro yapı olarak ele aldığı tematik yapı kapsamında incelenmiş ve farklılıklar ortaya konmuştur.

Teun A. van Dijk'in Eleştirel Söylem Çözümlemesi Modeli

Bu çalışmada, Covid-19 aşısı haberleri Teun A. Van Dijk'in eleştirel söylem çözümlemesi modeli çerçevesinde incelenmiştir. Söylem çözümlemeleri makro ve mikro olmak üzere iki yapı üzerinden incelenmektedir. Makro yapının ilk alt başlığı tematik yapıdır. Bu kısımda başlıklar, haber girişı ve fotoğraflar incelenir. "Tematik yapı, teorik olarak semantik makro yapılar bakımından açıklanan bir metnin temalarının veya konularının hiyerarşik olarak düzenlenmesidir" (Çiçek ve Uysal, 2019, s.1185). Tematik analizin amacı haberde geçen söylemlerin temalarını belirlemektir. Tematik düzeyde; haber başlıkları, haberin girişı, fotoğraflar ve spota bakılır. Şematik yapıda ise; olay örgüsü, ana olayın işleme şekli, sonuçlar, arka plan bilgisi ve olayların sosyo-politik yapıları incelenir (Bayram, 2016). Mikro yapı ele alındığında ise Teun A. Van Dijk, sentaktik çözümleme başlığı altında cümle yapılarının aktiflik pasiflik durumlarını, basit ya da karmaşıklık durumlarını değerlendirir. Mikro yapının bir diğer alt başlığı ise bölgesel uyumdur. Bölgesel uyumda; nedensel, işlevsel ve referansal ilişkiler incelenmektedir. Mikro yapının son kısmında ise sözcük seçimleri ve haber retorikine yer verilir. Haber retorikisi kısmında; fotoğraflar, inandırıcı bilgiler ve görgü tanıklarının ifadeleri incelenmektedir (Teun A. Van Dijk, 2015).

BULGULAR

Tablo 1. Birgün Gazetesinde 2020 yılı 20-27 Nisan tarihleri arasında Covid-19 Aşısıyla ilgili çıkan haber başlıkları, haber girişleri ve fotoğraflar

No	Başlık	Haber Girişı	Fotoğraf
1	Aşı Bilimi Uzmanı Prof. Dr. Sarah Gilbert: Umut ettiğimiz klinik çalışmalara gelecek haftanın sonuna doğru başlamak üzereyiz		
2	İsrailli bilim insanı korona ailesinden virüslere karşı aşı tasarımı patenti aldı		
3	İngiltere'de potansiyel koronavirüs aşısı insanlar üzerinde denenecek		
4	Almanya'da Covid-19 aşısı için klinik çalışma onayı		
5	Dünya Sağlık Örgütü: 6 aşı insanlar üzerinde denenmeye başlandı		
6	Dünyayı sarsan öldürücü bir virüsün aşısı ve ilacı nasıl üretilir?		
7	Koronavirüs ilacı' açıklamasıyla tepki çeken Prof. Ovalı'dan yeni aşı iddiası		
8	Oxford Üniversitesi, insanlar üzerinde Covid-19 aşısı denemelerine başladı		
9	'Koronavirüs aşısı için uluslararası zirve düzenlenecek		

10	Potansiyel koronavirüs aşısının denenmesi için 2 bilim insanı gönüllü oldu		
11	Sinovac Biotech, geliştirdiği koronavirüs aşısını insanlar üzerinde denemeye başladı		
12	Aşı bulunduğunda, risk grubundaki ülkelere öncelik tanınacak		

Haber Metinlerinin Makro Yapı Dâhilinde Tematik Yöntemle İncelenmesi Başlıklar

Birgün Gazetesi'nin 20-27 Nisan 2020 tarihli başlıklar aşağıdaki gibidir;

- **Üst Başlık 1:** "Aşı Bilimi Uzmanı Prof. Dr. Sarah Gilbert: Umut ettiğimiz klinik çalışmalara gelecek haftanın sonuna doğru başlamak üzereyiz" (Birgün, 20 Nisan 2020)
- Alt Başlık: "Enfeksiyon sonrası bağışıklık çok uzun ömürlü değil" (Birgün, 20 Nisan 2020)
- Alt Başlık: "Adenovirüsle geliştirilen aşıyla hastalar doğal enfeksiyona göre daha uzun süre bağışıklık kazanabilir" (Birgün, 20 Nisan 2020)
- Alt Başlık: "Aşıyla insanları en az bir yıl süreyle koruyacak güçte bağışıklık kazanılabilir" (Birgün, 20 Nisan 2020)
- **Başlık 2:** "İsraili bilim insanı korona ailesinden virüslere karşı aşı tasarımı patenti aldı" (Birgün, 21 Nisan 2020)
- **Üst Başlık 3:** "İngiltere'de potansiyel koronavirüs aşısı insanlar üzerinde denenecek" (Birgün, 21 Nisan 2020)
- Alt Başlık: "İngiltere'de son durum" (Birgün, 21 Nisan 2020)
- **Başlık 4:** "Almanya'da Covid-19 aşısı için klinik çalışma onayı" (Birgün, 22 Nisan 2020)
- **Üst Başlık 5:** "Dünya Sağlık Örgütü: 6 aşı insanlar üzerinde denemeye başlandı" (Birgün, 23 Nisan 2020)
- Alt Başlık: "Aşı çalışmalarında süreç nasıl işliyor?" (Birgün, 23 Nisan 2020)
- **Üst Başlık 6:** "Dünyayı sarsan öldürücü bir virüsün aşısı ve ilacı nasıl üretilir?" (Birgün, 23 Nisan 2020)
- Alt Başlık: "Çalışmaların Çoğu Erken Aşamada" (Birgün, 23 Nisan 2020)
- Alt Başlık: "Kurumlardan Onay Alınmalı" (Birgün, 23 Nisan 2020)
- Alt Başlık: "Farklı Uzmanların Katılması Gerekir" (Birgün, 23 Nisan 2020)
- Alt Başlık: "Aşıların Yüzde 80'i Hindistan'da Üretiliyor" (Birgün, 23 Nisan 2020)
- Alt Başlık: "Açıklamaya Bakılmaz, Makaleye Bakılır" (Birgün, 23 Nisan 2020)
- Alt Başlık: "İlaç Aşidan Daha Kısa Sürede Bulunabilir" (Birgün, 23 Nisan 2020)
- Alt Başlık: "Bağışıklık Her İnsanda Farklılık Gösterir" (Birgün, 23 Nisan 2020)
- **Üst Başlık 7:** "Koronavirüs ilacı" açıklamasıyla tepki çeken Prof. Ovalı'dan yeni aşı iddiası" (Birgün, 23 Nisan 2020)
- Alt Başlık: "Bu Kez De Aşı İddiası" (Birgün, 23 Nisan 2020)
- **Üst Başlık 8:** "Oxford Üniversitesi, insanlar üzerinde Covid-19 aşısı denemelerine başladı" (Birgün, 24 Nisan, 2020)
- Alt Başlık: "Enfeksiyonu Önlemesi Umut Ediliyor" (Birgün, 24 Nisan, 2020)
- Alt Başlık: "Gönüllüler Sağlıklı Kişilerden Oluşuyor" (Birgün, 24 Nisan, 2020)
- Alt Başlık: "Elektronik Günlüklere Nasıl Hissettiklerini Yazacaklar" (Birgün, 24 Nisan, 2020)
- **Üst Başlık 9:** "Koronavirüs aşısı için uluslararası zirve düzenlenecek" (Birgün, 24 Nisan 2020)
- Alt Başlık: "Küresel Aşı Zirvesi" (Birgün, 24 Nisan 2020)
- **Üst Başlık 10:** "Potansiyel koronavirüs aşısının denenmesi için 2 bilim insanı gönüllü oldu" (Birgün, 24 Nisan 2020)
- Alt Başlık: "Temkinli Hareket Ediyoruz" (Birgün, 24 Nisan 2020)
- **Başlık 11:** "Sinovac Biotech, geliştirdiği koronavirüs aşısını insanlar üzerinde denemeye başladı" (Birgün, 24 Nisan 2020)
- **Üst Başlık 12:** "Aşı bulunduğunda, risk grubundaki ülkelere öncelik tanınacak" (Birgün, 27 Nisan 2020)
- Alt Başlık: "Risk Grubunu Söylemek Güç" (Birgün, 27 Nisan 2020)
- Alt Başlık: "Mayıs Ortasını İşaret Etti" (Birgün, 27 Nisan 2020)

Sözcü Gazetesi'nin 20-27 Nisan 2020 tarihli başlıklar aşağıdaki gibidir;

- **Üst Başlık 13:** "İngiltere ilk aşı denemesini bu hafta yapacak!" (Sözcü, 21 Nisan 2020)
- Alt Başlık: "Aşı İçin 364 Milyon TL Harcandı" (Sözcü, 21 Nisan 2020)

- Alt Başlık: “Üzerinde Çalışılan Aşılar Hangileri?” (Sözcü, 21 Nisan 2020).
- **Üst Başlık 14:** “Corona aşısı ne zaman çıkacak? Sağlık Bakanı Koca açıkladı” (Sözcü, 22 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Eylül’den Önce Zor” (Sözcü, 22 Nisan 2020).
- **Üst Başlık 15:** “Almanya’dan flaş aşı açıklaması: İlk testler onaylandı” (Sözcü, 22 Nisan 2020)
- Alt Başlık: “Dünyada Dördüncü Prototip” (Sözcü, 22 Nisan 2020).
- **Üst Başlık 16:** “İsviçre’de corona virüsü aşısı geliştirildi: Ekim’de başlıyor” (Sözcü, 22 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Swissmedic Doğruladı” (Sözcü, 22 Nisan 2020):
- Alt Başlık: “Yıl Sonuna Doğru Onay Çıkar” (Sözcü, 22 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Türk’ün Kurduğu Biontech’e Onay Çıktı” (Sözcü, 22 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Verem Aşısı Corona’dan Koruyor” (Sözcü, 22 Nisan 2020).
- **Üst Başlık 17:** “Ercüment Ovalı Paylaştı! İşte virüsü parçalayan aşının görüntüsü” (Sözcü, 23 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Görüntüleri Twitter’dan Paylaştı” (Sözcü, 23 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Türkiye Aşı Geliştiren Az Sayıda Ülkeler Arasında” (Sözcü, 23 Nisan 2020).
- **Üst Başlık 18:** “Ercüment Ovalı’dan yeni corona açıklaması: Bakanlığa gönderdik” (Sözcü, 23 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Bakanlığa Gönderildi” (Sözcü, 23 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Kendimi Hatalı Görmüyorum” (Sözcü, 23 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Çalışma Yarın Sabah Başlamalı” (Sözcü, 23 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Biz Bataklıkta Çalışıyoruz” (Sözcü, 23 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Nasıl Bir Plazma Ürettiler?” (Sözcü, 23 Nisan 2020).
- **Başlık 19:** “DSÖ’den flaş aşı açıklaması: 6 aşıda umut veren gelişme” (Sözcü, 23 Nisan 2020).
- **Üst Başlık 20:** “İngiltere’de corona virüsü aşı denemelerine 2 bilim adamı gönüllü oldu” (Sözcü, 24 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Bulgular Değerlendirilecek” (Sözcü, 24 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Büyük Güven Duyduklarını Söyledi” (Sözcü, 24 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Aşıya Çok Güveniyorum” (Sözcü, 24 Nisan 2020).
- **Üst Başlık 21:** “TÜBİTAK Başkanı Mandal, Covid-19 aşısı için tarih verdi” (Sözcü, 25 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Topyekün Bir Seferberlik” (Sözcü, 25 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “16 Proje Yürürlükte” (Sözcü, 25 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Virüse Çözüm Olabilecek 26 Molekül” (Sözcü, 25 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Virüsün Genetik Karakterizasyonunu Çıkarılmış Olacağız” (Sözcü, 25 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Bu Yaz Üretim Noktasında Olacağız” (Sözcü, 25 Nisan 2020).
- **Üst Başlık 22:** “Dr. Mehmet Çilingiroğlu corona aşısı için tarih verdi” (Sözcü, 27 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Trump Saçmalamaya Devam Ediyor” (Sözcü, 27 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Aşı Eylül Ayında” (Sözcü, 27 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Sekiz Milyardan 5 Milyon Kişi Riskte” (Sözcü, 27 Nisan 2020).
- **Üst Başlık 23:** “Aşının en büyük umudu virüs avcıları! Covid-19’un atası 7 yıl önce bulunmuş” (Sözcü, 27 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Yüzde 96 Benzerlik” (Sözcü, 27 Nisan 2020).

Türkiye Gazetesi’nin 20-27 Nisan 2020 tarihli başlıklar aşağıdaki gibidir;

- **Üst Başlık 24:** “Oxford Üniversitesi Profesörü: Koronavirüse tekrar yakalanabilirsiniz ve her yıl aşı olmanız gerekebilir” (Türkiye, 20 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Aşı İçin Daha Fazla Gönüllü Çağrısı” (Türkiye, 20 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Aşının Eylül Ayında Hazır Olacağını Söylemişti” (Türkiye, 20 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Aşının Garantisi Yok” (Türkiye, 20 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Koronavirüsle Yaşamayı Öğrenmeliyiz” (Türkiye, 20 Nisan 2020).
- **Başlık 25:** “Almanya korona virüsü aşısını insanlarda test edecek” (Türkiye, 22 Nisan 2020).
- **Üst Başlık 26:** “Prof. Dr. Ovalı: ‘40 yıl sonra ilk defa bir aşığı ürettik ve test aşamasına kadar getirdik’” (Türkiye, 23 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “40 yıldır Aşı Üretmiyorduk” (Türkiye, 23 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Bizim hazırladığımız ürün her kan grubunda insana verilebilir” (Türkiye, 23 Nisan 2020).
- **Üst Başlık 27:** “DSÖ: Yarı Çin’de olmak üzere 6 aşının insan testleri başladı” (Türkiye, 23 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “İlk İnsan Testlerine Moderna Başladı” (Türkiye, 23 Nisan 2020)

- **Başlık 28:** “İngiltere’de koronavirüs aşısı denemelerine 2 bilim adamı gönüllü oldu” (Türkiye, 24 Nisan 2020).
- **Üst Başlık 29:** “Oxford Üniversitesi duyurdu: Koronavirüs aşısıyla ilgili müthiş gelişme” (Türkiye, 24 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Bilimsel Süreci Desteklemek İstedim”. (Türkiye, 24 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Virüsün Genetiğiyle Oynandı” (Türkiye, 24 Nisan 2020).
- **Başlık 30:** “Türk aşısında kritik viraj” (Türkiye, 24 Nisan 2020).
- **Üst Başlık 31:** “Koronavirüs salgını, aşımın önemini bir kez daha gösterdi” (Türkiye, 27 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “En az 8 milyon can aşıyla kurtuluyor” (Türkiye, 27 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Unutulan Hastalıklar Geri Gelebilir” (Türkiye, 27 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Aşı Ebeveynin Sorumluluğu, Çocuğun İse Hakkıdır” (Türkiye, 27 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Rutin Aşıları İhmal Etmeyin, Ertelemeyin” (Türkiye, 27 Nisan 2020).

Sabah Gazetesi’nin 20-27 Nisan 2020 tarihli başlıklar aşağıdaki gibidir;

- **Üst Başlık 32:** “SON DAKİKA: İsviçreli bilim insanlarından umutlandıran açıklama! Aşı çalışması...” (Sabah, 20 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Aşı için ekim ayını işaret ettiler” (Sabah, 20 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “DSÖ’den tam destek” (Sabah Gazetesi 20 Nisan 2020)
- **Başlık 33:** “SON DAKİKA: Corona virüs aşısında kritik gelişme! Corona virüs aşısı ilk kez insanlar üzerinde denenecek” (Sabah, 21 Nisan 2020).
- **Başlık 34:** “Aşı olmadan korona bitmez” (Sabah, 22 Nisan 2020).
- **Üst Başlık 35:** “Almanya’dan müjdeli haber! Korona aşısını Prof. Uğur Şahin buldu” (Sabah, 22 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “200 Kişide Denenecek” (Sabah, 22 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Genetik Aşı” (Sabah, 22 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Bu Yıl Çıkmaz” (Sabah, 22 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “İkinci Dalga Uyarısı” (Sabah, 22 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Tebiri Elden Bırakmayın” (Sabah, 22 Nisan 2020).
- **Üst Başlık 36:** “Türk Profesör Uğur Şahin’e deney izni çıktı” (Sabah, 23 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “200 Sağlıklı Kişide Denenecek” (Sabah, 23 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Aşı virüsün genetiğini içerecek” (Sabah, 23 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Aşımın Bu Yıl Yetişme İhtimali Zayıf” (Sabah, 23 Nisan 2020).
- **Başlık 37:** “İsviçre’den de aşı haberi geldi” (Sabah, 23 Nisan 2020).
- **Başlık 38:** “Türk doktorun aşı başarısı” (Sabah, 23 Nisan 2020).
- **Üst Başlık 39:** “DSÖ uyardı! 6 aşımın insan testleri başladı” (Sabah, 23 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “İlk İnsan Testlerine Moderna Başladı” (Sabah, 23 Nisan 2020).
- **Başlık 40:** “Çin’den Pakistan’da Kovid-19 aşısı deneme teklifi” (Sabah, 23 Nisan 2020).
- **Başlık 41:** “Aşığı bulmaya en yakın ekip de, tarih de belli oldu!” (Sabah, 24 Nisan 2020).
- **Üst Başlık 42:** “Son dakika... Coronavirüste insan üzerinde ilk aşı denemesi yapıldı” (Sabah, 24 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Resmen Denemeler Başladı” (Sabah, 24 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Enfeksiyonu Önlemesi Umut Ediliyor” (Sabah, 24 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Gönüllüler Sağlıklı Kişilerden oluşuyor” (Sabah, 24 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Elektronik Günlüklerine Nasıl Hissettiklerini Yazacaklar” (Sabah, 24 Nisan 2020).
- **Üst Başlık 43:** “SON DAKİKA... Sevindiren gelişme! TÜBİTAK Başkanı corona aşısı ve ilacı için tarih verdi!” (Sabah, 25 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Sevindiren Koronavirüs İlaç ve Aşı Açıklaması” (Sabah, 25 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “25 Üniversite, 8 Kamu Araştırma Kurumu, 8 Firma ve 225 Araştırmacı Çalışıyor” (Sabah, 25 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Topyekün Bir Seferberlik” (Sabah, 25 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “16 Proje Yürürlükte” (Sabah, 25 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Virüse Çözüm Olabilecek 26 Molekül” (Sabah, 25 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Virüsün Genetik Karakterizasyonunu Çıkarılmış Olacağız” (Sabah, 25 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Bu Yaz Üretim Noktasında Olacağız” (Sabah, 25 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “TÜBİTAK’tan Maddi Destek” (Sabah, 25 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Bakan Koca’dan Önemli Açıklama” (Sabah, 25 Nisan 2020).

- **Başlık 44:** “ Son Dakika Haberi: Salgın hastalıkların ilaç ve aşılarını onlar bulmuştu! Corona virüsü aşısı için ise...” (Sabah, 25 Nisan 2020).
- **Başlık 45:** “ İletişim Başkanlığı: İlaç ve aşı üretiminde yakın zamanda güzel haberler paylaşmayı ümit ediyoruz” (Sabah, 25 Nisan 2020).
- **Başlık 46:** “ABD’den Küresel Aşı Çalışmasına Veto” (Sabah, 26 Nisan 2020).
- **Üst Başlık 47:** “ Son Dakika Haberleri, Corona virüsü aşı çalışmaları ile ilgili flaş açıklama: "En az 8 milyon..." (Sabah, 27 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “En Az 8 Milyon Can Aşıyla Kurtuluyor” (Sabah, 27 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Unutulan Hastalıklar Geri Gelebilir” (Sabah, 27 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Aşı Ebeveynin Sorumluluğu, Çocuğun İse Hakkıdır” (Sabah, 27 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Rutin Aşuları İhmal Etmeyin, Ertelemeyin” (Sabah, 27 Nisan 2020).

Hürriyet Gazetesi’nin 20-27 Nisan 2020 tarihli başlıklar aşağıdaki gibidir;

- **Üst Başlık 48:** “ İsviçreli bilim insanları Kovid-19'a karşı 6 ayda aşı geliştirebilir (Hürriyet, 21 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Aşı İçin Ekim Ayını İşaret Etiler” (Hürriyet, 21 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “DSÖ’den Tam Destek” (Hürriyet, 21 Nisan 2020).
- **Başlık 49:** “Tarih verdi ve duyurdu: İnsanlar üzerinde denenecek” (Hürriyet, 21 Nisan 2020).
- **Üst Başlık 50:** “Corona virüsü aşısı bulundu mu? Corona virüsü salgını ne zaman biter?” (Hürriyet, 21 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “İngiltere’de Klinik Denemeler Başlıyor” (Hürriyet, 21 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “İsviçreli Bilim İnsanları Çalışıyor” (Hürriyet, 21 Nisan 2020).
- **Üst Başlık 51:** “Almanya’dan umutlandıran haber!” (Hürriyet, 22 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Üç Aşama” (Hürriyet, 22 Nisan 2020).
- **Başlık 52:** “Aşı için İsviçre’den iyi haber... Temmuz ayında” (Hürriyet, 22 Nisan 2020).
- **Üst Başlık 53:** “Aşı yarışı” (Hürriyet, 22 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Almanya’da İlk Onay” (Hürriyet, 22 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “İngiltere’de Başlıyor” (Hürriyet, 22 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “İsviçre’de Hedef Ekim” (Hürriyet, 22 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Türk Profesör de O Mücadelede” (Hürriyet, 22 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Trump’ın Önerdiği İlaç İşe Yaramıyor” (Hürriyet, 22 Nisan 2020).
- **Üst Başlık 54:** “Oxford Üniversitesi, virüse karşı aşığı insanlar üzerinde denemeye başlıyor” (Hürriyet, 22 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Gönüllüler Aranıyor” (Hürriyet, 22 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “İngiltere’de Üzerinde Çalışılan Aşılar Hangileri?” (Hürriyet, 22 Nisan 2020).
- **Üst Başlık 55:** “Almanya’dan ilk test izni Türk Profesöre” (Hürriyet, 22 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Prof. Uğur Şahin Kimdir?” (Hürriyet, 22 Nisan 2020).
- **Üst Başlık 56:** “Prof. Dr. Ercüment Ovalı’dan heyecanlandıran haber: Test aşaması tamamlandı” (Hürriyet, 23 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Diğer Çalışmalar” (Hürriyet, 23 Nisan 2020).
- **Üst Başlık 57:** “Oxford Üniversitesi’nden koronavirüs aşısıyla ilgili flaş gelişme!” (Hürriyet, 23 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Bilimsel Süreci Desteklemek İstedim” (Hürriyet, 23 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Virüsün Genetiğiyle Oynandı” (Hürriyet, 23 Nisan 2020).
- **Üst Başlık 58:** “İngiltere’de ilk deneme Covid-19 aşısı gerçekleştirildi. (Hürriyet, 24 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Enfeksiyonu Önlemesi Umut Ediliyor” (Hürriyet, 24 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Gönüllüler Sağlıklı Kişilerden Oluşuyor” (Hürriyet, 24 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Elektronik Günlüklere Nasıl Hissettiklerini Yazacaklar” (Hürriyet, 24 Nisan 2020).
- **Üst Başlık 59:** “TÜBİTAK Başkanı Mandal, corona virüs aşısı ve ilacı için tarih verdi” (Hürriyet, 25 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Topyekün Bir Seferberlik” (Hürriyet, 25 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “16 Proje Yürürlükte” (Hürriyet, 25 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Virüse Çözüm Olabilecek 26 Molekül” (Hürriyet, 25 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Virüsün Genetik Karakterizasyonunu Çıkarılmış Olacağız” (Hürriyet, 25 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Bu Yaz Üretim Noktasında Olacağız” (Hürriyet, 25 Nisan 2020).
- **Üst Başlık 60:** “Korona aşı karşıtlığını bitirecek” (Hürriyet, 26 Nisan 2020).
- Alt Başlık: “Dijital Dönüşüm” (Hürriyet, 26 Nisan 2020).

- Alt Başlık: "Sağlıkta Kamu Etkisi Artacak" (Hürriyet, 26 Nisan 2020).
- Alt Başlık: "Evde Tedavi Yaygınlaşacak" (Hürriyet, 26 Nisan 2020).
- **Üst Başlık 61:** "Çin'de Kovid-19'a karşı üçüncü potansiyel aşımın klinik denemelerine başlandı" (Hürriyet, 27 Nisan 2020).
- Alt Başlık: "İki Aşı Adayının Daha Klinik Denemeleri Sürüyor" (Hürriyet, 27 Nisan 2020).

Spotlar

20-27 Nisan tarihleri arasındaki haber girişleri şu şekildedir:

Spot 1: Aşımın Eylül ayında hazır olacağından % 80 emin olduğunu söyleyen Oxfordlu Aşı Bilimi Uzmanı Prof. Dr. Sarah Gilbert yaptığı açıklamada "Umut ettiğimiz klinik çalışmalara gelecek haftanın sonuna doğru başlamak üzereyiz" ifadelerini kullandı (Birgün, 20 Nisan, 2020).

Spot 2: İsrail Dışişleri Bakanlığı, sitesinde yaptığı bir açıklamayla, ABD Patent ve Marka Ofisinin (USPTO) Tel Aviv Üniversitesi Moleküler Hücre Biyolojisi ve Bitoteknoloji Okulundan Prof. Dr. Jonathan Gershoni'nin korona ailesinden virüsleri için geliştirdiği yenilikçi bir aşı tasarımına patent verdiğini duyurdu. (Birgün, 21 Nisan 2020).

Spot 3: İngiltere Sağlık Bakanı Matt Hancock, potansiyel yeni tip koronavirüs (Covid-19) aşısının, 23 Nisan Perşembe günü insanlar üzerinde denemeye başlanacağını bildirdi. (Birgün, 21 Nisan 2020).

Spot 4: Almanya'da biyoteknoloji firması BioNTech şirketinin aşığı yaklaşık 200 gönüllü ve sağlıklı kişi üzerinde test edeceği bildirildi (Birgün, 22 Nisan 2020).

Spot 5: Dünya Sağlık Örgütü, dünya çapında 83 koronavirüs aşısının geliştirildiğini duyurdu. Örgüt tarafından yapılan açıklamada, 6 aşımın insanlar üzerinde denemeye başlandığı belirtildi (Birgün, 23 Nisan 2020).

Spot 6: Doç. Dr. Çağhan Kızıl, aşı ve ilaç çalışmalarıyla ilgili oluşan bilgi kirliliği karşısında şu uyarıyı yapıyor: "Kim söylerse söylesin, bunu Nobel almış birisi bile söylemiş olsa bilimsel veriler açığa konmadan o söylemin bir kıymeti yoktur. Sosyal medyadan bunlar paylaşılmaz. Bilimsel makaleler yayınlanır." (Birgün, 23 Nisan 2020).

Spot 7: Daha önce koronavirüse karşı kullanılabilir bir ilaç hakkında yaptığı açıklamayla tepki çeken Prof. Dr. Ercüment Ovalı, bu kez de 'aşı' iddiasında bulundu. Ovalı, "Canım ülkem artık Covid-19 a karşı aşı geliştirebilen az sayıdaki ülkeler arasında" dedi. (Birgün, 23 Nisan 2020).

Spot 8: İngiltere'de Oxford Üniversitesi ile Londra'daki Imperial College'ın işbirliğindeki virüse karşı aşı çalışması dün ilk kez iki gönüllü üzerinde denendi. (Birgün, 24 Nisan 2020).

Spot 9: İngiltere, 4 Haziran'da Covid-19 aşısı için uluslararası zirve düzenleyecek. (Birgün, 24 Nisan 2020).

Spot 10: İngiltere'de Oxford Üniversitesi'nde koronavirüse karşı geliştirilen aşımın denemesi için 2 bilim insanı gönüllü oldu. (Birgün, 24 Nisan 2020).

Spot 11: Sinovac Biotech, geliştirdiği koronavirüs aşısını hayvanlar üzerinde başarılı denemelerin ardından insanlar üzerinde denemeye başladı. (Birgün, 24 Nisan 2020).

Spot 12: Dünya Sağlık Örgütü Avrupa Bölgesi Acil Durumlar ve Bulaşıcı Hastalıklar Direktörü Dr. Nedret Emiroğlu, koronavirüsün aşısının bulunması durumunda Dünya Sağlık Örgütü'nün ilk olarak risk grubunda olan ve aşığı ulaşım sıkıntısı yaşayan ülkeleri öncelik almak isteyeceğini söyledi. (Birgün, 27 Nisan 2020).

Spot 13: Basın toplantısı düzenleyen İngiltere'nin Sağlık Bakanı Matt Hancock, Oxford Üniversitesi'nde çalışılan aşımın perşembe günü insanlar üzerinde denemeye başlayacağını açıkladı. "Aşı bulmak en büyük önceliğimiz" diyen Sağlık Bakanı, bu hafta denemeye başlayacağı için çok sevinçli olduğunu ancak "Daha yapılacak çok şey olduğunu" söyledi. (Sözcü, 21 Nisan 2020).

Spot 14: Aşı çalışmaları ile ilgili açıklama yapan Sağlık Bakanı Koca, "Daha önce söylediğim gibi aşı geliştirme ile ilgili çalışmalar 6 merkezde devam ediyor. Aşı ile ilgili İngiltere Sağlık Bakanı ile görüşüm. 'Her şey yolunda giderse aşı ne zaman kullanılabilir' soruma Eylül ayından önce zor yanıtını verdi" dedi. (Sözcü, 22 Nisan 2020).

Spot 15: Almanya'da corona virüsüne karşı çalışmalar yürüten Paul-Ehrlich Federal Aşı Enstitüsü, BioNTech firmasının geliştirdiği aşımın ilk testlerden onay alarak geçtiğini duyurdu. (Sözcü, 22 Nisan 2020).

Spot 16: İsviçre'nin Bern Üniversitesi'nde Bağışıklık Uzmanı Martin Bachmann, rahim ağzı kanseri ve Hepatit-B aşısı gibi "parçacık" sistemiyle çalışan Covid-19 aşısı geliştirdiklerini duyurdu. Açıklama, İsviçre Sağlık Onay Merkezi tarafından doğrulandı ve "Kısa sürede onay vermek için çalışıyoruz" denildi. İlk aşılarda bu yılın ekim ayında uygulanmaya başlaması bekleniyor. (Sözcü, 22 Nisan 2020).

Spot 17: Corona virüsüne karşı yaptığı çalışmalar ve geçtiğimiz günlerde bir ilacın adını açıklamasıyla gündeme gelen Prof. Dr. Ercüment Ovalı, virüse karşı geliştirdikleri aşımın etkisini gösteren bir görüntüyü Twitter hesabından paylaştı. Ovalı paylaşımında, "Canım ülkem artık Covid-19 a karşı aşı geliştirebilen az sayıdaki ülkeler arasında" ifadelerine yer verdi. (Sözcü, 23 Nisan 2020).

Spot 18: Corona virüsüne karşı aşı ve ilaç çalışmalarıyla gündeme gelen Prof. Dr. Ercüment Ovalı katıldığı bir televizyon programında geline son noktayı ve Sağlık Bakanlığı ile ilişkilerini anlattı. Ovalı, "Benim asla kuşku yok. Ben Bakan Bey'in çok doğru ve çok iyi bir adam olduğunu düşünüyorum. Muhtemelen bir iletişim kazası olmuş. Ben Bakan Bey'in gerçekten çabaladığını hissediyorum" derken Dornaz Alfa ile ilgili de "Ben hiçbir şekilde kendimi hatalı görmüyorum. Çok etkili olduğunu düşündüğümüz bir tedaviyle karşı karşıyayız. Yanılabirim o yüzden diyorum ki test edelim. Eğer doğrusa hastaların bir kısmının hayatını kurtarabileceğim ne yapabilirim başka" şeklinde konuştu. (Sözcü, 23 Nisan 2020).

Spot 19: Birleşmiş Milletler çatısı altında faaliyet gösteren Dünya Sağlık Örgütü, dünya çapında 83 corona virüsü aşısının geliştirildiğini duyurdu. Örgüt tarafından yapılan açıklamada, "6 aşıda insan üzerinde denemeler başladı" ifadesi kullanıldı. (Sözcü, 23 Nisan 2020).

Spot 20: Corona virüs salgını nedeni ile birçok ülke aşı ve ilaç geliştirmeye çalışırken, İngiltere'de 2 bilim adamı geliştirilen aşının klinik deneyleri için gönüllü oldu. (Sözcü, 24 Nisan 2020).

Spot 21: TÜBİTAK Başkanı Prof. Dr. Hasan Mandal, Covid-19'a karşı aşı ve ilaç çalışmalarıyla ilgili çok önemli açıklamalarda bulundu. İlaçın klinik öncesi çalışmalarının bu yaz ayları ya da öncesinde tamamlanıp, üretme noktasına gelinebileceğini dile getiren Mandal, "Aşı çalışmalarında ise 9 aylık bir zaman dilimi içinde klinik öncesi aşama tamamlanacak" ifadelerini kullandı (Sözcü, 25 Nisan 2020).

Spot 22: Son dönemlerde açıklamalarıyla gündemden düşmeyen, ABD'de yaşayan Kardiyoloji Uzmanı Dr. Mehmet Çilingiroğlu, corona virüsü (COVID-19) ile ilgili önemli açıklamalarda bulundu. Çilingiroğlu, "ABD'de Toplam vaka sayısı 1 milyon. Ölüm sayısı ise 54 bin. Toplam test sayısı 5 milyon civarında. ABD çöküşte. Türkiye'de iyi bir iniş var. Fakat tedbirlere devam edilmeli." dedi. Dr. Çilingiroğlu aşı ve normal hayata dönüş için tarih verdi. (Sözcü, 27 Nisan 2020).

Spot 23: Corona virüsüyle mücadelede aşı ve ilaç çalışmaları dört bir yanda devam ederken ABD'li zoolog Peter Daszak, Covid-19'un atasının 2013'te Çin'de bir mağaradaki yarasalarda tespit edildiğini öne sürdü. Daszak, bu keşfin aşı geliştirilmesinde büyük rol oynayacağını savunuyor. (Sözcü, 27 Nisan 2020).

Spot 24: İngiltere'de aşı yeni tip koronavirüse (Covid-19) karşı geliştirilen aşı çalışmalarını yöneten Oxford Üniversitesi Vaksinoloji Profesörü Sarah Gilbert potansiyel bir aşının bireyleri sonsuza dek koronavirüse karşı koruyamayacağı konusunda uyardı. Gilbert, insanların koronavirüse tekrar tekrar yakalanabileceğini bu yüzden aşılardan yıllık olması gerektiğini bildirdi. (Türkiye, 20 Nisan 2020).

Spot 25: Almanya'da Paul Ehrlich Enstitüsü (PEI), yeni korona virüsüne karşı geliştirilen aşının insanlarda test edilmesi için bu sabah izin aldıklarını duyurdu. (Türkiye, 22 Nisan 2020).

Spot 26: Koronavirüse karşı yaptığı çalışmalarla gündeme gelen Prof. Dr. Ercüment Ovalı, iki tip aşı hazırladıklarını belirterek, "40 yıl sonra ilk defa bir aşığı ürettik ve test aşamasına kadar getirdik. Ürettiğimiz aşının bence en önemli kısmı ülkedeki insanlara aşı üretebileceğimizi göstermek" dedi. (Türkiye, 23 Nisan 2020).

Spot 27: Yeni tip corona virüs salgını nedeniyle yaşanan ölümlerin sayısı 185 bini aşarken, bilim insanları ve ilaç firmaları küresel salgını durdurmak için birbirleriyle yarışıyor. Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ), dünya genelinde 83 yeni tip corona virüs (Covid-19), aşısının geliştirildiğini ve bunların altısının insan denemeleri aşamasında olduğunu belirtti (Türkiye, 23 Nisan 2020).

Spot 28: İngiltere'de koronavirüse karşı geliştirilen aşının denemesi için 2 bilim adamı gönüllü oldu (Türkiye, 24 Nisan 2020).

Spot 29: İngiltere'de Oxford Üniversitesi, potansiyel yeni tip koronavirüs (Kovid-19) aşısını insanlar üzerinde denemeye başladı (Türkiye, 24 Nisan 2020).

Spot 30: Prof. Dr. Ercüment Ovalı, Covid-19'a karşı geliştirilen yerli aşının laboratuvar testlerini geçtiğini söyledi. Aşı hayvanlar üzerinde denemeye başladı (Türkiye, 24 Nisan 2020).

Spot 31: Aşısı olmayan bir hastalığın dünyaya yayılarak salgın yapabileceğine ve aşılardan ne kadar önemli olduğuna koronavirüs (kovid-19) salgınında bir kez daha şahit olduğunun belirten Uzman Dr. Musa Bostancıoğlu, "Çünkü aşısı olan bir hastalıkta zaten pandemi olmaz. Örneğin, aşısı olduğu için görülmediğinden unutulmuş difteri, boğmaca, tetanoz, kızamık, kabakulak, menenjit ve hepatit gibi hastalıklar, kovid-19'dan bile daha tehlikeli ve ölümcüldür." dedi (Türkiye, 27 Nisan 2020).

Spot 32: Çin'in Hubei Eyaletinin Wuhan kentinde ortaya çıkan ve tüm dünyada küresel bir salgına neden olan Koronavirüs ile ilgili son dakika gelişmeleri yaşanmaya devam ediyor. ABD salgının merkez üssü haline gelmiş durumda ve dünyada en çok ölüm de ABD'de yaşandı. ABD'den sonra İtalya, Fransa ve İspanya virüs kaynaklı ölümlerin çok yüksek olduğu ülkeler arasında yer alıyor. Virüse karşı merakla beklenen aşı çalışmaları da devam ediyor. İsviçreli bilim insanları tarafından yapılan açıklama tüm dünya tarafından heyecanla karşılandı. (Sabah, 20 Nisan 2020).

Spot 33: Tüm dünyayı etkisi altına alan corona virüste umutlandıran bir gelişme yaşandı. Uzun zamandır devam eden corona virüs aşısı çalışmalarında bir son dakika gelişmesi yaşanıyor. İngiltere Sağlık Bakanı Matt Hancock, potansiyel yeni tip koronavirüs (Kovid-19) aşısının, 23 Nisan Perşembe günü insanlar üzerinde denemeye başlanacağını bildirdi. (Sabah, 21 Nisan 2020).

Spot 34: Robert Koch Enstitüsü, biraz gevşemenin olduğu Almanya'da koronavirüs krizinin ancak aşının bulunmasından sonra atlatılacağını bildirdi (Sabah, 22 Nisan 2020).

Spot 35: Tüm dünyayı etkisi altına alan koronavirüse karşı aşı geliştirme çalışmalarında önemli bir gelişme kaydedildi. Türk Profesör Uğur Şahin'in aşısına Almanya'da klinik deney izni verildi (Sabah, 22 Nisan 2020).

Spot 36: Tüm dünyayı etkisi altına alan koronavirüse karşı aşı geliştirme çalışmalarında önemli bir gelişme yaşandı. Almanya, Türk Profesör Uğur Şahin'in aşısına klinik deney izni verdi (Sabah, 23 Nisan 2020).

Spot 37: İsviçre'nin Bern Üniversitesi'nde de bir ekip koronavirüse karşı aşı çalışmalarında son aşamaya geldi. Prof. Bachmann başkanlığındaki ekip yakında klinik deneylere başlayacak (Sabah, 23 Nisan 2020).

Spot 38: KOVİD-19'a karşı aşı geliştirme çalışmalarında önemli bir gelişme kaydedildi. Türk Profesör Uğur Şahin'in aşısına Almanya'da klinik deney izni verildi (Sabah, 23 Nisan 2020).

Spot 39: Yeni tip corona virüs salgını nedeniyle yaşanan ölümlerin sayısı 185 bini aşarken, bilim insanları ve ilaç firmaları küresel salgını durdurmak için birbiriyle yarışıyor. Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ), dünya genelinde 83 yeni tip corona virüs (Covid-19), aşısının geliştirildiğini ve bunların altısının insan denemeleri aşamasında olduğunu belirtti (Sabah, 23 Nisan, 2020).

Spot 40: Çinli aşı üreticisi Sinopharm, üzerinde çalıştığı yeni tip koronavirüs (Kovid-19) aşısının birinci ve ikinci aşama klinik deneylerinin ortaklaşa şekilde Pakistan'da gerçekleştirilmesi için Pakistan Ulusal Sağlık Enstitüsüne (NIH) teklifte bulundu (Sabah, 23 Nisan 2020).

Spot 41: Dünyanın değişik yerlerinde 60'ın üzerinde laboratuvar asıyı bulmak maksatlı çalışmalarını sürdürüyorlar adeta herkes zamanla yarıştıyordu (Sabah, 24 Nisan 2020).

Spot 42: Bilim dünyası bu son dakika haberini konuşuyor. Avrupa'da koronavirüse (Covid-19) karşı insan üzerinde aşı denemeleri ilk kez İngiltere'de başladı. İngiliz medyasına konuşan doktorlar, aşı denemelerinden yüzde 80 umutlu olduklarını söyledi. 6 ay sürecek aşı denemelerinde Oxford, Southampton, Bristol ve Londra'dan 1102 gönüllü katılacak. Daha kapsamlı denemelerde 5 binden fazla gönüllünün katılımı bekleniyor. Gönüllüler 18-55 yaş aralığında sağlıklı ve Covid-19 testi pozitif çıkmayan kişilerden oluşuyor. İşte çarpıcı son dakika gelişmesi (Sabah, 24 Nisan 2020).

Spot 43: Türkiye'nin koronavirüse karşı olan başarılı mücadelesi devam ediyor. Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) Başkanı Prof. Dr. Hasan Mandal, 25'i üniversite toplam 41 kuruluşun oluşturduğu 'Covid-19 Türkiye Platformu'nun seferberlik halinde ilaç ve aşı çalışmalarını sürdürdüğünü söyledi. Mandal, "Klinik öncesi aşamaları ilaç için bu yaz aylarında belki daha da erken üretme noktasında olacağız. Aşı çalışmalarında ise 9 aylık bir zaman dilimi içinde klinik öncesi aşama tamamlanacak" dedi. İşte son dakika haberinin detayları... (Sabah, 25 Nisan 2020).

Spot 44: Son Dakika Haberi... Yeni tip koronavirüs (Kovid-19) salgınının ardından hastalığın yayılımını durduracak aşığı bulmak için zamana karşı yarış sürerken, tarihte milyonlarca kişinin ölümüne neden olan hastalıkların aşılarını bulan bilim insanlarının kıymeti, bu süreçte bir kez daha anlaşıldı. Dünyanın en yaygın bulaşıcı hastalıklarından olan Hepatit B'ye karşı geliştirdiği aşıyla Nobel Ödülü'ne layık görülen Dr. Baruch Blumberg de aşı tarihine ismini altın harflerle yazdıran bilim insanlarından biri. Bir gazeteyle verdiği röportajında bulunduğu Hepatit B aşısı ile 12-13 milyon kişinin hayatını kurtardığını ifade eden Blumberg, kendisini ise bir "kahraman" değil, "araştırmacı" olarak gördüğünü dile getirmişti. İşte, kahramanlar hakkında bilgiler ve yaşadıkları zorlu süreç... (Sabah, 25 Nisan 2020).

Spot 45: İletişim Başkanlığı'ndan yapılan açıklamada 4,4 milyon haneye maddi destek sağlandığı kaydedildi. İlaç ve aşı çalışmaları için ise "yakın zamanda güzel haberler paylaşmayı ümit ediyoruz." denildi (Sabah, 25 Nisan 2020).

Spot 46: Kovid-19'a karşı 90'a yakın aşı çalışması sürüyor. DSÖ çatısı altında küresel işbirliği ile aşı çalışması başlatıldı. ABD ise çalışmada yok (Sabah, 26 Nisan 2020).

Spot 47: Corona virüsü tedavi çalışmalarının yanı sıra potansiyel corona virüsü aşı çalışmaları ile ilgili de son dakika haberleri geliyor. Corona virüsü kaynaklı KOVİD-19 salgını dünya genelinde hızla yayılırken, 3 milyondan fazla insan bu virüs ile enfekte oldu (Sabah, 27 Nisan 2020).

Spot 48: İsviçre'nin Bern Üniversitesinden immünoloji profesörü Martin Bachmann, yeni tip koronavirüs (Kovid-19) hastalarında kullanılmak üzere ekim ayında bir aşı geliştirilmesini umduklarını söyledi (Hürriyet, 21 Nisan 2020).

Spot 49: İngiltere Sağlık Bakanı Matt Hancock, potansiyel yeni tip koronavirüs (Kovid-19) aşısının, 23 Nisan Perşembe günü insanlar üzerinde denenmeye başlanacağını bildirdi (Hürriyet, 21 Nisan 2020).

Spot 50: Corona aşısına yönelik çalışmalar devam ediyor. İsviçre'nin Bern Üniversitesinden immünoloji profesörü Martin Bachmann, yeni tip koronavirüs (Kovid-19) hastalarında kullanılmak üzere ekim ayında bir aşı geliştirilmesini umduklarını söyledi. İngiltere'de, yeni tip koronavirüse (Kovid-19) bağışıklık sağlaması hedeflenen bir potansiyel aşının insanlar üzerinde test edilmeye başlanacağı duyuruldu. Peki, corona virüsü aşısı bulundu mu? Corona virüs salgını ne zaman biter? (Hürriyet, 21 Nisan 2020).

Spot 51: Almanya'da önce kansere karşı aşı geliştiren Türk bilim insanı Prof. Dr. Uğur Şahin koronavirüse karşı umut oldu. Almanya Prof. Şahin'in başı çektiği BioNTech şirketine aşı testine başlaması için ilk izni verdi. (Hürriyet, 22 Nisan 2020).

Spot 52: İsviçre'deki Bern Üniversite Kliniği virüs uzmanı Martin Bachmann, koronavirüse karşı bir aşı adayını geliştirdiklerini ve ekim ayında kitlesel aşığı başlayabileceklerini açıkladı. Alman haber ajansı dpa'ya konuşan Bachmann, temmuz ayında ilk testi başlatacaklarını kaydetti (Hürriyet, 22 Nisan 2020).

Spot 53: Koronavirüse karşı aşı bulma faaliyetleri hızlandı. ABD ve Çin'den sonra Almanya, İngiltere ve İsviçre de yarışa katıldı. Almanya'daki aşı çalışmasının başında Türk Profesör Uğur Şahin bulunuyor. (Hürriyet, 22 Nisan 2020).

Spot 54: İngiltere Sağlık Bakanı Matt Hancock, koronavirüs hakkındaki gelişmeleri aktardığı

Salı günü basın toplantısında Oxford Üniversitesi'nde çalışılan aşının Perşembe günü insanlar üzerinde denenmeye başlayacağını açıkladı. (Hürriyet, 22 Nisan 2020).

Spot 55: Türk bilim insanı Prof. Dr. Uğur Şahin, koronavirüse karşı umut oldu. Almanya'da aşı araştırmalarına izin veren Paul Ehrlich Enstitüsü'nün Başkanı Prof. Paul Cichutek, virüse karşı bağışıklık kazandıracak aşının ilk test iznini Prof. Şahin'in başında bulunduğu Mainz'daki BioNTech şirketine verdiklerini açıkladı. (Hürriyet, 22 Nisan 2020).

Spot 56: Acıbadem Labcell Hücre Laboratuvarı ve Kordon Kanı Bankası Direktörü ve Hematoloji Uzmanı Prof. Dr. Ercüment Ovalı, yeni tip koronavirüs (Kovid-19) inaktif virüs aşısının, klinik öncesi laboratuvar ortamında test aşamasının tamamlandığını ve yarın hayvan üzerinde deneylere başlanacağını bildirdi. (Hürriyet, 23 Nisan 2020).

Spot 57: İngiltere'de Oxford Üniversitesi, potansiyel yeni tip koronavirüs (Kovid-19) aşısını insanlar üzerinde denemeye başladı. (Hürriyet, 23 Nisan 2020).

Spot 58: Avrupa'da koronavirüse (Covid-19) karşı insan üzerinde aşı denemeleri ilk kez İngiltere'de başladı. İngiliz medyasına konuşan doktorlar, aşı denemelerinden yüzde 80 umutlu olduklarını söyledi. (Hürriyet, 24 Nisan 2020).

Spot 59: TÜRKİYE Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) Başkanı Prof.Dr. Hasan Mandal, 25'i üniversite toplam 41 kuruluşun oluşturduğu 'Covid-19(corona virüs)

Türkiye Platformu'nun seferberlik halinde ilaç ve aşı çalışmalarını sürdürdüğünü söyledi. Mandal, "Klinik öncesi aşamaları ilaç için bu yaz aylarında belki daha da erken üretme noktasında olacağız. Aşı çalışmalarında ise 9 aylık bir zaman dilimi içinde klinik öncesi aşama tamamlanacak" dedi. (Hürriyet, 25 Nisan 2020).

Spot 60: Cumhurbaşkanlığı Sağlık ve Gıda Politikaları Kurulu üyesi Prof. Dr. Necdet Ünüvar, koronavirüsle birlikte ciddi bir sorun olan aşı karışıklığının tarihe karışacağını söyledi. (Hürriyet, 26 Nisan 2020).

Spot 61: Yeni tip koronavirüs (Kovid-19) salgınının ortaya çıktığı Çin'de üçüncü aşı adayının klinik denemelerine başlandığı bildirildi. (Hürriyet, 27 Nisan 2020).

Fotoğraflar

20-27 Nisan tarihleri arasında yayınlanan haberlerin fotoğrafları şu şekildedir:

- **Fotoğraf 1:** Görselde laboratuvar çalışanı olduğu düşünülen bir laborant küçük tıbbi deney tüplerini yerleştirmektedir. Çalışanın elinde ise mavi bir tıbbi eldiven takılıdır. (Birgün, 20 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 2:** Haberde kullanılan görselde sadece elleri görünen bir laboratuvar çalışanının deney tüpü üzerinde bulunan kâğıda yazı yazdığı görülmektedir. Çalışanın eldivenleri beyaz renkte, önlüğü ise mavi renktedir. (Birgün, 21 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 3:** Haberde kullanılan görselde sadece elleri görünen bir laboratuvar çalışanının deney tüpü üzerinde bulunan kâğıda yazı yazdığı görülmektedir. Çalışanın eldivenleri beyaz renkte, önlüğü ise mavi renktedir. (Birgün, 21 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 4:** Görselde elinde mavi eldiven olan bir kişinin eli görülmektedir. Elinde üzerinde Coronavirüs yazan bir kan tüpü tutmaktadır. Tüpün üzerinde pozitif ve negatiflik durumunu gösteren kutucuklardan pozitif olanı işaretlenmiştir. Ayrıca kişinin elinin arkasında flu şekilde 5 tane daha kan tüpü bulunmaktadır.(Birgün, 22 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 5:** Haberde kullanılan görselde akyuvara benzeyen moleküllerin arasında Covid-19 virüsü bulunmaktadır. Virüs, alyuvarların önündedir ve daha nettir. (Birgün, 23 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 6:** Haberin görselinde 6 tane zar yan yana koyulmuştur. Zarların her birinin üzerinde Coronavirüs kelimesinin birer harfi yazmaktadır. Yan yana dizilmiş zarların üzerine ise sağ taraftan içerisinde sıvı olan bir enjektör dayanmıştır. Zarların arkasında ise çıkarıldığı belli olan beyaz bir tıbbi eldiven bulunmaktadır. (Birgün, 23 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 7:** Fotoğrafta Profesör Doktor Ercüment Ovalı bir laboratuvarında bilgisayar önünde beyaz önlüğüyle oturarak poz vermektedir. Etrafında ise mikroskop ve diğer laboratuvar aletleri bulunmaktadır. (Birgün, 23 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 8:** Haber görselinde beyaz fon üzerinde içerisinde sıvı olan ve ucundan bir damla zemine düşen bir şırınga bulunmaktadır. Şırınga ağırlıklı olarak görselin sağ tarafında bulunmaktadır. (Birgün, 24 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 9:** Haberin görselinde tıbbi maske ve başlık takmış ve beyaz önlük giyen stetoskoplu bir doktor görünmektedir. Doktorun sağ elinde bir şırınga bulunmakta ve şırıngayı önünde duran 3 boyutlu dünya maketine enjekte etmektedir. (Birgün, 24 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 10:** Fotoğrafta, demir bir organizatör üzerindeki 12 deney tüpü bulunmaktadır. Elinde beyaz tıbbi eldiven olan bir kişi, organizatördeki tüplerden birini almaktadır (Birgün, 24 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 11:** Üzerinde beyaz önlük olan bir kişinin gövdesi flu şekilde, elleri ve ellerinde tuttuğu deney tüpleri odaklanmış şekilde görülmektedir. Kişinin ellerinde mavi tıbbi eldiven vardır. Tüplerde 2019-ncOV yazmakta ve pozitiflik negatiflik ibareleri bulunmaktadır. Pozitif olan ibare kırmızı renkle işaretlenmiştir (Birgün, 24 Nisan 2020).

- **Fotoğraf 12:** Fotoğrafta Dünya Sağlık Örgütü Avrupa Bölgesi Acil Durumlar ve Bulaşıcı Hastalıklar Direktörü Dr. Nedret Emiroğlu bir kürsüde konuşma yapmaktadır. Yüz ifadesi tedirgin ve her iki eli yanlara doğru açılmış durmaktadır. (Birgün, 27 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 13:** Haberin görselinde deney tüplerinin olduğu bir tepsi flu şekilde görünmektedir. Elinde yeşil tıbbi eldiven olan bir laborant, elindeki tüpü tepsiye yerleştirmektedir. (Sözcü, 21 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 14:** Görselde üzerinde ‘‘COVID-19 Coronavirus’’ yazan şeffaf renkte sıvı bir ilaç bulunmaktadır. Sağ tarafında ise içerisinde aynı ilaçtan bulunan bir şırınga yatık şekilde durmaktadır (Sözcü, 22 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 15:** Haberin görselinde yüzünde tıbbi maske, tıbbi gözlük ve başında bone olan bir kişi bulunmaktadır. Kişinin aşı geliştirici olduğu görülmektedir. Elinde beyaz tıbbi eldiven vardır ve bir şırıngayı ucu yukarıya bakacak şekilde tutmaktadır. Kişinin kendisi görselin genelinde flu iken, eli ve tuttuğu şırınga odak noktası olarak belirlenmiştir (Sözcü, 22 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 16:** Haberin görselinde deney tüplerinin olduğu bir tepsi flu şekilde görünmektedir. Elinde yeşil tıbbi eldiven olan bir laborant, elindeki tüpü tepsiye yerleştirmektedir. (Sözcü, 22 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 17:** Görselde virüse karşı geliştirilen aşının virüsü izole ederken ki hali 3 ayrı mini fotoğrafa bölünerek verilmiştir. İzole edilen virüsler siyah ok işaretleriyle belirginleştirilmiştir. Görselde ‘‘İzole edilen virüslerin elektron mikroskopik görüntüleri’’ ibaresi bulunmaktadır. (Sözcü, 23 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 18:** Haber görselinde Profesör Doktor Ercüment Ovalı’nın webcam ya da telefon kamerasından çekilmiş bir fotoğrafı bulunmaktadır. Ovalı’nın kulaklarında kulaklık vardır ve yüzündeki ifadeden mutlu olduğu anlaşılmaktadır (Sözcü, 23 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 19:** Görselde beyaz bir köpük tablanın üzerinde şırıngalar ve içlerine enjekte edilen ilaçlar görülmektedir. Görselde bulunan 5 şırınga, ilaç şişelerine batırılmış haldedir. (Sözcü, 23 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 20:** Görselde üzerinde ‘‘COVID-19 Coronavirus’’ yazan şeffaf renkte sıvı bir ilaç bulunmaktadır. Sağ tarafında ise içerisinde aynı ilaçtan bulunan bir şırınga yatık şekilde durmaktadır. (Sözcü, 24 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 21:** Haber görselinde Tübitak Başkanı Profesör Doktor Hasan Mandal, üzerinde DHA yazan kırmızı renkli bir mikrofonla konuşmaktadır. Bulunduğu ortamın, arkasındaki Tübitak logolu bayraktan çalışma ofisi olduğu anlaşılmaktadır. Mandal’ın bakış yönünde, başının üzerinde çerçevelenmiş bir Türk bayrağı bulunmaktadır (Sözcü, 25 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 22:** Fotoğrafta yüzlerinde tıbbi maske ve kafalarında tıbbi başlık olan beş doktor kameraya poz vermişlerdir. Doktorlardan dördü başparmaklarını havaya kaldırarak ‘‘tamamdır’’ işareti yapmıştır. En sağda bulunan doktor ise ellerini önünde birleştirerek tebessüm etmektedir (Sözcü, 27 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 23:** Görselde bir yarasanın kanadına şırıngayla ilaç enjekte edilmektedir. Covid virüsünün kaynağı olarak bilinen yarasa, görseldeki bir diğer kişi tarafından kırırdamaması için tutulmaktadır (Sözcü, 27 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 24:** Fotoğrafta Oxford Üniversitesi Vaskinoloji Profesörü Sarah Gilbert yer almaktadır. Bulunduğu ortam bir laboratuvarıdır ve üzerinde beyaz önlüğü vardır. Sırtını üzerinde kimyasalların bulunduğu tezgâha yaslayarak sağa bakar şekilde poz vermiştir (Türkiye, 20 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 25:** Haberin görselinde bir kişiyi mavi tıbbi eldiven takan eli bulunmaktadır. Kişi damlalıklı bir teste sıvı damlatmaktadır. Testin önünde ise kan tüplerinin konulduğu turuncu bir tabla bulunmaktadır (Türkiye, 22 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 26:** Görselin sağ tarafında Profesör Doktor Ercüment Ovalı, hafif tebessüm ederek kameraya poz vermiştir. Üzerinde beyaz önlük bulunmaktadır. Görselin sağ tarafında ise kolaj çalışmasından faydalanılarak küçük bir ilaç şişesindeki sıvıyı şırıngaya çeken bir kişinin elleri görülmektedir (Türkiye, 23 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 27:** Haberin görselinde üç sağlık çalışanı ve bir hasta görülmektedir. Hastanın ve iki sağlık görevlisinin görüntüsü bulanık olarak verilmiştir. Üç sağlık çalışanı da izolasyon kıyafetleri giymişlerdir. En önde yan profili görünen sağlık çalışanı elindeki sıvı ilacı enjektöre çekmektedir (Türkiye, 23 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 28:** Görselde üzerinde ‘‘COVID-19 Coronavirus’’ yazan şeffaf renkte sıvı bir ilaç bulunmaktadır. Sağ tarafında ise içerisinde aynı ilaçtan bulunan bir şırınga yatık şekilde durmaktadır (Türkiye, 24 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 29:** Haber görselinde yürüyen bir sağlık görevlisi görülmektedir. Görevlinin üzerinde mavi renk izolasyon kıyafeti yüzünde de tıbbi maske bulunmaktadır. Arkasındaki fonda ise beyaz renkli bir duman vardır. Görselin sağ kısmına ise kolaj çalışmasıyla mavi eldiven takan birinin eli koyulmuştur. İşaret ve başparmaklarının arasında şeffaf renkte bir ilaç şişesi tutulmaktadır (Türkiye, 24 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 30:** Haberin görselinin sol kısmında üzerinde beyaz önlük olan Profesör Doktor Ercüment Ovalı tebessüm ederek poz vermektedir. Sağ tarafta ise virüsün izolasyonuna ait mikroskopik, siyah beyaz bir görüntü yer almaktadır. (Türkiye, 24 Nisan 2020).

- **Fotoğraf 31:** Fotoğrafta yüzünde tıbbi maske ve başında bone olan bir kişi, işaret ve başparmakları arasında şeffaf renkli sıvı bir ilaç tutmaktadır. İlaç ve kişinin eli net verilirken kişinin yüzü flulaştırılmıştır (Türkiye, 27 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 32:** Görselde yüzünde maske olan kadın sağlık çalışanı aşı çalışması yaparken görülmektedir. Görselde ayrıca "Tarih verdiler" ve "Aşı çalışması için umutlandıran gelişme" metinleri büyük puntolarla ve fonlarında renk zıtlığı kullanılarak ön plana çıkarma yöntemiyle verilmiştir. (Sabah, 20 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 33:** Haberin görselinde mavi tıbbi eldiven takan bir kişinin eli görünmektedir. Elinde bir damlalık tutarak bir tüpün içine ilaç damlatmaktadır. Tüpün üst kısmında üzerinde "COVID_!) RT_PCR test" yazan bir kutu bulunmaktadır. Görsel üzerinde yazı kullanılmıştır. Sarı fon üzerine siyah ve büyük puntolarla: "TARİH VERİP DUYURDULAR" ve "İLK KEZ İNSANLAR ÜZERİNDE DENENECEK" yazmaktadır. (Sabah, 21 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 34:** Görselde mavi bir fonun önünde demeç veren Profesör Doktor Lars Schaade görülmektedir. Fotoğraftan yüzünde ciddi bir ifadeyle açıklama yaptığı anlaşılmaktadır (Sabah, 22 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 35:** Haber görselinde büyük puntolarla "KORONA AŞISINI TÜRK PROFESÖR BULDU" ibaresi yer almaktadır. Yazının alt kısmında çalışmayı gerçekleştiren doktorların yüzlerinin görüldüğü iki küçük fotoğraf yan yana koyulmuştur. Doktorların fotoğraflarının altında mavi ton üzerine beyaz harflerle "Almanya'dan müjdeli haber" yazmaktadır. Haber görselinin genel fonunda ise ucu yukarı bakan bir şırınga görseli yer almaktadır (Sabah, 22 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 36:** Fotoğrafın sol kısmında Profesör Doktor Uğur Şahin görülmektedir. Laboratuvar ortamında ve üzerinde beyaz önlük vardır. Kollarını önünde buluşturarak kendinden emin bir ifadeyle poz vermiştir. Şahin'in fotoğrafının altında kırmızı fon üzerine beyaz harflerle "Türk Profesöre deney izni çıktı" yazılmıştır. Ayrıca görselin sağ tarafında aynı haberin Sabah Gazetesi'nin ilk sayfasında yayımlanmış hali de koyulmuştur (Sabah, 23 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 37:** Görselde yüzlerinde n95 maske olan dört kişi görülmektedir. Bu kişiler beyaz önlük giymekte ve diğer üç kişinin birkaç adım ilerisinde elinde ilaç tüpü tutan Profesör Doktor Martin Bachmann bulunmaktadır (Sabah, 23 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 38:** Haber görselinde Profesör Doktor Uğur Şahin görülmektedir. Şahin'in üzerinde mavi renk bir gömlek vardır. Tebessüm ederek kameraya bakmaktadır ve sol yanında laboratuvarında olduğunu gösteren tıbbi bir cihaz bulunmaktadır. (Sabah, 23 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 39:** Fotoğrafta önlük giymiş ve stetoskop takmış bir sağlık çalışanının eli görülmektedir. Elinde bulunan şeffaf renkli cam şişedeki ilacı şırıngaya aktarmaktadır. Görselin sağ üst kısmında büyük ve kalın siyah puntuyla "DSÖ uyardı!" yazmaktadır. Görselin alt kısmında ise yine büyük harflerle ve turuncu renkte "6 Aşının İnsan Testleri Başladı" yazmaktadır. (Sabah, 23 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 40:** Fotoğrafta sadece gövdesi görünen bir sağlık çalışanı mavi tıbbi eldiven takarak elinde tuttuğu şeffaf renkteki ilacı enjektöre çekmektedir. (Sabah, 23 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 41:** Görselde yüzlerinde n95 maske olan dört kişi görülmektedir. Bu kişiler beyaz önlük giymekte ve diğer üç kişinin birkaç adım ilerisinde elinde ilaç tüpü tutan Profesör Doktor Martin Bachmann bulunmaktadır. Ayrıca görselin yanında beyaz fon üzerine kırmızı renkle "Zamanla yarışılıyordu" ve "Koronavirüs aşısı için tarih belli oldu" ibareleri eklenmiştir (Sabah, 24 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 42:** Fotoğrafta hastane odasındaki bir hastaya müdahale eden iki sağlık çalışanı görülmektedir. Sağlık görevlileri üstlerinde mavi izolasyon kıyafeti ve maskeleriyle hastaya müdahale etmektedir. Ayrıca görsel üzerinde "Corona aşısından haber var! İnsanda denedik" yazısı bulunmaktadır (Sabah, 24 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 43:** Haber görselinde üzerinde "COVID-19 Koronavirüs" yazan sıvı ve şeffaf bir ilaç şişesi bulunmaktadır. Arka planda ise başka küçük bir ilaç şişesinden şırıngayla ilaç çeken beyaz önlüklü bir kişinin elleri görünmektedir. Görsel üzerinde haberin başlığı da yer almaktadır. (Sabah, 25 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 44:** Görselde yüzünde gözlük ve tıbbi maske olan bir kişi görüntünün flu kısmında bırakılarak elinde tuttuğu 2 deney tüpü netleştirilmiştir. Fotoğraftaki sağlık çalışanı elinde tuttuğu tüplere bakmaktadır. (Sabah, 25 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 45:** Haber görselinde elinde küçük deney tüpü tutan ve yeşil eldiven takan bir kişinin karnı bölgesi görünmektedir. Görsel üzerinde ayrıca yazılar kullanılmıştır. (Sabah, 25 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 46:** Görselde yatan bir koronavirüs hastasını muayene eden 3 sağlık görevlisi görülmektedir. Sağlık görevlileri tıbbi bone, maske ve gözlük takmaktadır. Ayrıca üzerlerinde izolasyon kıyafetleri vardır (Sabah, 26 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 47:** Haberde kullanılan görselde Asyalı olduğu anlaşılan bir kişi n95 maske takarak sol kolunu aşı olmak için hazırlamıştır. Kişinin sol tarafında mavi eldiven takan ve elinde ki Koronavirüs ilacını enjektöre çeken bir sağlık çalışanı görülmektedir (Sabah, 27 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 48:** Görselde bir kişinin eli görünmektedir. Kişi şeffaf eldiven takmış ve elinde üzerinde "Koronavirüs" yazan bir kan tüpü tutmaktadır. Arka planda ise farklı boyutlarda deney tüpleri bulunmaktadır (Hürriyet, 21 Nisan 2020).

- **Fotoğraf 49:** Haber görselinde beyaz eldiven takan bir laborantın elleri görülmektedir. Kişi elinde üzerinde ‘‘Coronavirüs’’ yazan bir ilaç şişesinden şırıngaya ilaç çekmektedir. Görselin sol tarafında ise mavi renkte deney tüpleri bulunmaktadır (Hürriyet, 21 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 50:** Fotoğrafta bir kişinin eli görünmektedir. Kişi mavi tıbbi eldiven takmış ve bir ilaç şişesinden şırıngaya ilaç çekmektedir (Hürriyet, 21 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 51:** Görselde ortadan ikiye ayrılmıştır. Görselin sağ tarafında Profesör Doktor Uğur Şahin bir konuşma yapmaktadır. Görselin sağ tarafında ise elinde Covid-19 testi tutan bir kişi görülmektedir. Görselin sağ tarafında sadece kırmızı renk kullanılmıştır. (Hürriyet, 22 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 52:** Haberde fotoğraf olarak Klinik Virüs Uzmanı Martin Bachmann’ın önlüklü bir fotoğrafı kullanılmıştır. Bachmann karenin tam ortasında kameraya bakarak gülümsemektedir (Hürriyet, 22 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 53:** Görselde mavi zemin üzerinde birbirine benzeyen iki ayrı molekülün mikroskopik görüntüsü bulunmaktadır. (Hürriyet, 22 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 54:** Fotoğrafta üç tane şeffaf renkli sıvı ilaç şişesi görülmektedir. Görüntünün fonunda ise flulaştırılmış şekilde bir kişinin gözleri öndeki ilaç şişelerine odaklanmış durumdadır. (Hürriyet, 22 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 55:** Görselde Türk Bilim İnsanı Uğur Şahin bulunmaktadır. Üzerinde beyaz bir önlük vardır ve fotoğraf laboratuvarında çekilmiştir. Şahin’in tebessüm ettiği görülmektedir. (Hürriyet, 22 Nisan).
- **Fotoğraf 56:** Görselde Doktor Ercüment Ovalı iki elini göğsünün üzerinde birleştirmiş ve gülümseyerek poz vermiştir. Üzerinde beyaz önlük vardır. Görselin sağ tarafına ise ayrı bir fotoğraf olarak kan tüpü tutan bir el eklenmiştir. Kan tüpünün üzerinde ‘‘CORONAVIRUS’’ yazmaktadır.
- **Fotoğraf 57:** Haber görselinde üzerinde ‘‘Vaccine COVID-19’’ yazan ilaç şişesinden şırıngaya ilaç çeken bir kişinin eli görülmektedir. (Hürriyet, 23 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 58:** Görselde askılı tişört giyen bir kadının sol omzu ve kolunun üst kısmı görülmektedir. Görselden sağlık çalışanı olduğu anlaşılan bir diğer kişi ise kadına aşı yapmaktadır’’ (Hürriyet, 24 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 59:** Fotoğrafta TÜBİTAK Başkanı Profesör Doktor Hasan Mandal, kendisine uzatılan mikrofona, ofisinde demeç vermektedir. (Hürriyet, 25 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 60:** Haber görselinde eldiven takan bir kişinin ellerinin arasında tuttuğu, üzerinde ‘‘CORONAVIRUS’’ yazan bir şırınga bulunmaktadır. Kişinin elleri ve şırınga dışındaki bölgeler flu ve beyazdır. (Hürriyet, 26 Nisan 2020).
- **Fotoğraf 61:** Haber görselinde aşı çalışması yapan iki Çinli bilim insanı yer almaktadır. Üzerlerinde mavi renkte izolasyon kıyafetleri ve yüzlerinde maskeleriyle laboratuvar ortamında çalışmaktadırlar. (Hürriyet, 27 Nisan 2020).

BULGULAR

Tematik Yapı İncelemesi

Başlıklar

20-27 Nisan tarihleri arasında yayımlanan beş internet gazetesinin tamamına bakıldığında kullanılan başlıkların genel olarak haber metinlerini özetler nitelikte olduğu gözlemlenmektedir. Çalışmamıza konu olan haber başlıklarından Sabah Gazetesi’nde yayımlanan başlıklarda özellikle aşı çalışmalarına dair ‘‘Son Dakika’’ ifadesi sıkça kullanılarak hedef kitlede heyecan duygusu arttırılmaya çalışılmıştır. 20-27 Nisan tarihleri arasında aşı çalışmalarıyla ilgili toplamda 16 haber yayımlayan Sabah Gazetesi, 6 haberde son dakika vurgusunu kullanmıştır. Gazetede yayımlanan başlıkların 5’inde yerli aşı çalışmalarına dair bilgilere yer verilmiştir. Özellikle Almanya’da aşı çalışması yapan Türk bilim insanı Profesör Doktor Uğur Şahin’in gerçekleştirdiği aşı çalışmaları Sabah Gazetesi’nde ön plana çıkarılmıştır. ‘‘Türk Profesör Uğur Şahin’e deney izni çıktı’’ ve ‘‘Türk doktorun aşı başarısı’’ başlıklarıyla aktarılan haberlerde ‘‘Türk’’ vurgusu kullanılarak ulusal yakınlık ön plana çıkarılmıştır. Sabah gazetesinde yayımlanan haber başlıklarından en dikkat çekenini ise 22 Nisan tarihinde yayımlanan ‘‘Almanya’dan müjdeli haber! Korona aşısını Prof. Uğur Şahin buldu’’ başlığıdır. Aşının klinik deneyleri henüz gerçekleşmemesine rağmen hedef kitlede aşı onaylanmış gibi bir izlenim yaratılmıştır.

Birgün Gazetesi’nde aşı çalışmalarıyla ilgili yayımlanan 12 haberden 11’ini diğer ülkelerde gerçekleştirilen aşı çalışmalarına dair haberler oluşturmaktadır. Konuyla ilgili Türkiye’de gerçekleştirilen aşı çalışmalarına dair haberlere Birgün Gazetesi’nde yer verilmemiştir. Gazetede sadece Ercüment Ovalı’nın geliştirdiği aşı çalışmaları ‘‘Koronavirüs ilacı’’ açıklamasıyla tepki çeken Prof. Ovalı’dan yeni aşı iddiası’’ başlığıyla 23 Nisan tarihinde yayımlanmıştır. Başlıkta Profesör Doktor Ovalı’nın daha önce yaptığı açıklamalar sebebiyle tepki çektiği detayı verilerek okur kitlede yapılan çalışmaya dair güvensizlik hissi oluşturma amaçlanmıştır. Aynı haberin alt başlığında ‘‘Bu kez de aşı iddiası’’ ifadesi kullanılarak güvensizlik durumu pekiştirilmeye çalışılmıştır.

20-27 Nisan tarihleri arasında Sözcü Gazetesi’nde yayımlanan haber başlıklarında zaman unsuru diğer gazetelerden daha fazla ön plana çıkarılmıştır. Gazetede Profesör Doktor Ercüment Ovalı’nın aşı çalışmalarına dair 2 başlık yer almaktadır. Bu rakam diğer gazetelere oranla daha fazladır ve gazetenin Ovalı’ya karşı sempatik tutumunu belli etmektedir. Sözcü Gazetesi’nde yayımlanan başlıklarda dikkat çeken bir diğer detay ise ‘‘Corona aşısı ne zaman çıkacak? Sağlık Bakanı Koca açıkladı’’, ‘‘İsviçre’de corona virüsü aşısı geliştirildi: Ekim’de başlıyor’’, ‘‘TÜBİTAK Başkanı Mandal, Covid-19 aşısı için tarih verdi’’, ‘‘Dr. Mehmet Çilingiroğlu corona aşısı için tarih

verdi” başlıklarında görüldüğü üzere, aşının geliştirilmiş ve onaylanmış olduğuna dair biz izlenim yaratılmaya çalışılmıştır. Türkiye Gazetesi’nde aşı çalışmalarıyla ilgili 8 habere yer verilmiştir. Kullanılan başlıklarda gerçekleştirilen çalışmalara dair temel bilgilere yer verilmiş fakat zaman unsuru başlıkların genelinde kullanılmamıştır. Başlıklar genel olarak çalışmanın nerede gerçekleştirildiğine dair bilgiler verilerek aktarıma yoluna gidilmiştir. Hürriyet Gazetesi’nde yayınlanan başlıklarda aşı çalışmalarının gerçekleştirildiği ülkelerin bilgileri en başta verilmiştir. Gazetede alt başlıklar sık kullanılarak haberler bu sayede detaylandırılma yoluna gidilmiştir. Dünya Sağlık Örgütü’nün Covid-19 aşısına dair yayınladığı açıklama tüm haber sayfalarının başlıklarında yer bulmuştur. Bu önemli gelişme üç gazetenin başlıklarında şu şekilde yer almıştır: “Dünya Sağlık Örgütü: 6 aşı insanlar üzerinde denenmeye başlandı” (Birgün, 23 Nisan 2020), “DSÖ’den flaş aşı açıklaması: 6 aşıda umut veren gelişme” (Sözcü, 23 Nisan 2020), “DSÖ uyardı! 6 aşının insan testleri başladı” (Sabah, 23 Nisan 2020). Yayınlanan üç başlıkta da Dünya Sağlık Örgütü’nün açıklaması benzer şekillerde ön plana çıkarılmış ve insan deneylerine başlandığı vurgulanarak ilerleme sağlandığı aktarılmıştır. Fakat üç başlıkta kullanılan ifadeler her ne kadar aynı açıklamaya dayanıyor olsa da başlıkların vuruculuğunu arttırmak amacıyla farklı yöntemlere başvurulduğu görülmektedir. Birgün Gazetesi haber başlığını sade bir açıklama niteliğinde yayımlarken, Sözcü Gazetesi bu başlığı flaş olarak nitelendirmiştir. Sabah Gazetesi ise DSÖ’nün bu açıklamasına başlıkta bir uyarıymış gibi yaklaşarak heyecanı arttırma yoluna gitmiştir.

Başlıklar genel anlamda haberlerin içeriğini özetler nitelikte verilmiştir. Olaylardan ziyade süreçlerin aktarıldığı haber başlıklarında kurgulama yöntemine gidilerek durum hikâyeleştirilmiştir.

Haber Girişleri

Haber girişleri genel olarak başlıkları açıklar nitelikte kullanılmıştır. Söylemlerin başlıkta yer aldığı haberlerde, söylemler spot kısmında birçok kez yinelenerek tekrara düşülmüştür. Aşı çalışmalarına dair yapılan açıklamalar spot kısmında sıklıkla kullanılmış ve bu tarz söylem üzerinden temellenen haberlerde 5N1K unsurlarının tamamına yer verilmediği gözlemlenmiştir. Birgün Gazetesi’nde 20 Nisan tarihinde yayınlanan “Aşı Bilimi Uzmanı Prof. Dr. Sarah Gilbert: Umut ettiğimiz klinik çalışmalara gelecek haftanın sonuna doğru başlamak üzereyiz” başlıklı haberin spotunda da Gilbert’in aynı açıklaması kullanılmıştır. Spot şu şekilde aktarılmıştır: “Aşının Eylül ayında hazır olacağından % 80 emin olduğunu söyleyen Oxfordlu Aşı Bilimi Uzmanı Prof. Dr. Sarah Gilbert yaptığı açıklamada “Umut ettiğimiz klinik çalışmalara gelecek haftanın sonuna doğru başlamak üzereyiz” ifadelerini kullandı”. Bu örnek tekrar kullanım yöntemine, diğer gazetelerdeki farklı spotlarda da sıkça rastlanmıştır.

Sabah Gazetesi’nde kullanılan spotlarda okurda merak uyandırmak adına, spot sonunda üç nokta kullanımı dikkat çekmektedir. 25 Nisan 2020 tarihli haber spotunun sonunda kullanılan ifade şu şekildedir: “İşte son dakika haberinin detayları...” Yine aynı gün Sabah Gazetesi’nin web sayfasında yer alan farklı bir haber spotunun sonuna şu ifade eklenmiştir: “İşte, kahramanlar hakkında bilgiler ve yaşadıkları zorlu süreç...” Okuru haberin devamını okuması için yönlendirmek adına kullanılan bu yöntem diğer gazetelerin spotlarında rastlanmamıştır.

Hürriyet Gazetesi’nde kullanılan spotlar genel olarak başlığı açıklayan ve haberi özetleyen bir niteliğe sahiptir. “Flaş, son dakika, devamı haberde” gibi ibareler kullanılmadan sade bir dille içeriğin aktarılması tercih edilmiştir fakat 21 Nisan tarihli haber spotunda “Peki, corona virüsü aşısı bulundu mu? Corona virüs salgını ne zaman biter?” ifadeleri kullanılarak, okuyucuda merak uyandıracak nitelikte sorular sorulmuş ve haber girişinin sonunda yer almıştır.

Spotlarda gerçekleştirilen çerçevelenmelerde aşı çalışmalarının başarılı şekilde yürütüldüğüne dair izlenim verilmektedir. Girişlerde sıklıkla kullanılan söylem aktarma yöntemlerinde, çalışmaların olası tamamlanma tarihlerine yer verilerek okuyucudaki umut arttırılmış ve iyimser bir tablo çizilmeye çalışılmıştır.

Fotoğraflar

Gazetelerin internet sayfalarında kullanılan fotoğrafların büyük çoğunluğunda aşı görselleri kullanılmıştır. Aşı görsellerinde sonra ise en çok kullanımı tercih edilen görselleri ilaç şişeleri oluşturmaktadır. Kullanımı tercih edilen ilaç ve aşı ana temalı görsellerde beyaz ve mavi renkler hâkimdir. Bu renklerin güven ve temizlik hislerini uyandırdığı bilinmektedir. Yine haber fotoğraflarında sıkça kullanılan bir diğer görsel türü laboratuvar ve hastane ortamlarıdır. Bu ortamların kullanıldığı fotoğraflarda da renk temasını mavi, yeşil ve beyaz renkler oluşturmaktadır. Söylemlerin ve açıklamaların yer aldığı haberlerin fotoğraflarında ise görüşleri aktarılan kişilerin fotoğraflarına yer verilmiştir. Açıklamalarına yer verilen kişilerin izler-dinler kitleye hitap ederken çekilmiş fotoğrafları ve laboratuvar ortamında daha önceden çekildiği görülen fotoğrafları kullanılmıştır.

İncelenen fotoğraflarda, aynı aşı ve ilaç görsellerinin farklı gazetelerde aynı ya da farklı tarihli haberlerde kullanıldığı gözlemlenmiştir. Aşı çalışmalarıyla ilgili haberlerde özgün fotoğraflar kullanmak yerine, gazeteler aynı fotoğrafları kullanarak tekdüze bir aktarımı tercih etmişlerdir. Kullanılan kişi fotoğraflarından özellikle Profesör Doktor Ercüment Ovalı’ya ait olanlar ele alındığında, görselleri kullanan her gazetede aynı laboratuvar önlüklü fotoğrafın kullanıldığı görülmektedir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Dünyada ve ülkemizde yaşanan Covid-19 salgını nedeniyle medyanın dikkati bu alana yönelmiştir. İnternet gazeteciliği yapan haber siteleri de gündemlerinde sıklıkla Covid-19 virüsüne ve Covid-19 salgınının tedavisi için geliştirilen aşı çalışmalarına dair haberlere web sayfalarında yer vermiştir.

Haberde kullanılan başlık, fotoğraf ve spot unsularının tematik analiz doğrultusunda değerlendirildiği bu çalışmada aşı haberlerinin veriliş şekillerinin gazetelere göre farklılık gösterdiği gözlemlenmiştir. İncelenen aşı çalışmalarına dair haberlerde okur kitleye aşının bulunacağıyla alakalı umut verici bir tablo çizilmektedir. Gerçekleştirilen aşı çalışmaları aktarılırken bazı gazeteler yerli çalışmalara belirgin oranda dikkat çekerken, Birgün Gazetesi'nde yerli çalışmalara dair haberlere yer verilmemiştir. İncelenen Sözcü ve Sabah gazetelerinde özellikle Türk bilim insanlarının yaptıkları çalışmalar diğer gazetelere oranla daha fazla yer almaktadır. Aşı çalışmaları, haberlerde gerçekleştirildikleri ülkelere mal edilecek şekilde yer almıştır. Çalışmayı gerçekleştiren kurumlardan ziyade ülkeler haberlerde ön plana çıkarılmış ve başarılar ülkelere mal edilmiştir. Profesör Doktor Uğur Şahin ve Profesör Doktor Ercüment Bazalı'nın gerçekleştirdiği aşı çalışmaları ülkemiz açısından bazı gazetelerde gurur kaynağı olarak sunulurken bazılarında haberlere konu dahi edilmemiştir.

Gazetelerin yerine getirmeleri gereken en önemli görevleri kamuoyunu ülkedeki ve dünyadaki gelişmelerden haberdar etmek ve bilgilendirmektir. Bu doğrultuda incelenen haberler iyi veya kötü niteliktedir şeklinde değerlendirmek yerine, bilgileri aktarma noktasında yeterlidir ya da değildir şeklinde bir değerlendirilme yapılması daha uygun olacaktır (Tokgöz, 1985). Temel işlevlerini yerine getirme noktasında günümüz gazeteleri nesnellikten uzak bir tutum sergilemektedirler. Eşik bekçilerinin eleme süzgeçlerinden geçirerek kamuoyuna aktardıkları haberler 5N1K unsurlarını karşılama açısından yetersiz kalmıştır ve haberler alt başlıklarda detaylandırılmaları dışında genel anlamda tek yönleriyle aktarılmıştır. Haberlerin, okurların nesnel ve tarafsız bilgi alma ihtiyaçlarını karşılayabilmeleri adına yeniden düzenlenerek yeterli derecede bilgiyi aktarmaları sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- Akdeniz, M., Kavukcu, E. (2016). Aşılama ve Aşıların Tarihçesi. *Klinik Tıp Aile Hekimliği*, 8 (2) , 11-28. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ktah/issue/45376/487032>
- Aydın, N. (2018). Nitel Araştırma Yöntemleri: Etnoloji. *Uluslararası Beşeri ve Sosyal Bilimler İnceleme Dergisi*, 2 (2), 60-71. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ihssr/issue/36852/425401>
- Aziz, A. (2008). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım
- Bayram, Y. (2016). Yerelde Öteki Olmak: Suriyeli Sığınmacıların Trabzon Yerel Gazetelerinde Söylemsel Temsili, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 42(9), 1416-1430. http://www.sosyalarastirmalar.com/cilt9/sayi42_pdf/6ikisat_kamu_isletme/bayram_yavuz.pdf
- Berelson, B. (1952). Content analysis in communications research. New York: Hafner
- Cereci, P. (2010). Haber Ve Toplum Arasındaki İlişkinin Toplumsal Yaşama Yansımaları. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19 (3) , 105-112 <https://dergipark.org.tr/tr/pub/cusosbil/issue/4385/60219>
- Çambay, S. (2015). Bir Toplumsallaşma Aracı Olarak Yeni Medya: Kuramsal Bir Değerlendirme. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , (5) , 237-247. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/joiss/issue/10029/307471>
- Çiçek, A., Uysal, G. (2019). Siyaset İdeoloji ve Manipülasyon Ekseninde Medya: 16 Nisan 2017 Referandumunun Medyaya Yansıması Üzerine Eleştirel Bir Söylem Analizi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 74 (4), 1183-1201. DOI: 10.33630/ausbf.571580
- Çobanoğlu, N. (2020). Bireysel, Profesyonel, Toplumsal, Bilimsel ve Siyasal Etiği Yeniden Sorgulatan COVID-19 Pandemisi. *Anatolian Clinic the Journal of Medical Sciences*, 25 (Supplement 1) , 36-42. DOI: 10.21673/anadoluklin.709891
- Dedeoğlu, G. (2013). Medya ve İletişim Çalışmalarında Teun A. Van Dijk'in Yaklaşımı Bağlamında Eleştirel Söylem Çözümlemesi ve Söylem Olarak Haberin Çözümlemesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 38-58. https://www.academia.edu/7849626/MEDYA_VE_%C4%B0LET%C4%B0%C5%9E%C4%B0M_%C3%87ALIMLARINDA_TEUN_A_VAN_DIJK_IN
- Duran, K., Yeniceler, İ. (2019). Gelenekselden Yeni Medyaya Geçiş Sürecinde İçerik Üretimi Sürecinin Dönüşümü: Cüneyt Özdemir Youtube Kanalı. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 3 (3), 200-212. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ejnm/issue/45760/578033>
- Genç, G., Erdem, A. (2016). Matematik Öğretiminde Olumlu Söylem Ortamı ve Söylem Analizi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 6 (10), 200-232. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/opus/issue/22701/242332>
- Gönenç, Ö. (2018). *Medyada Algı Yönetimi*. Der Yayınları
- Gür, T. (2013). "Post-Modern Bir Araştırma Yöntemi Olarak Söylem Çözümlemesi", *Zeitschrift für die Welt der Türken*, 5(1), 185-202. <http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423939285.pdf>

- Karaduman, S. (2017). Eleştirel Söylem Çözümlemesinin Eleştirel Haber Araştırmalarına Katkısı ve Sunduğu Perspektif. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 4 (2) , 31-46. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iled/issue/33135/368739>
- Karakaş, C. (2017). DAES Propagandasında Yeni Medya Kullanımı. *Marmara İletişim Dergisi*, (28) , 33-46. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/maruid/issue/34097/363634>
- Narmanlıoğlu, H. (2016). İnternet Haber Sitelerinde Eşik Bekçiliği/Gatekeeping at Online News Sites. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20 (1) , 0-0. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ataunisobil/issue/24591/260353>
- Oktay, S. (2019). Eşik Bekçiliği Teorisi Kapsamında Medya Etiği Sorunsalı. BBC Jeremy Bowen Örneği. *Kent Akademisi*, 12 (1), 159-176. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kent/issue/43742/499000>
- Öztunç, M. (2021), COVID-19 Pandemi Süresince Türkiye'nin Aldığı Ekonomik Tedbirlere Yönelik Haberlerin Söylem Analizi, *Erciyes İletişim Dergisi*, 8(1), 231-255.
- Sezer, T. (2012). Manifesto'dan KCK Sözleşmesi'ne PKK/KCK'da Söylem, *Uluslararası Güvenlik ve Terörizm Dergisi*, 3(1), 41-65. <http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423936126.pdf>
- Şeker, M. (2014). Haber Söylemi İçinde Yapılandırılmış Örtülü Nesnellik İhlalleri. *Selçuk İletişim*, 2 (4), 100-113. <https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Josc/Issue/19006/201010>
- T, A, V, Dijk., Wilson, J., Fairclough, N., Graham, P. (2015). *Söylem ve İdeoloji*, Su Yayınevi
- Tokgöz, O. (1985). *Türk Gazetelerinde Siyasal Şiddet*. Kitle İletişim Araçları ve Şiddet, Hürriyet Vakfı 1985 yılı 8.Seminer Tutanakları
- Vardal, Z. (2016). Nefret Söylemi ve Yeni Medya. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2 (1) , 132-156. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iled/issue/18466/194416>
- Yardım, G., Doğruel, H. (2019). Eleştirel Söylem Çözümlemesi Bağlamında Haber Metinlerinin İncelenmesi: Pippa Bacca Cinayeti Örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6 (1), 137-148. DOI: 10.17680/erciyesiletisim.516124
- Yurdigül, Y. (2011). Kurgusal Gerçeklik Bağlamında Haber Ve Gerçeklik İlişkisi. *Atatürk İletişim Dergisi*, (1), 13-24. <https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Atauniiletisim/Issue/2762/36916>

ERGENLERİN KİMLİK OLUŞUMUNDA INSTAGRAM FENOMENLERİNİN ETKİSİ: REYNMEN VE DANLA BİLİÇ ÖRNEĞİ

Prof. Dr. Aytekin İŞMAN
Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Ülkü AKYOL
Yüksek Lisans Öğrencisi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

ÖZET

Ergenlik döneminde kişiler, bilişsel, bedensel, sosyal ve duygusal alanda yaşadıkları değişimlerle ve bu değişimlerin oluşturduğu etkilerle birlikte bir kimlik biçimlendirmesi sürecine girerler. İnsan yaşamı boyunca tüm bu değişimlerin yoğun olarak yaşandığı ergenlik döneminde, ergenlerin yaşamla ilgili temel görevlerinden biri bu kimlik gelişimidir. Günümüz gelişen teknolojinin getirdiği etkilerden birisi, ergenlerin sosyal medya platformlarını yoğun bir şekilde kullanmalarındır. Ergenlik, bireyin çocukluk döneminden sonra başlayan ve yetişkinlik dönemine kadar süren, bireyin yetişkin olmaya hazırlandığı ve kimliğini biçimlendirmeye başladığı dönemdir. Günümüzde çocukların, ergenlerin ve gençlerin sosyal hayatına doğrudan etki ettiği düşünülen sosyal medya kanalları bu kimlik oluşumu sürecini etkilemektedir. Yoğun olarak kullanılan sosyal medya kanallarından biri olan Instagram'ın, Instagram fenomenleri üzerinden ergenlerin kimlik oluşumunda nasıl bir etkisi olduğu bu araştırmanın konusudur.

Günümüzde bağımlılık düzeyinde kullanılan Instagram, özellikle bu platformda fenomen olmuş kişiler aracılığı ile popüler kültür öğelerini adeta dayatarak, ergenleri çeşitli yollardan etkilemektedir. Bu çalışmanın amacı ergenlerin kimlik oluşumu sürecinde Instagram fenomenlerinin bu etkilerinin belirlenmesidir. Çalışmanın yöntemi nitel araştırma olarak belirlenmiştir.

Çalışmada veri toplama aracı olarak derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır. Örneklem seçimi olasılığa dayalı olmayan örneklem çeşidi olan ölçüt örnekleme ile belirlenmiştir. Örneklem seçimindeki kriterler; en az bir yıldır Instagram kullananlar, haftada en az beş gün Instagram kullananlar, belirtilen en az bir Instagram fenomenini takip edenler ve 16-17 yaş arasında olan gençler olarak belirlenmiştir. Araştırma verileri içerik analizi yöntem ile incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Ergenlik, Sosyal medya, Instagram, Fenomen, Kimlik, Kimlik oluşumu

GİRİŞ

Ergenlik döneminde olan gençlerin yaşam ile ilgili temel yapılandırmaları kimlik oluşumu çevresinde gerçekleşir ve ergenler bu süreçte kimlik oluşumlarını gerçekleştirmek için büyük bir çaba harcarlar (Morsünbül, 2011). Bu süreç insan hayatında değişimlerin en fazla yaşandığı süreç olarak bilinir (Atak, 2011). Bireyler ergenlik dönemlerinde bilişsel, bedensel, sosyal ve duygusal alanlarda yoğun değişimler yaşarlar. Bu dönem tüm bu değişimler ile başlar ve birey bağımsızlığını, sosyal üretkenliğini ve kimlik duygusunu kazandığı zaman sona erer (Derman 2008). Kimlik oluşumu sürecinde ergen iş, aşk ve dünya görüşü alanlarında denemelerde bulunur, bu denemeler kimlik keşfinin motorudur (Erikson, akt., Atak, 2011). Erikson (1968) kimlik gelişim süreci ile ilgili iki dinamik ögenin karşılıklı olarak etkileşimi söylemini kullanmıştır, bu dinamik ögeler kimlik sentezi ve kimlik karmaşasıdır (Akt., Morsünbül, 2011).

Gelişen teknolojinin sunduğu ürünler ile birlikte bireylerin iletişim biçimleri ve sosyal hayatlarında pek çok değişim meydana gelmiştir, sanal ortamdaki bu sosyalleşme biçimlerinin merkezinde de sosyal medya platformları yer almaktadır (Sepetçi, 2017). İnternet kullanımının artması ile birlikte, internete ulaşımın gerçekleştiği toplumlarda günlük hayat pratikleri ve kişilerin yaşam tarzları üzerinde farklılıklar meydana gelmiştir (Özdemir, 2015). İnsanlar, özellikle de ergenler, sosyal medya platformları üzerinden sürekli olarak kim olduklarını göstermekte ve içerisinde buldukları sosyal ortama, tüketim alışkanlıklarına, aile ilişkilerine ve arkadaşlık ilişkilerine dair istedikleri şekillerde kurguladıkları, bir kimlik oluşturma yoluna gitmektedirler (Özdemir, 2015). Ergenlerin sosyal medya ile oluşturmaya başladıkları bu kimlik, onların gerçek hayatlarını da şekillendirmekte ve gerçek hayatta yaşadıkları kimlik oluşum sürecini de etkilemektedir. İnternetin gelişimi ile birlikte yaygın olarak kullanılan sosyal medya ile bireyler gündelik yaşamındaki kimliklerini destekler nitelikte ya da o kimliklerinin yanı sıra toplumsal kimliklerini sosyal medya platformları ile şekillendirmeye başlamıştır (Özdemir, 2015).

Ergenlik

İnsanın tüm gelişim dönemlerinden çocukluk dönemi, yetişkinlik dönemi, yaşlılık dönemi gibi ergenlik döneminin de farklı açılardan incelenmesi gerekir, bu dönem insan hayatında önemli bir periyottur ve değişik açılardan incelenmesi gereklidir (Koç, 2004). Ergenlik dönemi; kişinin erişkinliğe ilk adımını attığı, içinde fırtınalar koptuğu, fiziksel değişimlerin, sosyal ve psikolojik değişimlerin bir arada ve yoğun olarak yaşandığı bir dönemdir (Ekşi vd., 2013). Ergenlik, çocukluk gençlik ve erişkinlik dönemleri arasında yer alan ruhsal olgunlaşma gelişme,

bağımsız bir hayat için hazırlanma ile birlikte toplumsal, bedensel ve bilişsel olgunlaşma dönemi olarak adlandırılır (Döner, 2006, Akt., Ekşi vd., 2013).

İnsanlar çocukluk dönemlerinden yaşlılık dönemlerine kadar ilerleyen yaşam çizgileri üzerinde birbirlerinden farklı olarak çeşitli gelişim dönemleri içerisine girerler ve geçirdikleri bu dönemler içerisinde birbirlerinden farklı olan fizyolojik ve psikolojik birtakım özellikler gösterirler (Koç, 2004). Bu bağlamda değinilen yaşam çizgisi olgusu ele alınarak insan hayatı genel hatlarıyla; çocukluk dönemi, ergenlik dönemi, gençlik dönemi, yetişkinlik dönemi ve yaşlılık dönemi gibi ana gelişim evrelerine ayrılarak incelenebilir (Koç, 2004). Girilen bu dönemlerden birisi olan ergenlik döneminde, ergenlerin gerçekleştireceği en önemli gelişimsel görevler kimlik biçimlendirmesi ve özerkliliktir (Erikson, 1963, Akt., Shaffer, 2008).

Ergenlik dönemindeki insanlar, zihinsel olarak farklı yapıda olurlar çünkü bu dönemde soyut olan kavramları daha fazla düşünmeye başlarlar, başka insanların bakış açılarını anlamaya ve daha karmaşık problemler çözmeye başlarlar, ahlaki ve etik bakımından önceki dönemlerine göre daha yüksek bir sağduyu içerisinde olurlar (Gül ve Güneş, 2009). Bu dönem insan hayatında değişimlerin en fazla yaşandığı dönemdir ve yaşamın diğer dönemlerine göre daha önemli bir dönem olarak öne çıkar. Çünkü bu dönemde yaşanan her şey kişinin gelecek hayatının temellerini oluşturmaktadır (Ekşi vd., 2013). Ergenlik dönemi kişilerin yetişkinlik dönemine hazırlanması için oldukça önemli bir süreçtir.

Sosyal Medya

Yenilikleri en hızlı ve kolay şekilde yansıtan alanların başında yer almaktadır. Bireyleri hem üretici hem de tüketici konumuna eş zamanlı olarak getiren sosyal medya platformları pek çok disiplinin çalışma alanlarında yer almıştır. Devamlı gelişen ve değişen teknolojiyi anlık olarak kullanıcıya sunan yeni medya, sadece yapılan araştırmalarda bir özne/nesne olmanın dışında, son zamanlarda yöntemde kullanılan bir araç olarak da karşımıza çıkmaktadır (Devrani ve Kesici, 2020). Bilgisayar, akıllı telefon, tablet ve benzeri yeni medya teknolojileri, medyayı programlanabilir bir konuma getirmiş ve sayısallaşma, etkileşim, yöndeşme gibi etkilerle gazete, dergi, radyo ve sinemayı yani geleneksel medyayı internet ile dijital medya ortamına taşımıştır ve daha kapsamlı ve aktif bir yeni medya oluşturulmuştur (Erkek, 2019, s. 1).

Teknolojik gelişmeler birbirini tamamlayarak ilerler, bilgisayarların, akıllı tabletlerin ve cep telefonlarının olmadığı bir yerde internet ve internet erişiminin olmadığı yerde ise sosyal medya tek başına bir anlam ifade etmez (Bostancı, 2019, s. 11). Web 2.0 teknolojisi, kullanıcılarına anlık haberleşme ve içerik paylaşım imkânı sağlayarak kişiler arası, kitleler arası, toplumlar arası vb. iletişim olanaklarını en üst seviyeye ulaştırmıştır (Tosun ve Nurhan, 2010). Bu web 2.0 teknolojisi üzerine kurulu olarak oluşturulan içerik paylaşımı ve etkileşim gibi olanakları insanlara sağlayan platformlar, uygulamalar sosyal medya olarak adlandırılır (Tosun ve Nurhan, 2010).

Instagram

İnteraktif iletişimi güçlü kılan yeni medya iletişimi hızlandırmış, arttırmış ve çok boyutlu bir hale getirmiştir. Bu sosyal medya platformlarından Instagram özellikle ergenler arasında yoğun olarak kullanılmaktadır. Bu uygulamayı 2010 yılında Kevin Systrom ve Mike Kriger kurmuştur (Yalçın, 2016). Uygulama fotoğraf düzenleme ve paylaşma amaçlı kuruldu, içerisinde yer alan fotoğraf filtrelerinin de katkısı ile birlikte kısa sürede popüler hale geldi (Bostancı, 2019). Instagram 2011 yılında en iyi uygulama ödülünü almıştır ve aynı sene içerisinde hashtag “#” kullanımına başlamıştır (Bostancı, 2019). Görsel öğelerin ön planda olduğu ve mobil cihazlarda daha yoğun olarak kullanılan uygulamayı 2012 yılında Facebook 1 milyar dolara satın almıştır (Gökşin, 2018).

Sosyal Medya Fenomenleri (Influencer)

İnsanların davranış biçimini etkileyen ya da değiştiren kişi olarak Cambridge Dictionary çevrimiçi sözlükte tanımlanan influencer kavramı, Dictionary çevrimiçi sözlükte de çok sayıda insanları sosyal medya ya da geleneksel medya yolu ile etkileyebilen kişi olarak tanımlanır (Yaylagül, 2017). Marwick ve Boyd (2011) göre ise sosyal medya fenomeni kavramının tanımı; sosyal medya platformlarının kendilerine sunmuş oldukları fırsatlar sayesinde hazırladıkları içerikler ile kullanıcıların ilgisini çeken ve sosyal medya platformlarında bilinirliğini arttıran kişiler şeklindedir.

Sosyal medya üzerinde bilinirliği dolayısı ile de takipçi sayısı artan bireyleri markalar, sosyal medya üzerinden reklam oluşturmak için kullanılmaktadırlar. İşletmeler için pazarlama alanında kritik bir önem taşıyan reklam ve elektronik ağızdan ağıza iletişim (WOM) stratejilerinin uygulanmasında Instagram fenomenlerinin rolleri büyüktür (Kim ve Jeong, 2016). WOM marka farkındalığının sağlanması, markaya olan güvenin artması, tüketicinin satın almaya ikna edilmesi için sosyal medya kanallarında oluşturulan marka ve ürün ile ilgili reklamlardır (Jin ve Phua, 2014). Öte yandan fenomenlerin popülerliğini devam ettirebilmesi fan yönetimi ile sağlanır, bu bağlamda fenomen olma durumu, başkaları tarafından tüketilmek için dikkatli bir şekilde inşa edilmiş olan kendini sunma şekli olarak değerlendirilir (Saritaş, 2018).

Etki alan araştırmaları güvenilir bir kaynaktan ve sevilen bir kaynaktan gelen iletilerin, kişinin tutum ve davranışları üzerinde etkili olacağını ortaya koymuştur, bu bağlamdan bakıldığı zaman etki alan araştırmaları, sosyal medya fenomenleri üzerinden değerlendirilebilir (Peltekoğlu ve Tozlu, 2018). İnsanların davranışlarını

yönlendirme ve etkileme özellikleri olan fenomenler sosyal medya kanallarında sundukları imaj ile ergenler tarafından imrenilen kişiler haline gelebilmektedir. em rol model alınıyor olmalarından hem de ergenleri belirli bir konu, yaşam formu ya da ürün satın alma davranışı konularında yönlendiriyor olmalarından dolayı, fenomenler, ergenlik sürecinde olan gençlerin kimlik oluşum süreçlerinde

Kimlik

Kimlik kavramı farklı disiplinlerde farklı şekiller ile tanımlanır çünkü bu kavram fiziksel, bilişsel ve toplumsal öğeleri yoğun olarak içerdiğinden dolayı, kavram ile ilgili ortak bir noktada buluşulamamaktadır (Atak, 2011). Kimlik ile ilgili olarak Marcia (1993) kimlik statüleri kavramını öneri olarak sunmuştur. Bu kavrama göre içsel yatırım/adanmışlık ve keşif boyutları var olması ya da yok olması durumuna göre kimlik statüleri belirlenir (Marcia, 1993). Bu bağlamda kimlik keşfi ve biçimlendirmesi belli bir statü ile sonlanmaktadır. Kimlik keşfi belli bir statü ile sonlandığı gibi statüler arasında geçiş de olabilir (Ekşi vd., 2013). Marcia (1993) göre kimlik, insanın inançlarının, dürtüsünün ve geçmişinin dinamik olarak örgütlenmesinden oluşur ve kimlik statüleri gelişir. Belirtilen bu statüler ise dağınık kimlik (düşük keşif, düşük bağlanma), başarılı kimlik (yüksek keşif, yüksek bağlanma), ipotekli kimlik (düşük keşif, yüksek bağlanma) ve moratoryum (yüksek keşif, düşük bağlanma) olarak dört ayrı bölüme ayrılmıştır (Ekşi vd., 2013).

Kişilerin sosyal ve psikolojik gelişimi konusu ile ilgili olarak ortaya çıkan tüm yaklaşımlar arasından Erikson'un konu ile alakalı kişilik gelişimi ve kimliği açıkladığı yaklaşımlarından olan Psikososyal Gelişim Kuramı oldukça önemli ve geçerli bir kuram olarak bilinir (Özgüngör, 2009). Erikson (1968) ise kimlik kavramını tanımlarken bilinç ve bilinç-dışı mekanizmalara dikkat çekmektedir ve kimliği açıklarken kimi zaman bir duyguya kimi zaman da psikolojik bir yapıya dikkat çeker. Stryker (1968) kimlik kavramını tanımlarken, kimlik bütün ve benliğin ana unsurudur ve çok sayıda alt kimliklerin toplamıdır, bu alt kimlikler ise dolaylı yoldan ya da doğrudan tecrübe edilir ve birbirini etkiler demiştir. Belli bir kimliğe bürünen kişiler öz kimlikleri ile aslında diğerlerinden farklı olduklarını ortaya çıkarmaya çalışırlar ve bu bağlamda kimlik, kişinin kendinden farklı olanlar ile yaptığı kuramsal savaşların simgesidir (Durmuş, 2006).

Sözen (1999) göre ise kişiliğin aksine kimlik, çok çeşitli olarak bir kişide bulunabilir ve millet, aile, din, sosyal statü, meslek, eğitim gibi kişinin sosyal olarak belirtecilerinden oluşur (Akt., Durmuş, 2006). Kimlik duygusunun toplumsal olarak ve mesleki olarak bileşenleri bulunmaktadır (Deraman, 2008). Kimlik bireylere, meslek seçimi, evlenme gibi çeşitli konularda yol gösterici olur (Schwartz vd., 2011, akt., Morsünbül ve Çok, 2013).

Kimlik Oluşumu

Ergenlik dönemi, kimlik gelişimi zamanı olarak farklı alternatiflerin araştırıldığı ve deneyimlendiği dönem olarak bilinmektedir (Morsünbül ve Çok, 2013). Sağlıklı bir kimlik gelişimi ruh sağlığı için önemli bir yere sahiptir (Suh, 2002). Bu bağlamda denilebilir ki başarılı bir şekilde kimlik oluşumu gerçekleştiren ergenler, daha yüksek düzeyde ruh sağlığına sahiptir (Morsünbül ve Çok, 2013). Kimlik biçimlenmesi başka bir deyişle kimlik oluşumu kavramı, zaman içerisinde kişiliğin çeşitli değişkenlerden etkilenecek şekilde gelişmesi sürecidir (Atak, 2011). Kimlik zaman içerisinde üç farklı şekilde biçimlenmektedir, bunlardan biri keşif/esnek, diğerleri ipotek uyma ve kaçınma olarak adlandırılmıştır (Schwartz, 2005). Keşif/esnek biçimlendirme, bağlanma ve farklı parçaları içeren tutarlı şekilde kimlik oluşturmayı ifade eder. İpotek/uyma ise kimlik biçimlendirme sürecinde başka kişilere uymayı ifade eder. Kaçınma ise kimlik konuları ile ilgilenmemeyi ancak kimlik oluşturmak için güçlü bir arayış içerisinde olmayı ifade eder.

Berzonsky (1992) kimlik konusunda bu kavramları önererek yeni bir yaklaşım ortaya çıkartmıştır ve bu kimlik biçimlendirme sürecinin kavramsal temelini oluşturmuştur ve bu bağlamda bilgi yönelimli olacak şekilde, norm yönelimli olacak şekilde ve kaçınma yönelimli olacak şekilde üç tür kimlik stili önermiştir (Akt., Atak, 2011). Bilgi yönelimli kimlik biçimlendirme sürecinde birey birçok alternatifi dikkate alır, norm yönelimli kimlik biçimlendirme sürecinde birey aile ve toplum beklentilerini dikkate alır ve bir nevi uyma davranışı gösterir, kaçınma yönelimli kimlik biçimlendirme sürecinde ise birey kimlik ile alakalı kararlardan kaçınır (Berzonsky, 1992). Ergenlik dönemi aslında kimlik arama, bağımsızlık kazanma ve kendini ispatlama evresi olarak nitelendirilebilir (Ekşi vd., 2013). Bu evrede sağlıklı şekilde bir kimlik oluşturma süreci yaşayan ergenler genç yetişkinlik dönemlerine daha kolay şekilde adım atarlar (Morsünbül ve Çok, 2013).

Günümüzde medyanın etkisi göz ardı edilemeyecek kadar fazladır. Yeni medya mesajları hayatımızın her yerindedir ve bunlardan kaçmak neredeyse imkânsızdır. Öte yandan hayatımıza giren bu sanallık insanlarda kimlik karmaşasına ve kimlik bunalımına yol açmaktadır (Arslan ve Uysal, 2017, s. 30). Ağ tabanlı medyanın günümüzde gündelik hayatın ayrılmaz, vazgeçilmez bir parçası durumuna gelmiş olması insanların, algılarını, seçimlerini ve davranışlarını etkilemektedir (High ve Solomon, 2010). Günlük hayata bu denli etki eden sosyal medya kişilerin sosyal hayatlarını sürdürdükleri, diğer insanlarla tanıştıkları, sohbet ettikleri bir alandır. Bunun yanında diğer insanları sürekli gözlemedikleri onlar hakkında bir intibaya sahip oldukları ve kendileri ile ilgili intiba bıraktıkları bir alan halindedir bu nedenle sosyal medya kişilerin kimlik oluşumunda ve de kimliğin sunumunda büyük bir yere sahiptir (Özkan, 2014). Öte yandan on zamanlarda sosyal medya mecralarında çok sayıda takipçisi olan sosyal medya kullanıcıları, sosyal medya fenomenleri ya da mikro ünlüler olarak adlandırılmaktadır ve dijitalleşen

dünyanın yeni ürünleri olarak kabul edilmektedirler (Korotina ve Jargalsaikhan, 2016, s. 20). Bu sosyal medya fenomenleri takipçilerinin davranışlarını etkileyecek ve yönlendirecek şekilde paylaşımlarda bulunurlar (Peltekoğlu ve Tozlu, 2018). Bu etkileme ve yönlendirme ile birlikte fenomenlerin kendileri ile ilgili yarattıkları imaj sonucunda, imrenilen kişiler haline gelmesi ve rol model olarak alınması kişilerin özellikle ergenlerin kimlik oluşum süreçlerini de etkileyebilmektedir.

AMAÇ

Günümüzde insanlar enformasyona ulaşmak, bilgi almak, sosyalleşmek, eğlenmek, eğitim, alışveriş gibi hemen hemen her alanda internet teknolojilerinden yararlanırlar. Özellikle sosyal medya platformları gençler arasında sıklıkla kullanılan kanallardır ve gençlerin vazgeçemeyecekleri bir yere sahiptir. Gençler arasında sıklıkla kullanılan sosyal medyayı en genel anlamda, kullanıcılarına bilgi ve düşüncelerini paylaşabilme olanağı sunan karşılıklı iletişim ve etkileşim ortamı yaratan web sitelerine verilen ad şeklinde tanımlayabilmekteyiz (Sayımer, 2008, ss. 123-131, Aktaran, Özdemir, 2019). Dünya çapında iletişimi oldukça kolay hale getiren yeni medya teknolojileri haber, eğitim, sağlık, ticaret, eğlence, alışveriş gibi her şeye internet ile ulaşabilmeyi de mümkün kılıyor. İnternet ve bilgisayar teknolojilerinin bu denli geniş kullanım alanları ile dünya çapında iletişim oldukça kolay hale gelmiştir. Hemen hemen her şey internetle mümkün hale gelmiş ve sosyal medya ağlarının insanları kendine bu denli çekmesiyle yeni bir “sanal dünya” oluşmuştur (Çalışkan ve Mencik, 2015).

Kişilerin sosyal medya aracılığı ile fikirlerini paylaşması, yeni fikirleri ifade edebilmesi, diğer kullanıcılar ile anlık olarak bir duygu, his ya da düşünce üzerine konuşabilmesi, yeni kişilerle tanışabilmesi, fotoğraf ve video paylaşabilmesi, istedikleri imajı oluşturabilmeleri gibi nedenler sosyal medyanın gücünü daha da artırmıştır (Akkaya, 2013). Kitle iletişim araçları her ne kadar hayatımızı oldukça kolaylaştırırsa da beraberinde olumsuzlukları da getirmiştir (Sezer ve Sert). Günümüzde bu denli güçlü bir etki ile iletişim kanallarının önde gelenlerinden olan sosyal medya, birçok bireyin ve sektörün bir biçimde bu mecra ile yakından ilgilenmesini adeta zorunlu kılmıştır (Dağıtmaç, 2015). Özellikle gençler arasında sosyal medyanın bu denli yoğun kullanımı birçok sorunu da beraberinde getirmiştir (Özdemir, 2019). Artık hayatımızın ayrılmaz bir parçası olan medya toplumsal yaşantımızda yeni sosyal değerler, farklı davranış, düşünüş kalıpları, yeni algılayış biçimleri üreterek yeni bir birey ve toplum ortaya çıkarmakta (Karaboğa, 2017).

İnternetin ve sosyal medyanın gelişimi ve genişlemesi ile gerek sosyal hayat gerekse iş hayatında bireylerin eski alışkanlıklarının ve iş görme şekillerinin birçoğu değişikliğe uğramıştır (Dağıtmaç, 2015, s. 33). Bunun yanı sıra sosyal medya kanallarında takipçi sayıları yüksek olan kişiler fenomen olarak adlandırılmaktadır, bu fenomenler kullanıcılar tarafından sürekli olarak takip edildiğinden, paylaşımları düzenli ve anlık olarak izlendiğinden çeşitli markaların veya kurumların ürünlerini tanıtmak, reklam vermek için işbirliği yaptığı kişiler haline gelmiştir (Yaylagül, 2017). Sosyal medya fenomenleri kişilerin davranışlarını etkileyen ve yönlendiren bir güce sahiptir. Yaylagül (2017) gerçekleştirdiği çalışmada sosyal medya kullanımının artması ve fenomenlerin düzenli ve anlık olarak takip edilmesinin, sosyal medya fenomenlerine bağımlı olma durumunu ortaya çıkarttığını belirlemiştir. Fenomenlere bağımlı hale gelmek, önerdiği yaşam tarzlarının benimsenmesi, yönlendirdiği satın alma davranışının uygulanması ve bu kişilerin rol model olarak alınması, taklit edilmesi gibi durumlar kişilerin kimlik oluşum süreçlerinde etkili olabilmektedir.

Kimlik oluşturma süreci ergenler için kimliğini ortaya koyma ve kendini kanıtlama çabasının yoğunlukta olduğu karmaşık ve oldukça zor bir süreçtir (Wires vd., 1994). Bu kimlik gelişimi sürecinde birey kim olduğunu, bedeninde oluşan değişimleri ve bu değişimlerin nedenlerini sorgular (Erikson, 1968). Erikson (1968) göre ergenlik süreci, kişinin gerçek kimliğini keşfetme sürecindeki çabalarıdır der ve gelişim kuramı için sekiz evre tanımlar. Gelişim kuramında ergenlik dönemi için kimlik duygusuna karşı rol karışıklığı dönemidir der ve kimlik duygusunun “Ben kimim?” sorusuna karşı verilen yanıtlarla oluşturulduğunu söyler (Morsünbül ve Çok, 2013). Bu dönem içerisinde olan kişiler “Neyim?”, “Ne olmak istiyorum?”, “Ben kimim?” sorularını kendilerine sık sık sorarlar ve bu sorulara yanıt aramaya başladıkları bir sürece girerler ve bu yanıt aramaya bağlı şekilde yapılan denemeler, ergenlerin kimlik oluşturma süreci içerisindeki çabalarını ortaya çıkartır (Talu, 2020). Ergenlerin bu sorulara cevap arayışları gerçekleşirken onları etkileyen çeşitli öğeler vardır. Ergenin sosyal hayatındaki yaşantısı, ailesi, arkadaşları ve bu kişiler ile olan iletişimi, zamanını harcadığı uğraşlar, içerisinde bulunduğu toplumsal yaşantı, rol model aldığı bireyler gibi özellikler bu kimlik oluşum sürecinde ergeni etkilemektedir. Bu bağlamda ergenlerin kimlik oluşumunda Instagram uygulaması üzerinden düzenli olarak takip ettikleri fenomenlerin etkilerinin araştırılması bu araştırmanın konusudur.

Her dönemde gerçekleşen toplumsal değişimler ile birlikte kimlik gelişimiyle ilgili olan öğeler de değişimi uğramaktadır (Morsünbül ve Çok, 2013). Kimlik gelişimi sürecinde birbirini etkileyen makro ve mikro çevresel etkenler bulunmaktadır, makro düzeyde ekonomi sistem, sosyal politikalar, ideolojiler, demografik değişkenler, fiziksel çevre, sosyal sınıf, ırksal ya da etnik yapı gibi özellikler bulunur, mikro düzeyde ise kişilerarası ilişki, medya, günlük etkileşim, iletişim gibi özellikler yer alır (Adams ve Marshall, 1996, Akt., Morsünbül ve Çok, 2013).

Günümüzde internet teknolojilerinin ve sosyal medya kanallarının hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline gelmesi ile birlikte, ergenlerin kimlik gelişimi süreçlerinde internet teknolojilerinin, sosyal medyanın, internetin etkisi oldukça büyüktür (Morsünbül ve Çok, 2013).

Bu çalışmada ergenlerin kimlik oluşum süreçlerinde bu fenomenlerin etkilerinin araştırılması amaçlanmaktadır. Düzenli olarak takip edilen fenomenler kişilerde bir bağımlılık durumu yaratabilmektedir.

Bu bağlamda kişilerin, özellikle ergenlerin kimlik oluşum süreçleri durumdan etkilenmektedir. Rol model alma, taklit etme, imrenme, fenomenlerin sunduğu yaşam biçimini arzulamaya, fenomenlerin oluşturdukları beden algısı yönünde kendi bedenlerine karşı tutumları ve onlarda gelişen beden algısı, fenomenlerin markalar ile iş birliği içerisinde önerdikleri ürünler ve ergenlerin bu ürünleri algılama şekilleri, satın alma davranışları gibi, fenomenlerin oluşturdukları etkilerin ergenlerin kimlik oluşum süreçlerine ne şekilde etki ettiğinin saptanması bu araştırmanın amacıdır.

ÖNEM

Günümüzde yeni iletişim kanallarından olan internet, modern iletişim sisteminin en büyük destekçisidir. İnternet kullanımı 1970 yıllarında başlamış ve 1990 yıllarına kadar hızla devam etmiştir bu süreç içerisinde yeni internet siteleri, portallar yaygınlaşmış ve kullanıcı sayısı oldukça artmıştır bu yoğun kullanımla 2000’li senelerde sosyal medya işlerlik kazanmış ve her kesimden olan kişileri ilgilendirecek noktalara ulaşmıştır (Vural ve Bat, 2010). İçerisinde bulunduğumuz bu çağın, günlük hayat ve mekan pratikleri algısını ve kavrayışını, İnternet büyük bir ölçüde değiştirmiş / dönüştürmüştür (Babacan, 2016).

Babacan (2016), sosyal medya ile ilgili çalışmaların daha çok, sosyal medya kanallarının kullanımının interaktif etkileşime olanak sağladığı, sosyal medya kanallarında nasıl paylaşımlar yapıldığı ve bu paylaşımları kimlerin ne şekilde gerçekleştirdikleri, sosyal medyanın ne şekilde ve nasıl bir halkla ilişkiler ve reklam aracı olarak kullanıldığı, sosyal medyanın kar amacı gütmeyen, gönüllüğün esas olduğu kurumlar tarafından kullanımın ve benzeri konular etrafında gerçekleştiğini vurgulamaktadır. Yine sosyal medya kullanımına yönelik olarak yapılan bu çalışmaların yanında kimi çalışmalar ise internet teknolojilerinin özellikle de sosyal medya kanallarının günümüzde kişinin sosyal, psikolojik, siyasal, ekonomik ve benzeri birçok alanda kurtuluş reçetesi gibi görülebileceği yönünde yaklaşıma sahiptir (Boyd, 2014, Puddephatt ve Oesterlund, 2012, Rideout, 2012). Babacan (2016) tüm bu çalışmalar ile alakalı olarak aktardığına göre kişinin en çok sosyal medya kullanım karakteristiklerinden olan ‘alternatif bir medya’, ‘özne-özgürlük’, ‘demokrasi kültürü’, ‘psikolojik tatmin’ gibi konular etrafında sosyal medyanın olumlu katkıları işlenmektedir (s., 8).

Sosyal medya bireyin tüm hayatına yukarıda belirtilen başlıklar dâhilinde etki edebilmektedir. Tüm bu etkiler ile birlikte sosyal medya kanalları sürekli olarak kullanımından dolayı beraberinde bağımlılık gibi bir takım sorunları da getirebilmektedir (Yaylagül, 2017). Sosyal medyanın insan hayatına bu denli nüfus etmesi ile birlikte gündelik hayat pratikleri de değişime uğramaktadır. Sosyal medya platformlarının gündelik hayatın bu denli içerisinde olması ile birlikte, bu ağlar bireyin kimlik oluşumuna ve sosyalleşme sürecine etki etmektedir (Tokgöz, 2013). İnsanların özellikle de ergenlerin sosyal medyayı yoğun kullanımlarından doğan bir başka konu ise sosyal medyanın kimlik oluşumu üzerindeki etkileridir.

Tokgöz Bakıroğlu (2013) göre kişilik ve kimlik kavramları birbirlerinden farklı kavramlardır, kimlik toplumsal, kişilik ise bireyseldir. Kişilik bir bireye özgü ola manevi nitelikleri içerir. Kimlik ise bireyin içerisinde bulunduğu toplumun ve toplumsal değerlerin etkileyiciliği ile şekillenen, kişiliğin topluma karşı takındığı yapıyı oluşturur. Bu bağlamda kimlik, toplumsal, ekonomik ve politik baskılar ile şekillenen akışkan bir yapıdır.

Sosyal medya ile birlikte kişi, kendine ilişkin olan bilgileri kullandığı sosyal medya kanalları aracılığı ile sergileyerek, toplumsal bir görünürlük kazanmaktadır. Kişi sosyal medya kanalları aracılığı ile sürekli olarak kim olduğunu sergilemekte ve içerisinde bulunduğu sosyal çevreye, aile ve arkadaşlık ilişkilerine, tüketim alışkanlıklarına dair bilgileri dilediği doğrultuda kurgulayarak görseleliğe dayalı şekilde bir kimlik oluşturma yolunda gitmektedir (Özdemir, 2015). İçerisinde bulunduğumuz çağda kimlikler, tüketim kültürü ekseninde şekillenerek satın alınabilen, hızlı tüketilebilen ve kısa sürede değiştirilebilen sembolik bir görünüm haline gelmiştir (Özdemir, 2015). Günümüzde bireyler sosyal medya kanallarında oluşturduğu profiller ile idealize ettiği kimliği inşa etme imkânı kazanmıştır (Tokgöz, 2013). Kimlik, kişinin toplumsal ve çevresel yapısının şekillendirici etkisiyle oluşur ve iletişim kurdukça, iletişim kurulan çevre genişledikçe ve değiştikçe gelişir, farklılaşır (Tokgöz, 2013). Sosyal medya kanalları sağladığı iletişim imkânları ve sunmuş olduğu süreklilik ile birlikte kişiyi daimi bir kimlik oluşumu sürecine tabii tutar (Tokgöz, 2013). Kişi gündelik hayatındaki kimliğinin yanı sıra onu destekler şekilde toplumsal kimliğini de sosyal medya kanalları aracılığı ile şekillendirmektedir (Özdemir, 2015). Birey sosyal ilişkilerini, aile ve arkadaşlık bağlarını, satın alma davranışlarını, medeni halini, kariyer bilgilerini, eğitim düzeyini, ideolojik görüşlerini ve hatta gittiği yerleri dahi sosyal medya aracılığı ile yeniden yaratıp kurgulayarak yeni bir benlik oluşturmaktadır, bununla birlikte birey, sosyal medya kanalları aracılığı ile gerçekleştirdiği her etkinlik ile yeni bir benlik oluşturmak istemektedir (Özdemir, 2015).

Goffman (1995) göre kişiler tıpkı aktörler gibi çevresinde bulunan insanlardan alkış almak için iyi izlenimler bırakmak isterler ve bu nedenle çeşitli roller gerçekleştirirler, aldıkları geribildirimle de, istenilen bir kimlik oluşturmaya çalışırlar (Rosenfeld vd. 1995'den akt).

Demir, 2002: 11). Başka bir deyiş ile kişiler sahne arkasında kendilerine biçtikleri rolü, sahne karşısında en iyi şekilde sunmak için performans gerçekleştirirler (Goffman, 2014). Bu bağlamda kişiler arzu edilen kimliğe sahip olmak için çabalarlar. Günümüzde sosyal medya kanallarının yoğun kullanımı, bireylerde oluşan ideal algısını (ideal beden, ideal giyim, ideal beslenme) yönetmektedir.

Sosyal medyanın gündelik pratikleri değiştirmesi, kişilerin özellikle de ergenlerin algılarını yönetebilmesi durumu kimlik gelişimi sürecini de doğrudan etkilemektedir. Bu bağlamda gençler arasında yoğun olarak kullanılan bir sosyal medya platformu olan Instagram uygulamasının mikro ünlüler (fenomenler) aracılığı ile bu etkiyi nasıl gerçekleştirdiği bu araştırmada incelenecektir. Elde edilen sonuçlar ergenlerin kimlik gelişiminde fenomen etkilerinin olumlu ya da olumsuz yanlarının saptanması ve konu ile ilgili olarak bir ön bilinç açısından önemlidir. Ergenlik sürecinin çalışma kapsamındaki olumsuz etkisinin saptanması ve iyileştirilmesi, bireylerin sağlıklı ergenlik süreçleri geçirip sağlıklı topluma oluşması açısından araştırma önemli görülmüştür. Yine literatüre bakıldığında konu ile alakası çalışmaların oldukça sınırlı olmasından dolayı bu alanda yapılacak çalışmalara katkı sağlaması açısından araştırma önemli görülmektedir.

KURAMSAL TEMEL

Bu araştırma medya bağımlılığı kuramı ile ilişkilidir. Medya bağımlılığı kuramı Ball-Rokeach ve De Fleur (1976) tarafından geliştirilmiştir ve literatüre girmiştir. Kurama göre insanlar, toplum içerisinde neler olup bittiğini, öğrenme, anlama ve buna göre kendilerine bir yön tayin etmede kitle iletişim araçları vb. bilgi kaynaklarına bağımlıdırlar. Medya bağımlılığı modeli; Kullanımlar ve Doyumlar kuramının, dar anlamda bireyin mental ihtiyaçlarından yola çıkması karşısında, medyaya olan bağımlılıklarda izleyici, medya ve de toplumsal sistemde ortaya çıkan ilişkilerin belirleyiciliği üzerine odaklanmıştır (Severin ve Tankard, 1994: 463, Erdoğan ve Alemdar, 2005: 169, Aktaran, Işık, 2007 s. 60). Bu modele göre kişinin toplumsal ve kişisel ihtiyaçları ile medya sistemleri ve sistemlerin içinde bulunan sosyo-ekonomik ve politik sistemlerin karşılıklı etkileşimi ile medyanın insanlar iletişisinde etkileri vardır (McQuail ve Windahl, 1993, Aktaran, Yaylagül, 2018 s. 85). Buna göre bağımlılık kuramının kullanımlar ve doyumlar kuramının bir sonraki aşaması olduğunu söylemek mümkündür. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına göre bireyler her medyayı belirli motivasyonlar doğrultusunda kullanmaktadır (Yüzüncüyıl, 2019). Medya bağımlılığı kuramında ise bireylerin kitle iletişim araçlarından gelen enformasyona bağımlı olması ve bu durumun yol açacağı sonuçlar incelenmektedir (Ekinci, 2017). Bağımlılık Kuramı; Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımından yanı sıra, dar anlamda bireylerin zihinsel gereksinimlerinden yola çıkarak, kişilerin medyaya olan bağımlılıklarında izleyici, toplumsal sistem ve medya arasında ortaya çıkmış olan ilişkilerin belirleyiciliği konuları üstünde yoğunlaşmıştır (Severin ve Tankard, 1994, Akt., Erdoğan ve Alemdar, 2005). Günümüzde bağımlılığın giderek artması ve kitle iletişim araçlarının hayatımızın vazgeçilmez bir noktasına ulaşması ile bireylerde oluşan bu bağımlılık durumunun yönlendirilmeye çalışılması sorunu artık sık sık gündeme gelmektedir. Burada değinilmesi gereken nokta ise kitle iletişim araçlarının sundukları medyada, haberde olay ve olgulara belli anlamlar yükleyerek biçim vermekte olması ve böylece egemen sınıfın ideolojisini topluma yaymayı hedefleyerek toplumu yönlendirmeye çalışmasıdır (Yaylagül, 2018, s. 94). Medya bağımlılığı kuramının ilkelerine göre bireyler enformasyon almak için sıklıkla kitle iletişim araçlarını kullanmaktadır ve bu sık kullanım ise kitle iletişim araçlarına bir bağımlılık yaratır. Bireyler bilgi almak için kitle iletişim araçlarına bağımlıdırlar. Kitle iletişim kimi zaman güçlü etkilere kimi zaman ise dolaylı ve zayıf etkilere sahiptir. Oluşan medya bağımlılığı kişilerin dünyayı anlama durumunu ve davranışlarını etkilemektedir (Işık, 2007). Kişilerde oluşan bağımlılık davranışları sadece kişinin kendisinde değil toplumsal sistemde de değişimlere yol açar (Işık, 2007). “Medya Bağımlılığı kuramının temel amacı, kitle iletişiminin, neden kimi zaman güçlü ve doğrudan etkilere, kimi zaman ise dolaylı ve daha zayıf etkilere sahip olduğunu açıklamaktır” (Işık, 2007, s., 61). Medya bağımlılığının yarattığı değişim mikrodan makroya olabileceği gibi makrodan mikroya da olabilir yani kişilerin yarattığı değişim sistemi etkileyeceği gibi sistemin değişimi de kişileri etkiler, değiştirir. Temel motivasyonlara bağlı olarak bağımlı bireylerde anlama, yönelim ve oyun bağımlılıkları gelişmektedir. Gelişmemiş ülkeler medya içeriği üreticisi olan gelişmiş ülkelere bağımlıdırlar. Gelişmiş ülkeler medya üretim gücünü ve gelişmemiş ülkelerin kendilerine bağımlı olma durumunu lehlerine kullanmaktadırlar bu da bir takım sorunlara yol açmaktadır (Çiftçi, 2018). Bağımlılık kuramı, mikro düzeyde kişilerin kitle iletişim araçlarını kullanımını ve bu kullanımla kitle iletişim araçlarına olan bağımlılığı ve bu bağımlılık sonucunda meydana gelen sonuçları incelemektedir. Makro düzeyde de dünyada medya içeriği üreticileri ve bunlara bağımlı olan ülkeler ve medya gruplarının incelenmesi ile gelişmiş ülkelerin gelişmemiş ülkelere yarattığı bağımlılığı incelemektedir (Ayhan ve Çavuş, 2014).

Araştırma medya bağımlılığı kuramının temel ilkesi olan bireylerin bilgi almak için kitle iletişim araçlarına bağlı olmaları ilkesi ile ilişkilidir, araştırmada bu bağımlılık durumu ergenlerin instagram fenomenlerini ne şekilde, nasıl takip ettikleri açısından incelenmiştir ve instagram fenomenlerini bağımlılık derecesine kadar takip etmeleri durumunun, ergenlerin kimlik gelişimi üzerinde nasıl bir etkisinin olabileceği tartışılmıştır. Çiftçi'ye göre (2018) sosyal medya kanalları, bilgiye ulaşma ve daha birçok işlev için sıklıkla kullanılmaktadır ve bu uzun süreli ve

yoğun kullanım bağımlılık olgusunu gündeme getirmektedir. Bu yaklaşım temelinde ekolojik bir kuramdır aynı zamanda bu yaklaşım küçük, orta, büyük sistemlerin arasında bağlantılara, ilişkilere ve bu ilişkilerin öğelerine odaklanmaktadır (Işık, 2007). Bu araştırmada Medya Bağımlılığı kuramının mikro düzeyde incelediği, kişilerin sosyal medya araçlarını kullanımları ve bu kullanımlar sonucunda oluşan olumsuz etkiler, instagram uygulamasında fenomen olan kişilerin izlenmesi ele alınarak incelenecek ve elde edilen etkilerin ergenlerin kimlik oluşumundaki rolü saptanmaya çalışılacaktır. Uzun süreli ve yoğun kullanımı olan sosyal medyanın, internetin olumlu etkileri göz ardı edilmeyecek kadar çoktur fakat olumsuz etkilerinin de varlığı oldukça fazladır ve bu yeni teknolojilerin olumlu etkilerine paralel olarak olumsuz etkileri bireyler üzerinde özellikle de ergenler üzerinde oldukça etkilidir (Çukurluöz, 2016: 11). Öte yandan medya sistemi; başkalarının amaçlarına ulaşabilmeleri için ulaşmak zorunda oldukları “bağımlılığa yol açan” bilgi kaynaklarını kontrol altında tutan bir bilgi sistemi olarak görülmektedir (Işık, 2007). Bu bağlamda instagram uygulaması fenomenlerinin markalar ile iş birliği içerisinde oluşturduğu paylaşımları ve bu paylaşımları sürekli olarak izleyen ergenlerin satın alma davranışı, beden algıları, özenilen hayat algıları, rol model aldığı kişilerin bu fenomenler olması ve dolayısı ile değişen bilinçleri de bir sorun olarak görülmektedir. Araştırma kuramın ilkelerinden olan kitle iletişim araçlarının etkileri ilkesi ile de ilişkilidir. Araştırmada kitle iletişim araçlarının etkileri, instagram fenomenleri açısından incelenmiştir. DeFleur ve Ball-Rokeach (1989) göre; kişiler kitle iletişim araçları kullanımında, bireysel anlama, bireysel yönelim, etkileşimli sosyal yönelim, sosyal anlama, bireysel oyun ve sosyal oyun bağımlılık ilişkilerini gerçekleştirirler. Bu bağımlılık durumu çalışmada instagram fenomenlerinin takip edilmesi üzerinden dolaylı olarak incelenecek ve oluşan etkilerin ergenlerin kimlik gelişimindeki rolü araştırılacaktır.

LİTERATÜR TARAMASI

Bu çalışma konusu ile ilişkili çeşitli araştırmalar bulunmaktadır. Bu araştırmalardan ilkinin Özdemir (2016) “Sosyal medyada özçekim akımının kimlik inşasına etkisi” konusunda yapmıştır. Çalışmada çağımızda, kimliğin oluşturan en önemli faktörün tüketim malları olduğuna vurgu yapılarak, tüketim toplumu içerisindeki tüketim kalıplarının ve tüketim mallarının kimlik oluşumuna ne denli etkileri olduğu araştırılmıştır. Araştırmada, tüketim toplumu içerisinde, tüketim mallarının değişmesi ile birlikte kimliklerin de hızlı bir şekilde değiştiğine değinilerek özçekimin bu duruma etkisi incelenmiştir. Özçekim fotoğrafların kullanımının kimlik oluşumuna etkisi ve kimlik sunumu alışkanlıklarını nasıl değiştirdiği, gözetlenme ve sembolik sözsüz iletişim gibi kavramlar ile kimlik oluşumu ile ilgili kuramsal temel yaklaşımlar ele alınarak incelenmiştir.

Araştırmanın ortaya çıkardığı sonuç, sosyal medya kullanarak bireylerin, benliklerine ilişkin bilgileri toplumsal görünüm kazanmak için sergiledikleri olmuştur. Çalışmaya göre bireyler sosyal medya üzerinden görseleliğe dayalı bir kimlik oluşturmada ve sürekli kim olduğunu sergileme, aile, arkadaş, sosyal çevre ve tüketim alışkanlıklarına dair bilgileri sürekli olarak kurgulayarak sergilemektedir. Bu doğrultuda günümüzde oldukça yaygın olan özçekim fotoğraflar kişilerin kimlik oluşumunda önemli bir yer kaplamakta ve kimliğin yeniden oluşumunu sürekli olarak tetiklemede, benlik sunumunu değiştirmektedir.

Bu çalışmanın, araştırmaya katkısı, sosyal medya kullanımının kimlik oluşumuna etkisinin araştırılmasındaki sonuçlar şeklindedir. Her iki çalışmada da sosyal medya kullanımı Instagram örneklemini üzerinden incelenmiştir. Çalışmada instagramda yaygın olan özçekim kullanımının kimlik oluşumuna etkisi saptanırken temel bilgilere yer verilmiş ve kuramsal bir çerçeve çizilmiştir, bu doğrultuda, çalışmanın bu araştırmaya katkısı instagram kullanımının kimlik oluşum sürecine olan etkilerinin farklı perspektiflerden de incelenmesi şeklindedir. Ayrıca çizilen kuramsal temel bu çalışmaya temel bir bakış açısı kazandıracaktır.

Bu çalışma konusu ile ilgili araştırmalardan ikincisini Cesur ve Dil (2018) “Üniversite öğrencilerinin sosyal medya üzerindeki benlik sunumları ve yansımaları” konusunda yapmışlardır. Çalışmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya üzerindeki benlik sunumları ve yansımaları sosyolojik açıdan ele alınarak değerlendirilmiştir. İnternetin icadı ve sosyal medya kullanımının yaygınlık kazanması ile birlikte gelişen teknolojinin sosyal medya üzerindenki dönüşümleri dikkate alınarak benlik sunumu çerçevesinde bir inceleme yapılmıştır. Sosyal medya aracılığı ile iletişimin hızlanmasının yanı sıra benlik sunumu da hızlanmış ve değişime uğramıştır. Bu bağlamda bireyler sosyal medya aracılığı ile sürekli olarak her anlarını paylaşmakta ve benlik sunumu sergilemektedir, böylelikle kimliklerini görünür kılan bireyler, bu kimliklerini kolaylıkla kurgulayarak sürekli olarak yen benlikler yaratmaktadırlar. Çalışma bu açıdan ele alınarak, bireylerin sürekli olarak benliklerini nasıl kurguladıklarını, nasıl sergilediklerini ve sosyal medyaya gündelik yaşam pratiklerinin ve benlik sunumlarının nasıl yansıdığını incelemiştir. Elde edilen sonuçlar dramaturji benlik ve izlenim teorisi temelinde ele alınarak incelenmiştir.

Çalışmanın örneklemini Çankırı Karatekin Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü lisans öğrencilerinden, sosyal medya kullanan kadın ve erkek öğrencileri oluşturmaktadır ve çalışmada veriler Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği ile demografik soruları içeren soru kağıtları kullanılarak toplanmıştır. Çalışmanın sonucunda veriler analiz edildiğinde görülmüştür ki; sosyal medyada benlik sunumunun gerçekleşmesi, gerçek hayatta olduğundan daha farklı şekilde yapılmaktadır. Bireyler sosyal medya aracılığı ile gerçekte olduğundan daha farklı benlikler kurgulamakta ve sunmaktadır.

Çalışmanın bu araştırma ile ilişkisi sosyal medyada benlik sunumunun örneklerini ortaya koyması ve benlik sunumunun, dramaturji ve izlenim teorisi ile ele alarak incelemesidir. Her iki çalışmada da sosyal medyanın benlik

sunumundaki etkileri incelenmiş ve sosyal medya üzerinden benliğin sürekli olarak kurgulanıp yansıtılmasının olumsuzlukları tartışılmıştır.

Bu çalışma konusu ile ilgili araştırmalardan üçüncüsünü Mutluer (2019) “Instagram anneleri örneği ile sosyal medyada benlik sunumu” konusunda gerçekleştirmiştir. Çalışma bireylerin yüz yüze gerçekleştirdikleri kimlik sunumunun önemine değinerek, günümüzde yaşanan teknolojik gelişmelerin bu kimlik sunumu durumunu ne yönde gerçekleştirdiğini incelemiştir. İnternet teknolojilerinin yaygın kullanımı ile kendilerini diğer kişilere sunabilme imkanı bulan birey bu doğrultuda içerisinde bir benlik oluşturma ve benlik sunumu içine girmektedir. Bu durum hem sosyal medyanın kullanım amacında değişiklikler meydana getirmiş hem de kişilerin benlik sunumu davranışlarını etkilemiştir. Çalışmada, kimlik, kimlik türleri ve idealize edilen benlikler ve tüm bu süreçleri etkileyen faktörler eleştirel bir bakış açısı ile incelenerek, instagram annelerinin sosyal medya içerisindeki benlik sunumları değerlendirilmiştir. Çalışma dramaturjik teori ve sosyal medya üzerinden idealize edilen benlik sunumu teorileri ile desteklenerek oluşturulmuştur.

Çalışmanın sonuçlarına göre sosyal ağların bu denli yoğun kullanımı ve kullanımında meydana gelen değişimler ile birlikte kişilerde, sosyal medya üzerinde farklı kimliklere sahip olma ve bir bireyin birden fazla kimliğe sahip olması durumu gelişmiştir. Sosyal ağların kullanımı kimlik oluşturma yolundaki bireylerde çoklu kimlik sorunu, kimlik karmaşası yaratmaktadır. Birey, içerisinde bulunduğu sosyal çevreye göre hemen yeni bir kimlik kurgulayarak o kimliği sunmakta ve sonrasında sahiplendiği o kimliği tüketerek hemen yeni bir kimlik kurgulama yoluna gidebilmektedir. Tüm bunların yanında çalışma ortaya koymaktadır ki bireyler sosyal medya aracılığı ile idealize ettikleri benliklerini, sahip oldukları kimliklerini diğer bireylere farklı şekilde yansıtmakta, kurgulayarak sunmaktadır. Çalışmada sosyal medya içerisinde yeni bir anne kimliği üretildiği sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışmanın bu araştırma ile ilişkisi, benlik oluşumunu eleştirel bir yaklaşımla sosyal medya pratikleri açısından ele alarak incelemesidir. Her iki çalışmada da sosyal medyanın farklı yönlerden kimlik oluşumuna etkileri incelenmektedir.

Bu çalışma konusu ile ilgili araştırmalardan dördüncüsünü Özkök (2019) “Sosyal medya platformlarında sanal kimlikler ve sosyal medya fenomenlerinin sergiledikleri benlik sunumları” konusunda gerçekleştirmiştir. Çalışmada internet teknolojilerinin gelişmesi ile sosyal medya kullanımının toplumsal yapıda gerçekleştirdiği değişimlere, iletişim kurma ve tüketim olguları ele alınarak değinilmiştir. Çalışma sosyal medyada kanaat önderlerinin etkileri ile desteklenerek, kanaat önderlerinin medyadaki etki güçleri açısından ele alınmıştır ve bu doğrultuda sosyal medya fenomenlerinin incelenmesi gerçekleştirilmiştir. Sosyal medya fenomenleri kavramını, kanaat önderleri ekseninde eleştiren çalışmada fenomenlerin uyandırdıkları güven duygusu ve takip ettikleri kişilerce tanınmış kişi olarak anılmalarının üzerinde durmuştur. Çalışmada Türkiye’de en fazla takip edilen 5 sosyal medya fenomeninin bu bağlamlar doğrultusunda 2018 yılı içerisindeki yapmış oldukları Instagram paylaşımları taranmıştır. Çalışmada incelenen 5 Instagram fenomeni paylaşımları benlik sunumu değişkenleri ve benlik sunumu stratejileri doğrultusunda analiz edilmiştir. Yapılan bu içerik analizinden sonra incelenen Instagram fenomenlerini takip ediyor olan 8 kişi ile odak grup görüşmesi yapılmıştır.

Çalışmanın sonuçlarına göre, Instagram fenomenleri, instagram aracılığı ile yaptıkları paylaşımlar ile bir benlik sunumu yolunda ilerlemektedirler. İncelenen fenomenlerin benlik sunum stratejileri yapılan verilerin değerlendirilmesi ile en çok kendini sevdirmeye ve nitelikleri tanıtmaya stratejileri üzerinden ilerlemektedir. Daha sonra sırası ile örnek davranış sergileme, tehdit etme ve kendini acındırma stratejileri doğrultusunda bir benlik sunumu yolunda ilerlemektedirler.

Çalışmanın bu araştırma ile ilişkisi temel olarak benlik sunumu bağlamında instagram fenomenlerinin incelenmesidir. Diğer bir deyişle her iki çalışmada da benlik oluşumu olduğu instagram fenomenleri örnekleme ele alınarak incelenmekte ve değerlendirilmektedir. Her iki çalışmada benlik oluşumu kuramlarına dikkat çekilmiş ve sosyal medyanın etkisi araştırılmıştır.

Bu çalışma konusu ile ilgili araştırmalardan beşincisini Bakan (2019) “Sosyal medya üzerinden kimliklerin sunumu ve Facebook uygulamasını kullananlar üzerine karşılaştırmalı analiz” konusunda gerçekleştirmiştir. Çalışmada birbirinden farklı coğrafi bölgelerde yaşamlarını sürdüren ve Facebook kullanan kişilerin, kültürel farklılıklarını ve kimliklerini Facebook aracılığı ile nasıl temsil ettikleri incelenmiştir. Çalışmaya göre kurulduğu yıldan itibaren hızla gelişen ve sosyal medya denilince ilk akla gelen platform olan Facebook’un farklı kültürel özelliklerde milyonlarca kullanıcısının olması ve bu kullanıcıların platform içerisinde görsel, metinsel, işitsel olarak birçok içeriği kolaylıkla paylaşabilmeleri bağlantılarını sürdürmelerine ve benlik sunumu yapabilmelerine olanak sağlamaktadır. Bu doğrultuda Facebook kullanıcıların farklı kültürleri tanıyabilmesi ve bu kültürleri tanıyarak empati kurabilmeleri ve birbirleri ile anlaşabilmeleri için katkı sağlayan bir uygulamadır ve kültürlerin yakın ve ortak özelliklerini ortaya çıkartmaktadır.

Çalışmanın sonucuna göre katılımcıların etnik kimliğe önem verme oranları, etnik kimlik hayatım önemlidir cevabının cinsiyete göre dağılımı erkeklerde %20 kadınlarda ise % 24 oranındadır. Çalışma nicel araştırma deseni ile sürdürülmüş ve 15 farklı bölgede uygulamayı kullanan 750 kişi ile anket yöntemi uygulaması gerçekleştirilmiştir. Anket ile araştırmaya katılan kişilerin bireysel ve grup yapıları incelenmiş, ağ yapıları betimlenmiş ve tüm bağlantılar modellenmiştir. Çalışmada etnik kimliklerden yola çıkılarak bireysel farklılıkların facebook kullanımı üzerindeki yansımaları incelenmiştir.

Çalışmanın bu araştırma ile ilişkisi sosyal medya aracılığı ile benlik sunumu üzerinde durulmasıdır. Her iki çalışmada da sosyal medyanın farklı platformları örneklem olarak seçilse de, benlik sunumu bağlamında etkileri araştırılmıştır. Çalışma bu araştırma ile ilişkili olarak sosyal medyanın kimlik inşası sürecindeki etkilerine değinmiş ve benlik sunumu üzerinde bir değerlendirme yapılmıştır. Her iki çalışmada da günümüzde benlik oluşumu ve benlik sunumları konularında sosyal medyanın etkisine değinilmiştir.

Bu çalışma konusu ile ilgili araştırmalardan altıncısını Dinçer Durmuş (2006) “Kimlik oluşumunda popüler kültürün etkileri” konusunda gerçekleştirmiştir. Çalışmada örneklem olarak Özgür Kız Nil Karaibrahimgil modeli seçilmiştir. Çalışmada popüler kültürün temel ürünü olan reklamnın, gündelik hayat içerisindeki oluşturduğu ideoloji incelenmiştir. Bu bağlamda reklamı gerçekleştiren ürün ile birlikte ideolojilerin de tüketilmesi ve bu durumun, tüketim araçları ile birlikte bireyi ardından da toplumu belirli bir tutum, davranış ve düşüncelere reklamlar aracılığı ile uyum davranışına ittiğine değinilmiştir. Çalışmada Nil Karaibrahimgil bir popüler kültür ürünü olarak ele alınmış ve reklamlar aracılığı ile onun şahsında oluşan, ortaya çıkan farklı kimlikler incelenmiştir ve bu kimliklerin tutundurmak istedikleri ürün, marka ve düşünce sistemleri analiz edilmiştir.

Çalışmanın sonuçlarına göre Nil Karaibrahimgil reklamları ile birlikte Özgür Kız kimliği izleyicilere aktarılacak istenmiş ve Nil Karaibrahimgil reklamlarında sunulan ürünler elde edilebildiği zaman özgür olunabileceği aşılacak izleyiciler ürünü almaya teşvik edilmişlerdir. Reklamlar kitle kültürünün özelliklerini kullanarak toplumu egemen düşünce etrafında yeniden oluşturmayı, şekillendirmeyi amaçlamaktadırlar. Bu doğrultuda kitle iletişim araçları arasında televizyon, bu güce sahiptir ve iletildiği mesajlar aracılığı ile bireyleri yönlendirir. Özgür kız kimliği etrafında oluşturulan televizyon reklamlarına Nil Karaibrahimgil kullanılarak, izleyiciler onun gibi özgür olamaya sunulan ürünü alabildikleri zaman ulaşabilecekleri vaadi ile yönlendirilmektedir. Bireylerde duygusal boşluk ve eksiklik hissi yaratan reklamlar, ürüne sahip olabilecekleri zaman o eksikliği giderebileceklerini bireyleri inandırır, çalışma kapsamında incelenen Nil Karaibrahimgil reklamları bu sonucu ortaya çıkartmaktadır.

Çalışmanın bu araştırma ile ilişkisi popüler kültürü ele alarak kimlik oluşumuna etkisinin incelenmesidir. Her iki çalışmada da kimlik oluşumu kuramları üzerinde durularak, popüler kültürün, kitle iletişim araçları aracılığı ile kimlik oluşumunu nasıl etkilediği üzerinde durulmuştur.

Bu çalışma konusu ile ilgili araştırmalardan yedincisini Özdemir (2019) “Kimlik inşası ve benlik sunumunun dijitalleşen iletişim ortamlarında incelenmesi” konusunda gerçekleştirmiştir. Çalışmada kimlik inşası ve benlik sunumu olgularının incelenmesi için İletişim Fakültesi öğrencileri örneklem olarak seçilmiştir. Çalışma nicel araştırma deseni olarak gerçekleştirilmiştir ve anket yöntemi uygulanmıştır. Çalışmada insanların toplumsal ve bireysel olarak tüm ilişki boyunlarına, dijitalleşen iletişim teknolojileri ekseninde etkilerine ve değişimlerine değinilmiştir. İnternet teknolojilerinin mobilleşmesi ile sürekli olarak kullanılabilir hale gelmesi ve insan hayatının her anını kapsamamasının bireylerin kimlik oluşum süreçlerine ve benlik sunumlarına olan etkilerine çalışmada yer verilmiştir. Çalışmada özellikle gençlerin benlik sunumları incelenerek sanal dünyada gençlerin benlik sunumlarının ne şekilde farklılaştığı, gençlerin benlik sunumlarını hangi boyutta gerçekleştirdikleri saptanmaya çalışılmıştır. Çalışmada davranış örüntüsü bağlamında sanal kimlik ve gerçek kimlik arasındaki bağlantı ele alınmıştır.

Çalışmanın sonuçlarına göre gelişen internet teknolojiler ve internetin mobilleşmesi ile insan hayatının her anında kullanılması durumu bireylerin kimlik oluşum süreçlerini ve benlik sunumlarının değıştiği ortaya konulmuştur. Çalışma sonuçlarına göre kişilerin, kişilikleri ve benlik sunumları gerçek dünyadan ayrı olarak sanal platformlarda farklılaştığı ortaya konulmuştur. Çalışmada üniversite öğrencilerinin kimlik sunumu kapsamında, tutumlarının, davranışlarının ve gerçekleştirdikleri kimlik oluşumunun sosyal medya platformlarında sanal kimlikler ile gerçek kimlikleri arasındaki fark olduğu saptanmıştır ve değerlendirilmiştir. Çalışma sonuçlarına göre kişilerin gerçek kimliklerinden ayrı olarak sanal kimliklerinde daha farklı bir benlik sunumu yolunda ilerledikleri gözlemlenmiştir. Çalışmanın bu araştırma ile ilişkisi kitle iletişim araçları aracılığı ile kişilerin benlik oluşumunda ve benlik sunumlarındaki ilişkinin araştırılması açısından benzerlik olmasıdır. Her iki araştırmada da benlik oluşumu kitle iletişim araçları evreni kapsamında incelenmiştir.

Bu çalışma konusu ile ilgili araştırmalardan sekizincisini Ekşi vd. (2013) “Facebook üzerindeki ergenlerin kimlik oluşumunun incelenmesi” konusunda gerçekleştirmişlerdir. Çalışmada ergenlerin Facebook platformunu kullanımları, algılayışları, Facebook’un ergenlerin aile hayatına, arkadaşlık ilişkilerine, ikili ilişkilerine etkileri ergenlik kuramları kapsamında incelenmiştir. Çalışmada ergenlerin kimlik oluşumunda Facebook’un etkileri saptanmıştır. Facebook kurulduğu yıldan itibaren sosyal medya platformları arasında en popüler ağlardan birisi olmaktadır. Bu durum Facebook’un yeni arkadaşlıklar kurulmasında, evlilik kararı alınmasında, toplumsal ve politik örgütlenmelerin gerçekleşmesindeki etkilerin oluşmasına olanak sağlamaktadır. Sürekli olarak kullanılan ve anlık olarak paylaşımlar gerçekleşmesini sağlayan facebook bu etkisi ile kişilerin hayatında önemli bir yere sahiptir ve benliklerine etki etmektedir. Çalışma Facebook’un ergenlerde kimlik oluşumuna etkilerini, facebook kullanan 15-16 yaş arasında olan 12 öğrenci ile derinlemesine görüşme yöntemi kullanarak saptamaktadır.

Çalışmanın sonuçlarına göre ergenler Facebook’u daha çok eğlence amaçlı tercih etmektedir ve ergenler cep telefonu ve bilgisayar kullanarak uygulamaya günde en az 1 defa girmektedirler. Çalışma sonuçlarına göre ergenler Facebook ile yakın çevresi aracılığı ile tanışmıştır ve kullanımları sebebi ile aileleri ile sıkıntılar yaşamaktadırlar.

Ergenler Facebook'un yalnızlıklarını azaltmadığı düşünmektedirler ve Facebook'u arkadaşlık ilişkileri için güvenilir bulmamaktadırlar ancak daha yakın arkadaşlık ilişkileri kurmalarını sağladığını düşünmektedirler. Çalışma sonuçlarına göre ergenlerin bir kısmı henüz bir kimlik seçimi gerçekleştirmemiştir.

Çalışmanın bu araştırma ile ilişkisi ergenlerin kimlik oluşum sürecinde bir sosyal medya platformunun etkilenin araştırılması şeklindedir. Her iki çalışmada da ergenlerin kimlik oluşum süreçleri incelenmekte ve bu süreçte sosyal medyanın etkileri araştırılmaktadır. Her iki çalışmada da ergenlerin kimlik oluşum süreçlerindeki sosyal medya kullanımı incelenmektedir.

Bu çalışma konusu ile ilgili araştırmalardan dokuzuncusunu Bulat (2020) "Hande Erçel, Şeyma Subaşı ve Hadise örneği ile ünlü kadınların instagramdaki benlik sunumları" konusunda gerçekleştirmiştir. Çalışmaya göre gelişen teknoloji ile birlikte tüm alanlarda dijital dönüşümler meydana gelmiştir. Bu dönüşüm bireylerin gündelik hayatını da derinden etkilemiş ve dönüştürmüştür. Dijital dönüşümlerin bu denli gerçekleşmesi dijital kültürü ortaya çıkartmıştır ve bu kültür ile birlikte soyut ve akışkan dijital benlikler inşa edilmeye başlanmıştır. Çalışmada 2019 yılı içerisinde Türkiye'de fazla takipçisi bulunan kadın ünlülerin benlik sunumları incelenmiştir. Araştırmada örneklem seçilirken, bu kadın ünlülerin farklı meslek gruplarından olmalarına özen gösterilmiştir. Bu bağlamda seçilen kadın ünlülerin Instagram paylaşımları incelenerek, içerik analizi yöntemi ile benlik sunumları incelenmiştir.

Çalışmanın sonuçlarına göre incelenen ünlülerin benlik sunumlarında kullandıkları strateji şu şekildedir; Hadise, mesafeli, karanlık, seksi, soğuk, güçlü, zengin, gizemli kodlarını kullanarak gizem yaratma benlik sunumu ile tehdit etme benlik sunumu stratejisini kullanmaktadır. Hande Erçel, kariyer yapma, ürün ve hizmet pazarlama, kariyer odaklı reklam yapma benlik sunumu kodlarını kullanarak, kitleleri yönlendirme benlik sunumu ile reklam yapma benlik sunumu stratejilerini yoğun olarak kullanmaktadır. Şeyma Subaşı, eğlenme, turistik gezi, huzurlu anlar, bilişsel ve duygusal özellikler kodlarını kullanarak, ifade denetiminin elde tutulması benlik stratejisi ile kendini sevdirmeye benlik stratejisini yoğun olarak uygulamaktadır.

Çalışmanın bu araştırma ile ilişkisi benlik sunumunda instagram fenomenlerinin incelenmesi şeklindedir. Her iki çalışmada da farklı açılardan olsa da Instagram fenomenleri örneklem olarak seçilerek benlik oluşumu ve benlik sunumu bağlamında ele alınmıştır. Çalışma kimlik oluşumu temellerine değinmesi ve Instagram fenomenlerinin benlik sunumlarının incelenmesi açısından bu çalışma ile Instagram fenomenlerinin benlik oluşumuna etkilerinin olduğunun saptanması açısından ilişkilidir.

Bu çalışma konusu ile ilgili araştırmalardan onuncusunu Sarızeybek (2017) "Sosyal medyada kimlik inşası ve düşman imgesi" konusunda gerçekleştirmiştir. Çalışmada düşman yaratmak olarak ifade edilen kimlik inşası süreci ele alınarak, sosyal medya platformlarında bu durumun yansımaları incelenmiştir. Çalışma evrenini Facebook kullanıcıları oluşturmaktadır. Çalışmada örneklem olarak seçilen kullanıcıların, kendileri ile aynı görüşü paylaşmayan veya kendilerinden saymadıkları, kendilerinin karşıtı olarak gördükleri sanal düşman olarak değerlendirdikleri imgelere ilişkin olan paylaşımları incelenmiştir. Çalışmada bu bağlamda özellikle kadının toplum içerisinde hangi görevlere tabii tutulduğuna dair düşmanca bir dil ile paylaşım yapan sayfalar incelenmiştir. Çalışmada tüm verilerin söylem analizi gerçekleştirilmiştir. Çalışmada düşman sahibi olmak, sadece kimliğin tanımlanması değil, bunun yanı sıra kişinin kendi değer sistemini ölçebilmesi ve kendi değer sisteminin sergilemesi açısından önemlidir görüşünden yola çıkılarak düşman inşası benlik oluşumu çerçevesinde incelenmiştir. Sosyal medyanın kullanımının artması ile birlikte, sosyal medyada benlik sunumu da değişime uğramıştır. Kişiler sosyal medyada paylaşım yaparken yeni dijital karakterler yaratırlar ve bir dijital cesarete sahip olurlar. Bu dijital cesaret kullanıcıların sosyal medyadaki söylemlerin etkilemekte ve benlik sunumlarını daha cesur olarak sergileme imkanını kazandırmaktadır.

Çalışma sonuçlarına göre sosyal medya, sanal topluluklar tarafından kabul görme ve sosyal kimlik oluşturma noktasında düşman belirleme durumuna, destekler nitelikte etki etmektedir. Düşman kullanıcıların normlarını normalleştirme ve meşru kılma yolu olmuştur ve sosyal medyanın buna etkisi büyüktür. Çalışmaya göre özellikle kadın konusunda düşmanca söylemler oldukça fazladır.

Çalışmanın bu araştırma ile ilişkisi sosyal medyanın, kimlik oluşumu üzerindeki etkilerinin farklı bir noktadan da olsa ele alınması şeklindedir. Çalışma sosyal medyanın kimlik oluşumunda etkisi olduğunu kanıtlar nitelikte olduğundan bu araştırmayla ilişkilidir.

Literatürde bu araştırma konusu ile ilişkili olarak incelenen makalelerde görüldüğü üzere genel olarak araştırmalarda sosyal medyanın kimlik oluşumunda etkisinin olduğu ortaya çıkmaktadır. İncelenen tüm çalışmalarda gelişen teknolojinin hayatın her alanında yer alması ile birlikte bireylerin akabinde toplumların dönüşümünde etkisi olduğuna değinilmiştir. Bu doğrultuda iletişim teknolojilerinin özellikle de Instagram ve Facebook gibi sosyal medya kanallarının bireyler üzerinde özellikle de gençler üzerindeki etkiler ortaya çıkmaktadır. İncelenen çalışmalarda görüldüğü üzere kimlik oluşum süreci ergenlerin temel görevidir. Ergenler bu görevi gerçekleştirerek yetişkinlik yolunda ilk adımlarını atarken makro ve mikro düzeyde faktörlerden etkilenmektedirler. Mikro düzeyde ele alınan ergenlerin kimlik oluşumlarında internetin etkisi, tüm çalışmalarda örneklemi değişkenlik gösteren sosyal medya platformları üzerinden incelenmiştir. Tüm çalışmalarda görüldüğü üzere bireyler özellikle de gençler kimlik oluşum süreçlerinde ve benlik sunumlarında sosyal medya araçlarının yönlendirmesinden etkilenmektedir. Popüler kültür içerisinde her şeyin çok çabuk tüketildiği gibi kimlik olgusu

da ergenler tarafından hızlıca kurgulanmakta, tüketilmekte ve hemen bir yenisi kurgulanmaktadır. Sosyal medya içerisinde bu doğrultuda bir benlik sunum gerçekleştiren bireyler kimlik bunalımı ve kimlik karmaşası sorunları yaşayabilirler. Gerçek kimliğini bulamayan ergenler başarılı bir şekilde kimlik sentezi gerçekleştiremedikleri için ruhsal sorunlar da yaşayabilmektedir. İncelenen çalışmalardan fenomenlerin kimlik sunumları konulu ve ünlü kadınların instagramdaki benlik sunumları konulu çalışmalar ele alındığında, sosyal medya içerisinde tanınmış kişi olarak anılan ve ergenlerin sıklıkla takip ettiği ve bu yoğun takip rol model olarak alabileceği kişilerin kimlik sunumlarında sergiledikleri stratejiler, kişilerin popüler kültürün bir ürünü olduklarını ortaya koyar niteliktedir. Bu araştırma kapsamında Instagram fenomenlerinin ergenlerin kimlik oluşumuna etkisinin incelenmesinde, fenomenlerin ve ünlü kişilerin bu bağlamda incelenmesinin araştırmaya katkısının olacağı düşünülmektedir.

YÖNTEM

Tüm araştırma yöntemleri bilimsel bir düşüncenin sonucu olarak görülmelidir (Kaptanoğlu, 2013). Bu araştırmada yöntem olarak nitel yöntem kullanılmıştır. Nitel araştırma deseni, kişilerin yaşam şekillerini, davranış şekillerini, örgütsel yapılarını, öykülerini ve toplumsal değişimi anlamaya yönelik olan bilgi üretme süreçlerinden birisidir (Strauss ve Corbin, 1990). Nitel araştırma deseninde, bilgiye ulaşmak için tümevarım yöntemini kullanılır (Glaser ve Strauss, 1967). Nitel araştırma yöntemi, sosyal gerçekliğin açıklanması ve betimlenmesi sürecinde oldukça önemlidir ve bu öneminin akademik çevreler tarafından itibar görmeye başlaması ile alanda yapılan çalışmaların sayısı artmıştır (Özdemir, 2011). Nitel araştırma yöntemi, görüşme, gözlem, doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemleri kullanılarak gerçekleştirilen, olayların ve algıların doğal ortamlarında, bütüncül ve gerçekçi olarak ortaya konulması için yürütülen bir sürecin gerçekleştiği araştırma türüdür (Aydın, 2018). Bu nedenledir ki ergenlerin kimlik oluşumunda Instagram fenomenlerinin etkileri konulu bu araştırmanın nitel yöntem kullanılarak yapılması uygundur.

Problem cümlesi

Ergenlerin kimlik oluşumunda Instagram fenomenlerinin etkileri nedir?

Alt problem cümleleri

Ergenler, Reynman ya da Danla Bilic'i rol model olarak alıyorlar mı?

Ergenlerin aile arkadaşlık ve ikili ilişkiler hakkındaki algılarını bu fenomenler etkiliyor mu?

Fenomenler, ergenlerin sosyal hayat pratiklerini etkiliyor mu?

Fenomenler, ergenlerin tüketim alışkanlıklarını etkiliyor mu?

Fenomenler, ergenlerin beden algılarını etkiliyor mu?

Araştırma modeli

Nitel araştırma deseni, araştırmacının katılımcı rolünde olması, bütüncül yaklaşımda olması, doğal ortama karşı duyarlı olması, esnek olması ve algıların ortaya çıkmasını sağlaması bakımından önemlidir (Çokluk vd., (2011). Bu araştırmanın amacı ergenlerin kimlik oluşumunda instagram fenomenlerinin etkilerinin araştırılması olduğundan araştırma modeli nitel model olarak belirlenmiştir.

Evren

Araştırma evreni bilgi sağlamak üzere, üzerinde gözlem yapılacak olan birimler ya da bilgi kaynaklarıdır (Güven, 2006, s. 30). Bu araştırmanın evreni Instagram uygulaması fenomeni olan Danla Bilic ve Reynman takipçileridir.

Örneklem

Bu araştırma örneklemini, olasılığa dayalı olmayan amaçlı örneklem şeklinde belirlenmiştir ve katılımcılar seçilirken şu kriterler aranmıştır; en az bir yıldır Instagram kullananlar, haftada en az beş gün Instagram kullananlar, belirtilen en az bir Instagram fenomenini (Danla Bilic ve Reynman) takip edenler ve 16-17 yaş arasında olan 5 genç olarak belirlenmiştir.

Veri toplama aracı

Çalışmada veri toplama aracı olarak derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır. Örnekleme sorulmak üzere hazırlanan 16 soru, tanıtıcı soru tipi, sondaj soru tipi, takip soru tipi ve özelleştirilmiş soru tipi şeklinde hazırlanmıştır. Araştırmada derinlemesine görüşme tekniği için yarı yapılandırılmış model tercih edilmiştir ve standartlaştırılmış açık uçlu sorular sorulmuştur. Katılımcılar ile yüz yüze görüşülerek, verilen cevaplar hem ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmış hem de araştırmacı tarafından not alınarak veriler toplanmıştır.

Veri analizi

Araştırmada, elde edilen verilerin analizleri içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Görüşme esnasında kayıt edilen cevaplar ve alınan notlar incelenerek, katılımcı cevapları kategorize edilmiştir. Instagram fenomenlerinin

katılımcılar üzerindeki etki düzeyi, kategorilere ayrılarak, bu davranışını etkiliyor ya da etkilemiyor şeklinde kodlanmıştır ve tablolaştırılarak yorumlanmıştır.

Varsayımlar

1. İnternet teknolojilerinin yoğun kullanımı bireyleri her alanda bir değişim yoluna götürmüştür.
2. Sosyal medya platformlarının kullanımı özellikler ergenlerin algılarını değiştirmekte ve kimlik oluşumlarını etkilemektedir.
3. Instagram fenomenlerini takip eden ergenler, fenomenlerin yönlendirdiği şekilde değişim yoluna girmekte ve rol model olarak takipçisi oldukları fenomenleri almaktadırlar bu durum ergenlerin kimlik oluşum süreçlerini etkilemektedir.

Sınırlılıklar

Çalışma, örneklem grubu olarak seçilen en az bir yıldır Instagram kullanan, haftada en az beş gün Instagram kullanan, belirtilen en az bir Instagram fenomenini (Danla Biliç ve Reynman) takip eden, 16-17 yaş arasında olan 5 ergen ile sınırlandırılmıştır. Çalışma 10.09.2020 – 01.01.2021 tarihleri ile sınırlandırılmıştır.

Tanımlar

Bu çalışmanın önemli olan tanımların açıklaması aşağıdaki gibidir:

Kimlik: Bir insanın kim olduğunu belirten, insana özgü olan belirtiler, nitelikler, özellikler ile kişinin belli bir kimse olmasını sağlayan koşullar ve kişinin, kişiliğine ilişkin özelliklerin tümü kimlik içerisinde yer alır.

Kimlik Oluşumu: Kişilerin yalnızca kendilerine özgü olan tutumlarını, algılarını, duygularını, değer ve davranışlarını kapsayan, kazanılmasında toplumun bakış açısının, değerlerinin ve kurallarının da etkili olduğu, kişinin kendisi hakkındaki görüşüdür.

Ergen: Çocukluk ile yetişkinlik dönemi arasında olan ve cinsel, toplumsal, fiziksel geçiş döneminde olan kişidir.

Bulgular ve Yorum

Araştırma bulgularına Instagram fenomenlerinin, ergenlerin kimlik oluşumu üzerindeki etkilerinin incelenmesi açısından bakıldığında;

“Ergenler, Reynman ya da Danla Biliç’i rol model olarak alıyorlar mı?” Alt problem sorusu açısından değerlendirildiğinde, yapılan derinlemesine görüşmeler incelendiğinde elde edilen veriler Tablo 1’de verilmiştir. Katılımcı görüşleri araştırmada “Katılımcı Görüşleri” başlığı altında değiştirilmeden aynen aktarılmıştır.

Tablo 1: Ergenlerin Instagram fenomenlerini rol model alma durumları

Katılımcılar	Katılımcı Görüşleri	Elde Edilen Sonuç
G.Y- 17	‘Hayatlarını yapmacık buluyorum. Çok toz pembe yaşıyorlar.’	Rol model almıyor.
M.S- 16	‘Sempatik ve iyi insanlar, statüleri yüksek ve rahat bir hayatları var.’	Rol model alıyor.
Z.A- 16	‘Dış görünüşleri ve hayatları çok güzel.’	Rol model alıyor.
N.Ş - 17	‘İyi hayatları var, hep mutlular.’	Rol model alıyor.
B.A - 16	‘Güzeller ve çok mutlular, hayatları iyi’	Rol model alıyor.

Elde edilen veriler incelendiğinde katılımcılardan dördü, örnekleme dâhil edilen instagram fenomenleri Danla Biliç ve Reynman’ın hayatlarını ilgi çekici bulduğunu, yaşamlarının ve dış görünüşlerinin güzel olduğunu söylemişlerdir ve bu fenomenleri rol model aldıklarını belirtmişlerdir. Katılımcılardan biri, belirtilen instagram fenomenlerinin hayatlarının yapmacık olduğunu, hayatı ciddiye almadıklarını belirterek rol model olarak almadığını söylemiştir.

“Ergenlerin aile arkadaşlık ve ikili ilişkiler hakkındaki algılarını fenomenler etkiliyor mu?” alt problemi çerçevesinde elde edilen veriler değerlendirildiğinde sonuçlar kodlanarak Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2: Fenomenlerin, ergenlerin aile ve arkadaşlık ilişkilerini etkileme biçimleri

Katılımcılar	Katılımcı Görüşleri	Elde Edilen Sonuçlar
G.Y - 17	‘Beni direkt olarak etkilemiyor ama çevremdeki çok arkadaşımı etkiliyor o yüzden ben de etkileniyorum.’	Etkiliyor.
M.S - 16	‘Evet onların yaptığı etkinlikleri yapmak istiyorum, ailemle de bu nedenle bazen tartışıyoruz.’	Etkiliyor.
Z.A - 16	‘Evet hayatlarında mutlular bazen ben de öyle olmak istiyorum özellikle onlar gibi gezmek istiyorum.’	Etkiliyor.
N.Ş - 17	‘Çok güzeller ve geziyorlar sürekli ben de gezmek sorumluluk almak istemiyorum, öyle giyinip dolaşmak istiyorum sorunlar oluşuyor.’	Etkiliyor.
B.A - 16	‘Özellikle özgür olmaları ve hayat kaygısı yaşamadıkları için bazen kendi hayatıma bakıp sinirleniyorum.’	Etkiliyor.

Konuya ilişkin üç adet açık uçlu soru sorulmuştur ve alınan cevapların bir kısmı Tablo 2’de katılımcı görüşleri bölümünde aktarılmıştır. Elde edilen veriler değerlendirildiğinde, katılımcıların, takip ettikleri ve örnekleme dâhil olan Danla biliç ve Reynman’ın hayat pratiklerini kendi hayatlarına uyarlama çalıştığı saptanmıştır. Takip edilen fenomenlerin ‘zengin’ bir hayat yaşamaları, yaşamları için kaygı duymamaları katılımcıları etkilemektedir. Bu bağlamda katılımcılar takip edilen fenomenler gibi giyinmek, gezmek, zengin bir hayat yaşamak istemektedirler ve bu durum katılımcıların aile ve arkadaşlık ilişkilerini etkilemektedir. Öte yandan katılımcılar ile yapılan görüşmeler neticesinde elde edilmiştir ki, katılımcılar meslek seçimlerinde takip ettikleri fenomenlerin etkisi altında kalmaktadır. Duruma örnek olarak katılımcılardan M.S – 16 aktardığına göre ‘‘Reynman gibi bir hayatım olsun isterim, mutlu yaşıyor kolaylıkla para kazanıyor, tabiki emek yok demiyorum çok emek harcıyorlar ama güzel yollardan para kazanıyorlar ben de ileride oyunculuk yapmak isterim ya da ünlü bir güzellik merkezi açarak para kazanmak isterim’’ görüşü ve diğer katılımcıların görüşleri de değerlendirildiğinde, katılımcılar günümüz toplumunda, fenomenlerin hayatlarını takip ederek ileride hayatlarını sürdürmek için kolay ve eğlenceli meslekler tercih etmektedir ve tercih ettiği meslekler göz önünde olmak, ünlü olmak düşünceleri doğrultusunda seçilmektedir.

‘‘Fenomenler, ergenlerin sosyal hayat pratiklerini etkiliyor mu?’’ alt problemi doğrultusunda katılımcılara üç adet soru sorulmuştur ve elde edilen veriler incelendiğinde, sonuçlar Tablo 3’de aktarılmıştır.

Tablo 3: Fenomenlerin ergenlerin sosyal hayat pratiklerini etkileme durumları

Katılımcılar	Katılımcı Görüşleri	Elde Edilen Sonuçlar
G.Y - 17	‘Ben yaptıkları etkinlikleri zaten daha önce yapmış oluyorum. Kendi bildiğim ya da bulduğum oyunlar daha eğlenceli.’	Etkilemiyor.
M.S - 16	‘Eğlenceli etkinlikler yapıyorlar sosyal hayatları çok renkli ben de aynı etkinlikleri yapmak için bazen çaba harcıyorum.’	Etkiliyor.
Z.A - 16	‘Hayatlarının eğlenceli olduğunu düşünüyorum her açıdan, benimde öyle olsun isterdim.’	Etkiliyor.
N.Ş - 17	‘Eğleniyorlar ve mutlular, ben de isterdim.’	Etkiliyor.
B.A - 16	Hayatlarını seviyorum ama yaptıkları şeyleri ben yapmıyorum. Farklı bir hayatım var yapamam.	Etkilemiyor.

Fenomenlerin, ergenlerin sosyal hayatını etkileme durumlarının saptanması çerçevesinde katılımcılara sorulan üç soru açık uçlu ve takip modelinde sorulardı. Elde edilen verilere göre katılımcılar, fenomenlerin sosyal hayatını sürekli olarak takip etmekte ve yaşadıkları hayata, sosyal hayat pratiklerine imrenmektedir. Ergenlerin beğenisini kazanan bu hayat pratiklerini katılımcılardan üçü kendi hayatına yansıtmak için çaba harcamaktadır. Katılımcılardan diğer ikisi yine belirtilen fenomenlerin sosyal hayatlarına imrense de, kendi hayatlarında o pratikleri yerine getiremeyeceğini düşünmektedir.

‘‘Fenomenler, ergenlerin tüketim alışkanlıklarını etkiliyor mu?’’ alt problemi çerçevesinde elde edilen veriler değerlendirilerek Tablo 4’de verilmiştir.

Tablo 4: Fenomenlerin, ergenlerin tüketim alışkanlıklarını etkileme durumu

Katılımcılar	Katılımcı Görüşleri	Elde Edilen Sonuçlar
G.Y - 17	‘Kullanıp beğendiklerini söyledikleri için güven algısı oluyor ama çok yanıldım bu konuda artık hemen almıyorum, araştırıyorum’	Etkiliyor
M.S - 16	‘Bazen çok etkili ürünler öneriyorlar, sadece Danla’nın kozmetik ürünlerine güvenip alıyorum, diğer ürünleri reklam için alıyor pek güzel olmuyorlar.’	Etkiliyor
Z.A - 16	‘Daha önce önerdikleri ürünleri aldım, beğendiğim de oldu beğenmediğimde. Artık önermeler bile iyice araştırıyorum.’	Etkiliyor
N.Ş - 17	‘Her ürünü hemen almıyorum ama çok övdükleri ürünlere güveniyorum. Bazıları iyi oluyor ancak iyice araştırıyorum.’	Etkiliyor
B.A - 16	Önerdikleri ürünleri alıyorum ama hemen değil önce araştırıyorum.	Etkiliyor

Elde edilen veriler değerlendirildiğinde görülüyor ki, katılımcıların hepsi fenomenlerin önerdikleri ürünleri bir ihtiyaç olarak görmektedirler ve satın almak için katılımcıların dördü araştırma yaparken biri direkt olarak satın almaktadır. Katılımcılardan satın alma davranışında bulunmadan önce takip edilen fenomenlerin (Danla Biliç ve Reynman) önerdikleri ürünleri araştıran dördü, daha önceden bu satın alma davranışını fenomenin önerisi ile direkt olarak, araştırma yapmadan almış ve üründen memnun kalmadığı için artık araştırma yapma yolunu seçmişlerdir. Yine elde edilen veriler değerlendirildiğinde ergenlerin satın alma davranışları, tüketim pratikleri fenomenlerin önerileri doğrultusunda değişiklik göstermektedir. Bir ürüne veya hizmete Danla Biliç ve Reynman önerisi sonrası ihtiyaç duyan katılımcılar, ürünü veya hizmeti satın almaya yönelik davranış içerisine girmektedir. Araştırma bulguları değerlendirildiğinde görülüyor ki, takip edilen fenomenler, reklamını yaptığı ürün ve hizmetin satın alınması, tercih edilmesi yolunda ergenleri etkilemekte ve yönlendirmektedir. ‘‘Fenomenler, ergenlerin beden algılarını etkiliyor mu?’’ alt problemi çerçevesinde değerlendirilen veriler Tablo 5’de verilmiştir.

Tablo 5: Fenomenlerin, ergenlerin beden algısını etkileme durumu

Katılımcılar	Katılımcı Görüşleri	Elde Edilen Sonuçlar
G.Y - 17	‘Tabi ki iyi vücutları var, sağlıklılar aynı zamanda, sadece zayıflar diye değil tamam güzel ama şişman birçok ünlü de var onlar da çok güzel.’	Etkilemiyor
M.S - 16	‘Çok beğeniyorum, takip ediyorum sadece Danla ve Reynman değil hepsinin vücudu çok iyi, ben de diyet yapıyorum ama öyle olamadım hiç.’	Etkiliyor
Z.A - 16	‘Bedenlerini beğeniyorum, fotoğrafları ve videoları çok iyi benim de öyle fotoğraflarım olsun isterdim.’	Etkiliyor.
N.Ş - 17	‘Bedenleri harika zaten bunun için bir şey demeye gerek yok isterdim.’	Etkiliyor.
B.A - 16	‘Estetikli olsalar da çok güzeller ben de öyle görünmek isterdim.’	Etkiliyor.

Takip edilen fenomenlerin (Danla Biliç ve Reynman), ergenlerin beden algılarının etkilerinin saptanması adına katılımcılara üç adet açık uçlu soru sorulmuştur. Elde edilen veriler değerlendirildiğinde katılımcıların fenomen Danla Biliç ve Reynman’ın beden sunumlarından etkilendiği saptanmıştır. Katılımcılarla yapılan görüşmeler sonucu elde edilen verilere göre katılımcıların tamamı ileride estetik yaptırmak istemektedir ve yine katılımcıların tamamı zayıf bir vücuda sahip olabilmek için bir dönem birer kez de olsa diyet yapmışlardır. Ergenlerin beden algıları, takip ettikleri fenomenlerin beden sunumlarından etkilenmektedir ve ergenlerin kendi bedenlerine olan algıları, bedenini beğenmemek, bedenini değiştirmek yönünde değişime uğramaktadır.

YORUM

Elde edilen tüm veriler fenomenlerin ergenlerin kimlik oluşumuna etkileri bağlamında değerlendirildiğinde, fenomenlerin, ergenlerin fenomenleri algılama biçimleri, satın alma davranışları, tüketim alışkanlıkları, gündelik hayat pratikleri, aile ve arkadaşlık ilişkileri, beden algıları, meslek seçimleri alanlarında etkileri olduğu görülmüştür. Bu nedenle araştırma bulgularına göre, fenomenlerin, ergenlerin kimlik oluşumunda etkileri olduğu ortaya çıkmaktadır. Fenomenler, ergenleri yönlendirme etkisine sahiptirler. Ergenler fenomenlerin tüm hayatını sosyal medya ya yansıtmadığını düşünmese bile, fenomenleri takip etmeye devam etmekte, sevmekte güvenmekte ve sempatik bulmaktadır. Bu nedenle takip edilen fenomenler ergenleri, satın alma davranışı konusunda kolaylıkla

yönlendirmekte, beden algısını kurguladıkları şekilde değiştirmekte, aile ve arkadaşlık ilişkilerini olumsuz olarak etkilemekte ve hayat pratiklerini değiştirip dönüştürmektedir. Araştırma sonuçları değerlendirildiğinde yine görülmektedir ki, ergenler fenomenleri rol model olarak almaktadırlar. Meslek seçimlerinden, tüketim alışkanlıklarına kadar hayatlarının her alanında etki sahibi olan fenomenler, ergenlerin kimlik oluşumunda rol model statüsüne sahip olmaktadır. Fenomenlerin, kurgulayarak sundukları hizmetin ve anlaşılabilir olarak yaptıkları reklamların farkında olan ergenler, fenomenlere güvenmekte, mesleklerini yerine getirdiğini söylemektedirler.

KAYNAKÇA

- ARSLAN, C ve UYSAL, D. (2017) Sanal Kimlik Ve Sanallaştırılmış Beden Kimliği Sarmalında Kadın: Olga Flor'un "Sarıya Bürünmüş Ben" Adlı Blog-Romanı. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi. Feb2017, Cilt. 10 Sayı 48, s29-42. 14p.
- Atak, H . (2011). Kimlik Gelişimi ve Kimlik Biçimlenmesi: Kuramsal Bir Değerlendirme . Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar , 3 (1) , 163-213 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/pgy/issue/11159/133422>
- Aydın, N . (2018). NİTEL ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ: ETNOLOJİ . Uluslararası Beşeri ve Sosyal Bilimler İnceleme Dergisi , 2 (2) , 60-71 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ihssr/issue/36852/425401>
- BAKIROĞLU, C. T.(2013). “Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Ekseninde Sosyal Paylaşım Ağları”. Akademik Bilişim Konferansı 2013, Antalya.
- Berzonsky M. A process perspective on identity and stress management. In Adolescent Identity Formation (Eds GR Adams, TP Gullotta, R Montemayor):193215. Newbury Park, CA, Sage, 1992.
- Bostancı, M. (2019). *Sosyal Medya: dün bugün yarın*. Konya: Palet.
- Büyüköztürk, Ş. (2013). *Veri analizi el kitabı*. 18. Baskı. Kızılay, Ankara. Pegem Akademi.
- Cesur, A , Dil, K . (2018). ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYADA BENLİK SUNUMLARI VE YANSIMALARI: ÇANKIRI KARATEKİN ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ . Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi , 5 (7) , 13-32 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/asead/issue/41013/495590>
- Dağıtmaç, M. (2015). *Sosyal medya bizi neden kullanır*. İstanbul: Okur Akademi.
- Demir, K.(2002). Türkiye’deki Resmi ve Özel Lise Öğretmenlerinin İzlenim Yönetimi, Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara
- Dey, I. (1993). *Qualitative Data Analysis: A User-Friendly Guide for Social Scientists*.
- Dinçer Durmuş, O . (2006). POPÜLER KÜLTÜRÜN KİMLİK OLUŞUMUNA ETKİLERİ: “ÖZGÜR KIZ-NİL KARABRAHİMĞİL” MODELİ . Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi , (17) , 121-133 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/musbed/issue/23522/250619>
- Ekşi H. , Erden N., Erdoğan F. H. , Yılmaz E. Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi, 2013
- Erikson EH. *Identity: Youth and Crisis*. New York, W.W. Norton Company, 1968. 3
- Erkek, R. (2019). *Yeni medya teknolojilerinin film endüstrisine etkileri: Netflix örneği*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Goffman, E. (2004). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*. Barış Cezar (Çev). İstanbul: Metis Yayınları
- Gökşin, Emre. (2018). *Dijital Pazarlama Temelleri*. İstanbul: Abaküs Yayınları.
- High, A. C. ,& Solomon, D. H. (2010). Locating computer-mediated social support within online communication environments. In K. B. Wright ve L. M. Webb (Eds.), *Computer- mediated communication in personal relationships*. Hampton Press.
- Işık, U. (2007). *Medya bağımlılığı teorisi doğrultusunda internet kullanımının etkileri ve internet bağımlılığı*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- İ.Ü. Cerrahpaşa Tıp Fakültesi Sürekli Tıp Eğitimi Etkinlikleri ADOLESAN SAĞLIĞI II Sempozyum Dizisi No:63 Mart 2008; s.19-21 Doç. Dr. Orhan DERMAN . ERGENLERDE PSİKOSOSYAL GELİŞİM Hacettepe Üniversitesi Tıp Fakültesi Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları A.D. Adölesan Ünitesi
- Kaptanoğlu, A.Y. (2013). *Sağlık alanında hipotezden teze: Veri toplama ve çözümleme serüveni*. İstanbul. Beşir Kitapevi.
- Koç, M . (2004). Gelişim Psikolojisi Açısından Ergenlik Dönemi ve Genel Özellikleri . Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi , 1 (17) , 231-238 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/erusosbilder/issue/23750/253040>
- Korotina, A. ve Jargalsaikhan, T. (2016). Attitude towards Instagram MicroCelebrities and Their Influence on Consumers’ Purchasing Decisions, Master Thesis, Business Administration, Jönköping University, Jönköping
- Marcia J. The relational roots of identity. In *Discussions on Ego Identity* (Ed J Kroger):34-65. NJ, England, Lawrence Erlbaum Associates, 1993.
- Marcia JE. Adolescence, identity, and the Bernardone family. *Identity* (Mahwah, N J) 2002; 2:199-209
- Marwick, A. ve Boyd, D. (2011), To See and Be Seen: Celebrity Practice on Twitter. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 17(2), 139-158.

- Morsünbül, Ü , Çok, F . (2013). Kimlik Gelişiminde Yeni Bir Boyut: Seçeneklerin Saplantılı Araştırılması . Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi , 4 (40) , . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tpdrd/issue/21460/230044>
- Morsünbül, Ü. (2011). Ergenlikte özerkliğin ve kimlik biçimlenmesinin öznel iyi oluş üzerindeki etkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Orhon, N. (2019). Medya Okuryazarlığı Açısından Dijital Vatandaşlık Tartışmaları. Sezer ve Sert (Ed.). *Medya okuryazarlığı üzerine* (ss. 37-52). Konya: Eğitim.
- Özdemir, M . (2010). Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma . Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi , 11 (1) , 323-343 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ogusbd/issue/10997/131612>
- Özdemir, M. (2011). Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 11 (1): 323-343.
- Özdemir, Z . (2016). Sosyal Medyada Kimlik İnşasında Yeni Akım: Özçekim Kullanımı . Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi , 2 (1) , 112-131 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iled/issue/18466/194413>
- Özgüngör, S . (2009). Postmodernizm, Identity Status and Life Satisfaction . Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi , 4 (31) , 32-42 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tpdrd/issue/21451/229763>
- Özkök, Ö. (2019). *Sosyal medyada sanal kimlikler; Sosyal medya fenomenlerinin benlik sunumları üzerine bir araştırma.* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Kültür Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Peltekoğlu, F , Tozlu, E . (2018). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının Dijital Paydaşları; Sosyal Medya Fenomenleri . Erciyes İletişim Dergisi , 5 (4) , 285-299 . DOI: 10.17680/erciyesiletisim.421085
- Phua, J., Jin, S. V. ve Hahm, J. M. (2017). Celebrity-Endorsed E-Cigarette Brand Instagram Advertisements: Effects on Young Adults' Attitudes towards E-Cigarettes and Smoking Intentions. *Journal of Health Psychology*
- Posos Devrani, A , Kesici, İ. (2020). Yeni Medya Araştırmalarında Yöntemler Ve Araçlar Ne Kadar Yeni? Türkiye'deki Lisansüstü Tezlere Dair Bir Meta Analiz Çalışması. Selçuk İletişim, 13 (1), 273-293 . Retrieved from <http://dergipark.org.tr/tr/pub/josc/issue/52040/612535>
- Sarıtaş, A . (2019). Sosyal Medya Reklamlarında Fenomen Kullanımı ve Reklam İzleme Tercihi . The Journal of International Scientific Researches , 3 (4) , 62-74 . DOI: 10.23834/isrjournal.473169
- Schwartz SJ. A new identity for identity research: Recommendations for expanding and refocusing the identity literature. *J Adolesc Res* 2005; 20:293-308.
- Storey, L. (2007). Doing Interpretative Phenomenological Analysis. In E. Lyons ve A. Coyle (Eds.). *Analysing Qualitative Data In Psychology.* (p. 51-64). Los Angeles: SAGE Publications.
- Strauss, A., Corbin, J. (1990). *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques.* New Delhi: SAGE Publications
- Sultan Yüzüncüyıl, K. (2019). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımının Yeni Medya Okuryazarlığı Çerçevesinde Değerlendirilmesi. Sezer ve Sert (Ed.). *Medya okuryazarlığı üzerine* (ss. 261-283). Konya: Eğitim.
- Şimşek, T . (2019). SOSYAL MEDYADA MAHREMİYETİN İFŞASI ‘‘INSTAGRAM ÖRNEĞİ’’ . Sosyolojik Düşün , 4 (1) , 10-24 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sosdus/issue/46613/537823>
- Tahir Karaboğa, M. (2017). Eleştirel Bakış Açısıyla Medya Okuryazarlığı Eğitimi. *Congress Proceedings.* 2017.
- Tahir Karaboğa, M. (2017). Eleştirel Bakış Açısıyla Medya Okuryazarlığı Eğitimi. *Congress Proceedings.* 2017.
- Talu, E. (2020). Ergenlerde Beden İmajı Algısının Kimlik Gelişimi Sürecine Etkisi İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi 21(2), 1116-1135. DOI: 10.17679/inuefd.766776
- Tekin, H , Tekin, H . (2012). NİTEL ARAŞTIRMA YÖNTEMİNİN BİR VERİ TOPLAMA TEKNİĞİ OLARAK DERİNLEMESİNE GÖRÜŞME . İstanbul University Journal of Sociology , 3 (13) , 101-116 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iusosyoloji/issue/521/4777>
- TOSUN, D. (2007). Marka Değeri Yaratmada Reklam İle Halkla İlişkiler Arasındaki Etkileşim. Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, (6), 181-199. Retrieved from <http://iletisimdergisi.gsu.edu.tr/tr/issue/7373/96535>
- Wires, J.W.Barocas, R. ve Hollenbeck, A.R. (1994). Determinants of adolescent identity development: A cross-sequential study of boarding schoolboys. *Adolescence*,29(114), 361-37
- Yalçın, Funda Güleç. (2016). Sosyal Medyacının Galaksi Rehberi Küçük İşletmeler İçin Sosyal Medya. İstanbul: Abaküs Yayınları.
- Yaylagül, Ş. (2017). Sosyal Medya Fenomenlerine Bağlanışlığın Belirlenmesi: Yükseköğretim Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama . Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi , 4 (3) , 219-235 . DOI: 10.30803/adusobed.349934
- Yoon, D. ve Kim, Y. (2016). Effects of Self-Congruity and Source Credibility on Consumer Responses to Coffeehouse Advertising. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 25(2), 167-196.

ESTABLISHING A QUALITY ASSURANCE SYSTEM AT SCHOOL OF FOREIGN LANGUAGES: ANKARA YILDIRIM BEYAZIT UNIVERSITY CASE

Mümin ŞEN

Ankara Yıldırım Beyazıt University, Turkey

msen@ybu.edu.tr

Müge AKGEDİK

Ankara Yıldırım Beyazıt University, Turkey

makgedik@ybu.edu.tr

INTRODUCTION

English has been dominating every field of life as a *lingua Franca* as our World is becoming more global day by day, and thus it has become an indispensable qualification both for academic and professional life. This demand for English has created a huge market worth hundreds of billions of dollars which resulted in competition to provide better learning and teaching services. In order to improve teaching and learning processes and establish good systems more research has been conducted about learning and teaching English, as well as managing the process itself, which led to creation of quality assurance systems and accreditation bodies in the field. The goal of these bodies can be defined as creating standards and making sure that the institutions who are accredited follow the required standards. As a result the customers are provided with a kind of assurance about the standards of the services they will receive from the institutions they attend.

LITERATURE REVIEW

Quality is about the guidelines to be followed and standards to be met in order to satisfy the customers, which in our case are the learners. However, quality should be viewed in three levels that are learners, lecturers and the institution. The satisfaction of learners depends on the quality of instruction, resources available and continuous development of the programs, which depend on the lecturers and the procedures in place in any institution as a whole.

According to Ellis and Hogard (2018) quality assurance is about the satisfaction of customers and stakeholders that standards will be consistently met. In order to do that, there should be a quality management system in place that includes the following elements

- quality control,
- quality audit,
- quality assessment and
- continuous development.

Quality assurance has several benefits to learners, lecturers and institutions.

Learners may have better learning experiences and realistic expectations. They can become more involved in taking the responsibility of their own learning by thinking about how they learn and understand their rights. Lecturers get to know what is expected from them, receive feedback and think about how they teach and whether they reach the outcomes. Institutions can develop common understanding about quality teaching and learning. They can become more successful and develop their reputation (Grundvig Learning Partnership, 2009-2011).

Quality accreditation organisations such as CEA in the U.S. and Equals in Europe have emerged in the past 20 years, as well as quality assurance systems such as Pearson Assured in order to guide institutions in reaching specific standards in language teaching. Quality assurance in language teaching has been discussed for more than ten years in Turkey, however, no institution except recently established DEDAK has officially taken the responsibility of establishing standards of language teaching locally.

IMPLEMENTATION

After the establishment of the School of Foreign Languages at AYBU in 2011, the search for quality assurance was immediately in progress. To be able to run a school with continuous development and sustainable measures, the administration searched for the best and the most convenient strategies and finally decided to work on and collaborate with one of the assurance bodies, EDEXCEL (Pearson Assured) in 2013.

Considering the amount of time and effort put into accreditation and quality, following a step-by-step procedure can be regarded as key to develop a sustainable quality assurance system at a school. In our school of foreign languages, we also followed some basic steps as follows. First of all, the guideline to

build a quality system was thoroughly examined to be able to come up with a solid plan and walkthrough as this includes not only a product-based but also a process-based approach in terms of human resources as well. The target is the assurance but how you will get there has many quality processes. That's why, after the initial decision, the administration team received a leadership training covering team building, meeting management, line management, and etc. just while the systems at school were being set up. This kind of leadership skills development helped a lot while establishing the necessary teams and units. The teams and units were established to be able to focus more on the quality education after a while including the voluntary instructors with related background and skills. The units include a curriculum development unit working on a professional curriculum for all levels managed by level coordinators, a testing unit managing both the summative and formative assessment systems, a professional development unit conducting various inductions and trainings in addition to an Independent Learning Centre (ILC) unit targeting to establish a self access centre to promote learner autonomy. All the units are necessary to set up systems as quality assurance can be maintained by involving all aspects and stakeholders of the education: students, teachers, material, evaluation and facilities. Thus, with a sound and professionally developed curriculum after a one-year needs analysis and research, the quality of teaching was settled. That was in line with a structured assessment system covering both the formative and summative assessments: quizzes, midterms, placement/proficiency exams and portfolio systems as well as online education tools. The testing team with experienced material and exam developers managed to improve and standardize the evaluation system at our school. While these units were developing the curriculum and assessment, the teaching standards were maintained and improved by the professional development unit through a series of workshops, seminars, team teaching and visits of professionals. In fact, all the steps were integrated at the beginning. While the assurance handbook was being overviewed, the teams were working on developing a quality manual for the school considering the real issues of AYBU SFL by gathering feedback not only from the students but also from the instructors and other stakeholders such as departments' heads. With the help of this data, every year the systems were reviewed and improved.

Step by step introduction started involving all the instructors to the quality assurance system by grouping them to write down their own job descriptions, a staff handbook in addition to a student handbook as well as a detailed orientation file for the new comers. With the help of these on hands practices, the instructors embraced the school practices and this increased the sense of belonging. After the completion of all necessary documents prepared by the instructors themselves, the audit day arrived and all the instructors were informed that there would be an audit for quality assurance. Everyone was surprised and ready without being aware that they were ready for an official visit as all the preparations were conducted highlighting the importance of a quality system rather than instructing them that they were getting ready for an assurance. In 2014, the audit was successful and the first assurance was approved by an international body, EDEXCEL.

To the administration, that was the easy part as maintaining a quality assurance is always more difficult to start it. Therefore, to maintain the assurance and the success during the annual visits, teacher training became one of the major significant assets of the school. A university-funded project was conducted to support instructors volunteering to complete DELTA, one of the most valuable diplomas an instructor may acquire, approved by Cambridge University. 14 instructors were supported to complete this process in 2014 and this project not only developed the attendee instructors but also showed a good example of how a state school could support the instructors in terms of professional development. Now, at AYBU SFL, we have qualified DELTA and CELTA tutors involving in national and international trainings who can support the instructors any time and the DELTA and CELTA opportunities are still being offered, which always ends up with quality teaching and learning environment for more successful students.

Then, after a while, during the reviews, the need to Blended Learning emerged considering our second year students at Preparatory School and the Blended Learning process started, which would later bring in other novelties. As an institution, AYBU SFL was one of the pioneers of flipped learning even in 2015. Within this blended learning applications, it was researched and identified that there is no significant difference between the proficiency results of the students attending the 21-23 hours of traditional in-class teaching and the students attending 8 hours of face-to-face teaching in addition to 15 hours of online learning. Thus, the blended program started and it is still in progress. Meanwhile, as the assurance systems were evaluated and developed annually, the need for supporting the learners promoting their autonomy was detected. The solution was looked for and after years of research and interactions with other experts, there was another BAP-funded project to develop a new system, Learning Advisory Program in 2017. A group of instructors received a 4-module training on Learning Advising from Kanda University of International Studies in Japan, face-to-face and online, aiming to improve its Independent Learning Centre and to develop a customized Learning Advisory Program. As

Karaaslan, et al. (2019) presented, within this project, attendees received an independent learning advisory education; they developed an independent learning advisory program with its materials and tools, and actively ran learning sessions with students. Following the completion of the project, the advisor instructors' and advisees' feelings and attitudes were investigated via using semi-structured interviews. The findings show that instructors are aware of the requirements of their new roles and they are experiencing a positive and meaningful transformation. Similarly, the students have positive attitudes towards advising sessions and would like to continue, as they are satisfied with being listened to, helped and supported during their development. AYBU SFL became the first university in Turkey supporting the learners with one to one and group advising sessions, not only by teaching English but also by guiding the learners to identify their strengths and weaknesses to improve autonomy.

The sustainability necessitates novelty and permanent control mechanisms. Therefore, in 2017, to develop the quality assurance, a Strategy Plan of SFL till 2021 was written involving all the instructors. There were a series of meetings by which all strengths, weaknesses and threats were identified and solutions and better improvement standards were highlighted and planned. The entire plan was planned and written by the instructors, which again increased the sense of belonging and renewed the enthusiasm to do more for quality education. The Strategy Plan has been annually reviewed and checked with follow-up charts to see the on-going processes and follow the highlighted needs and developments. To follow the new tasks and the changing members in the units was difficult so a checklist system was established to develop a system that would continue no matter who managed the systems. The checklists were reviewed many times to have higher standards. With the help of these documents, whoever is assigned to a new unit or whenever a new teacher arrives, everyone knows what to do, when and how to do it and whom to contact when necessary. This system is very efficient as the number of instructors increases in time.

Finally, the assurance systems necessitated a more efficiently managed IT unit, which turned the regular IT support to a Digital Transformation Unit to train and support learners and instructors throughout online education during the pandemic. The necessity to turn almost all printed materials into digital materials, the inductions for new web tools and the need to conduct effectively planned online live sessions were all managed by this unit and it served quite well, assisting all instructors whenever they needed support by various workshops, trainings and recorded videos. In conclusion, after 7 years of annual audits, receiving so many encouraging comments, the PDCA (Plan-Do-Check-Act) cycle became an indispensable aspect of AYBU SFL and all the systems and processes were being checked considering this philosophy.

EVALUATION

There were a couple of systems to evaluate the quality assurance at SFL. The underlying philosophy was PDCA and all the conducted and planned applications were annually reviewed using the following methods to identify the strengths and weaknesses and offer ways to tackle any issues encountered.

1. Annual Reviews-PDCA reports from the curriculum, testing, PDU, IT, ILC and LAP units: With this method, it is easy to see the big picture and follow the completion of annual action plans and get ready for the following year's plans. The units prepare the report listing all conducted tasks, summarizing all feedback collected, highlighting the achievements and underlying the new demands and needs offering new solutions.
2. Annual SWOT Analysis: With this analysis, the administration can identify the strengths and weaknesses of their school and offer solutions to the areas to improve involving the instructors, one of the most important stakeholders of quality education. The results are shared proposing solutions with the instructors and everyone feels respected and valued.
3. Student Questionnaires: With these questionnaires, the administration can collect any information necessary such as the quality of instruction inside the class, the efficacy of the materials in use or the satisfaction level of students about the facilities. The results should be shared with the instructors afterwards and the actions taken should also be announced to be transparent.
4. Wish and Complaint Letters: With these documents that are open to students 7/24, the administration can collect relevant data about the demands, processes and the satisfaction levels of the students can be detected. It is a good idea to share the actions taken with the students afterwards.
5. Teacher Appraisal Meetings: With the help of these meetings, the administration and the instructors come together for an annual review, discuss the previous achievements and set new goals for the following year. These meetings should be stress free and on voluntary basis to support the instructors and encourage team building.
6. Strategic Plan Annual Follow-up Chart: These follow-up charts are necessary to check the annual improvements and identify the needs for further development.

POSSIBLE CHALLENGES AND SUGGESTIONS

There might be some challenges encountered. At AYBU SFL, we also had to overcome some difficulties but managed to do it with patience and belief in the team itself. First of all, it is natural to come across resistance to change. There will always be some people who don't like change or improvements as these take time and effort and learning and getting accustomed to the novelties might sometimes be challenging. In addition, quality assurance processes necessitate detailed documentation, which can mostly be seen as a burden involving much paper work and lists. However, without proper documentation, there can never be a system and follow-up procedures. Moreover, there are different leadership roles managing the quality assurance system and it is not always easy to identify the responsible instructors for varied roles as their interests and skills might change. Finally, maintaining PDCA cycle is very difficult as this necessitates many aspects and control mechanisms, which in turn necessitates many people involved and too many items to check and provide feedback. Though it looks like a challenge, establishing and maintaining a quality assurance system is worth trying and going after as it will end up with quality teaching, satisfied students, successful teachers and happy graduates in the end.

In terms of suggestions, AYBU SFL administration has a couple of things to share. First of all, to be able to start a new school, it is always better to set the quality standards from the beginning. Be transparent, act sincerely and involve all stakeholders to the development. Involving all the stakeholders like the students and the instructors should always be on top. Bottom-up developments mostly work better at schools, rather than top-down decisions. Furthermore, documentation is the key for better quality standards. You had better form some systems or appoint some people for neat documentation to follow all the procedures. In addition, it is better to get some training to improve the leadership qualifications, especially for the line managers just before the preparations as they can do everything more professionally when they receive proper training. Finally, professional development is a fundamental step through quality assurance so invest in professional development, train the teachers, support teachers who are interested in self improvement and conduct trainings on any raised issue to better assist the instructors and the students in return. The more a school invests in professional development, the more successful learners benefit from quality instruction. All in all, it is a must to keep in mind that applying PDCA is a never-ending process by which every system can be checked, reviewed and worked on.

REFERENCES

- Ellis, R., Hogard, E. (Eds.). (2018). *Handbook of quality assurance for University teaching*. Routledge.
- Grundtvig Learning Partnership. (2009-2011). *Guidelines Teaching for Quality in Language Quality in Language Teaching for Adults*, 37-40.
- Karaaslan, H & Şen, M. (2019). Independent Learning Advisory Education and Related Applications. *Erzincan University Faculty of Education Journal*. 21 (1), 90-112.

EVALUATION OF THE ELECTRONIC APPLICATIONS USED IN THE TURKISH EDUCATION SYSTEM IN THE CONTEXT OF SCHOOL ADMINISTRATION *

Abdullah BALIKÇI

Hasan Ali Yücel Faculty of Education, Istanbul University-Cerrahpasa, Turkey
abdullah.balikci@iuc.edu.tr

ABSTRACT

Technology increases its impact in every aspect of life. Because technology is a multidimensional concept, it can be defined in different ways. Şimşek & Akın (2013) define the concept as the whole of the techniques that people use in their interaction with their environment. Technology has an impact on education as in other fields. Filho, Manolas & Pace (2008) state that the use of technology in education is necessary for sustainable development. For the desired development in education, school administrators, who are responsible for managing the school, are expected to benefit from technology while performing their duties. School administrators can benefit from technology for various purposes. Among these purposes, administration works, education and training, that is, student-centered works, making plans and programs (Makewa, Meremo, Role & Role, 2013; Page-Jones, 2008; Xiong & Lim, 2015); providing opportunities for teachers to benefit from technological applications (Kızıltepe-Ayhan, 2017); development and evaluation, support, encouragement, planning and supervision, ethics and safety issues (Baykara, 2018; Gökoğlu, 2014).

When the literature on the subject is scanned, it is seen that technology is predominantly evaluated in the context of leadership and student success (Aktaş, 2018; Baykara, 2018; Engür, 2014; Gökoğlu, 2014; Gürkan, 2017; Güven, 2015; Kızıltepe-Ayhan, 2017; Scale, 2014; Prokopiadou, 2011; Ulukaya, 2018; Weng, Tang, 2014; Yılmaz, 2018). It is thought that the current research will contribute to the field by examining the technology-school management relationship in terms of various electronic applications. The aim of this research is to understand the effect of electronic applications on school management and administrators.

The research was conducted in the qualitative research method and case study pattern. 15 school administrators participated in the research. Data were collected through interviews.

In the research, it is seen that electronic applications, which have been used in the Turkish Education System especially after 2007, have contributed a lot to school administrators. Among these, it can be stated that it contributes to the faster and more comfortable work, saves time and documents, facilitates accessing and archiving information, and speeds up communication. It is understood that infrastructure such as the internet, computers, and the ability of managers to use technology are sufficient to achieve the specified benefits. Although electronic applications are used, it is understood that there are situations where previous applications should be used, albeit limited. However, there are also shortcomings of the applications such as not updating the trainings over time and having factors that reduce motivation. The interaction of electronic applications with the education system makes itself felt both formally and informally. It is understood that it has transformed the bureaucratic structure, which is identified with paperwork, workload and work intensity, in a way that will please the employees. In addition, it is among the positive reflections that it contributes to organizational memory by providing easy access to the desired information at all times. The provision of all these benefits is not only possible with electronic applications determined by the senior management. In addition, school administrators benefit from the applications they use in their daily lives while performing their duties. In this way, time and communication-based gains can be achieved.

Based on the data, the following can be recommended for practitioners: Electronic applications can be updated. Based on the update, periodic trainings can be given to increase the ability of school administrators to use these applications and to increase their knowledge on how to use the system.

For researchers, the following can be suggested: More comprehensive research can be conducted based on new applications that may arise due to the increasingly intense use of electronic applications. Research can be done to include teachers.

Keywords: Turkish Education System, School Management

INTRODUCTION

Technology increases its effect in all areas of life. Technology can be defined in different ways as it is a multidimensional concept. Şimşek & Akın (2013) defines this concept as the whole of the techniques people use in their interaction with their environment. Appelbaum (1997) argues that technological applications should include various social aspects. These are the impact of technological procedures and supporting systems on the organization and people, whether technological changes cause social resistance, the interaction of technological changes with the current structure, the state of readiness for technological changes, and finally the level of strengths and weaknesses of

technological changes. It would be more appropriate for the organization to integrate technological (electronic) applications, taking into account both technical and social contributions together (Mariani, 2019). Technology is also considered as one of the five components that make up the structure of the organization (Figure 1).

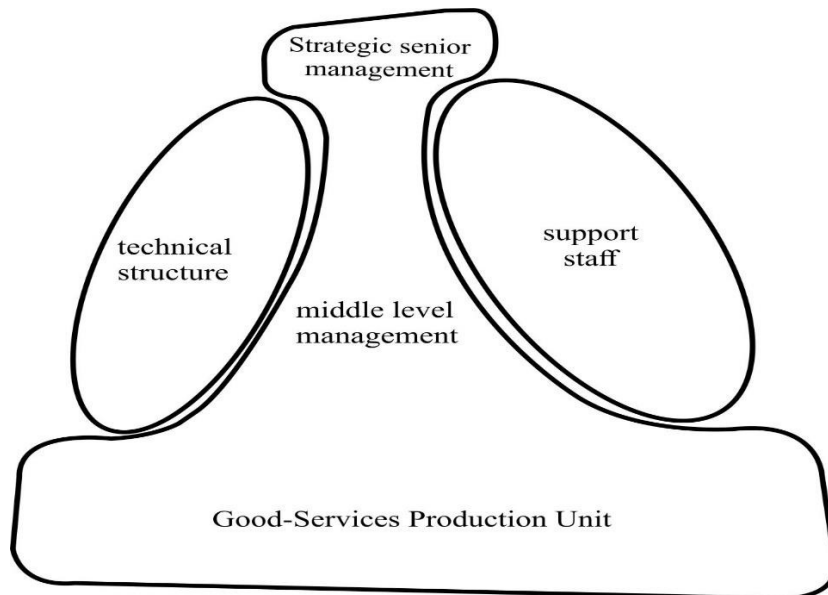


Figure 1: Five components of an organization (Mintzberg, 2014, p. 20)

As is seen in Figure 1, technology has an integral and valued component that forms the organization and contributes to the development of the organization. It contributes to the administration in fulfilling the function of the organization. As in other fields, technology affects education. Filho, Manolas & Pace (2008) state that the use of technology in education is necessary for sustainable development. To achieve the desired improvement in education, school administrators who are responsible for administrating the school are expected to benefit from technology while performing their duties. School administrators can benefit from technology for various purposes. Some of these purposes are carrying out administrative tasks, education and training works, student-centered works, and preparing plans and programs (Makewa, Meremo, Role & Role, 2013; Page-Jones, 2008; Xiong & Lim, 2015); providing opportunities for teachers to benefit from technological electronic applications (Kızıltepe-Ayhan, 2017), and paying attention to development and evaluation, support, encouragement, planning and supervision, ethics and safety issues (Baykara, 2018; Gököğlü, 2014). However, the attitudes of school administrators and their attitudes towards teachers are determinative in bringing the technology to the school environment, using it effectively, and making it a part of life (Aktaş, 2016; Ölçek, 2014). These issues indicate that the use of electronic applications in education will continue to increase (Berry & Marx, 2010; Gürkan, 2017).

School administrators mostly benefit from the use of technology. Some of the advantages are being better perceived and accepted by teachers (Yılmaz, 2018); increasing the speed of works, and having an effect on carrying out the works in line with their purposes (Engür, 2014; Güven, 2015; Ulukaya, 2015), and affecting student success (Morrow, 2010). Factors such as age, type of school, place of residence, and time spent with computers (Çevik & Baloğlu, 2007), and skills and knowledge regarding the electronic applications that may be beneficial to students (Bakioğlu & Şentuna, 2001) can be effective in school administrators' use of technology at the desired level. The findings are indicating that school administrators are sufficient in terms of the specified factors and technological infrastructure in schools and that they can use technology effectively (Eren & Kurt, 2011; Fraillon, Ailley, Schulz, Friedman & Gebhardt, 2013; Görgülü, Küçükali & Ada, 2013).

Using technology at school positively influence the school climate (Baş, 2012); provide teamwork and a learning organizational environment (Banoğlu, Vanderlinde & Çetin, 2016); ensure the development of positive attitudes towards technology (Prokopiadou, 2011); increase the influence of the school administrators in the school (Weng & Tang, 2014); establish a digital archive and contribute to the development of teachers and administrators technologically (Akgün, 2019); provide information administration, communication, problem-solving, and sharing (Fraillon, Ailley, Schulz, Friedman & Gebhardt, 2013); increase the level of communication with the environment (Esposito, 2013); make it easier for the administrators to administrate the school (Puckett, 2014), increase teachers' skills, sense of responsibility, and motivation to use electronic applications (Bulden, Hurt & Richardson, 2017; Kuo,

2015). To realize the mentioned advantages, it is necessary to ensure collaboration in the school and to benefit from experts who will bring out the potential (Bouchard & Stegemoller, 2019).

School administrators can benefit from tools and applications such as E-school, MoNEIS (Ministry of National Education Information System), mobile phones, and social media to use technology beneficially for themselves and the school (Abrego & Jauregui, 2019; Akm, 2016; Garcia; Gökalp, 2018; İbil, 2012). However, such applications also affect the existing structure (bureaucratic structure) in the school. The researcher believes that electronic applications have different reflections on bureaucracy. Electronic applications reduce the effect of bureaucratic practices in the organization and cause change. Electronic applications and bureaucracy can also be determinant in terms of whether the organization has an effective structure or not. At that point, bureaucracy has a negative effect on the change of organizational structure and the effect of technological applications (Kim, Paik & Lee, 2014). Also, electronic applications contribute to the reflection of the bureaucracy's features such as hierarchy, standard business procedure creation and filing, to maintain order in the organization (Dormann, Hinz & Witmann, 2019).

The Turkish education system reflects the effects of electronic applications. Electronic (technological) applications have been used in the Turkish education system especially since 2007 (Table 1).

Table 1: Electronic applications used in the Turkish education system

The Electronic Application Used	Year of Commencement	The Purpose of the Use
e- school	2007	To be able to follow the students' work and transactions related to the school
e- parent	2007	Parents' access to school information related to the student
KBS (Public Expenditure and Accounting Information System)	2009	Easier processing and archiving of personnel salary transactions in digital environment
MEBBİS (Ministry of National Education Information Systems)	2007	Personnel monitoring their own information and easily accessing the institution's information about the personnel.
TEFBİS (Information Administration System of Education Financing and Education Expenses in Turkey)	2010	Monitoring the income and expenses of the institution.
e-informal education	2010	Monitoring the vocational, sports and exercise activities carried out through public education centers.
School Milk	2012	Encouraging healthy nutrition by providing students with the habit of drinking milk daily.
EBA	2014	Providing distance education opportunities for students to continue their educational activities.
e-course	2016	Supporting students for their lessons.
DYS (Document Management System)	2017	Ensuring that correspondence between institutions is done in digital environment.

(Table was created by benefiting from www.meb.gov.tr)

As is seen in Table 1, school administrators have used electronic applications increasingly and intensely for various purposes in the Turkish education system since 2007. Applications include both educational and administrative affairs.

Research gap and research questions

While searching this issue in the literature, the following points draw the researcher's attention. First, the researcher has noticed that technology is intensely discussed in the context of leadership and student success (Aktaş, 2018;

Baykara, 2018; Engür, 2014; Gökoğlu, 2014; Gürkan, 2017; Güven, 2015; Kızıltepe-Ayhan, 2017; Ölçek, 2014; Prokopiadou, 2011; Ulukaya, 2018; Weng & Tang, 2014; Yılmaz, 2018). Second, the researcher has come across studies that include different findings on the reflection of technology on the current school administration structure (Kim, Paik & Lee, 2014; Dormann, Hinz & Witmann, 2019). Third, as the mentioned in Table 1, the researcher hasn't found enough research on the reflection of the applications used in the Turkish Education System on the school administration. Current researches include a few of the 10 applications stated in Table 1 (Akın, 2016; Gökalp, 2018; İbil, 2012). Finally, technology has a social dimension (Appelbaum, 1997; Mariani, 2019). Therefore, based on the above-mentioned points, the researcher could not access up-to-date, comprehensive and sufficient research on the interaction between school administration and technology. The present study is significant as it examined the relationship between technology and school administration in terms of various electronic applications, taking into account the comprehensive and current situation, revealing the interaction with the existing structure, and displaying the effect of technology in school administration. The researcher believes it can be useful in terms of providing practical data to the field as well as to the policy makers in education. This is because the electronic applications specified in Table 1 are increasingly used by school administrators. This situation shows that electronic applications have serious effects on school administration. In this study, the researcher aimed to reveal the reflections of electronic applications used in the Turkish education system on school administration because electronic applications increasingly have reflections on school administration from different aspects and also there is not enough research on this issue. Thus, the researcher looked for answers to the following questions:

1. According to school administrators, what are the reflections of the electronic applications used in the Turkish education system on the school administration?
2. According to school administrators, how does the electronic applications used in the Turkish education system interact with the current structure?

METHOD

The electronic applications used by school administrators in their daily lives and the opinions of the two academics researching the field provided the opinion that the qualitative research method was suitable for this specific study. Qualitative research aims at revealing how people make sense of their lives through their experiences (Creswell, 2016, p. 44). Electronic applications that have been used in the Ministry of National Education since 2007 were considered. Therefore, a case study design was preferred. A case study is a design aiming to reveal the experiences in real environments in a deep and meaningful way (Yin, 2014, p. 16).

PARTICIPANTS

The study group consisted of fifteen school principals and assistant school principals working in public schools in Istanbul province, Turkey, in the 2019-2020 academic year. The data regarding the participants are shown in Table 2.

Table 2: Participant information

Branch						
Class	Religious Culture and Moral Knowledge	Science and Technology	Mathematics	Information Technology	Turkish	Social Sciences
5	3	2	1	1	2	1
Role						
School Principal	Assistant School Principal					
10	5					
Professional Seniority						
0-5 years	6-11 years	12-17 years	18-23 years	24 years and over		
1	5	5	3	1		

Administration Seniority

0-5 years	6-11 years	12-17 years
8	6	1

According to Table 2, school administrators with different qualifications in terms of branch, role, and seniority participated in this study. The diversity of the participants is important in terms of including different perspectives and experiences in the study. Thus, the emergence of a one-sided mindset can be prevented by addressing the issue only from the perspective of the school administrators or assistant principals. This situation may also contribute to the reliability-validity of the research. It was determined that school principals participated more. In this study, an easily accessible situation sampling method was used as the school administrators who were observed in various environments and with whom the research subject was shared. In addition to this, the criterion sampling method was used as the opinions and suggestions of the participants were taken into account. Miles & Huberman (2015, p. 28) state that easily accessible sampling is preferred for time, financial reasons, and flexibility while Yıldırım & Şimşek (2011, p. 112) state that criterion sampling is preferred as it is based on the pre-established criteria.

Data collection and analysis process

The data were collected through semi-structured interviews and documents. The interview form was prepared by considering the literature and taking the opinions of two school administrators expected to participate in the study, two academicians working in this field, and language experts. The pilot application of the prepared interview form was applied to two participants and the results were evaluated with the above-mentioned experts. Other interviews (thirteen interviews) were conducted as the questions in the interview form were considered to be suitable for this study. The same approach was followed for the interview data and research report. The data related to the subject were reflected in the research report. The interview form included questions about the electronic applications used by school administrators, their effect on the school administration, and the comparison of before and after the applications. The interview form consisted of two parts. The first part asked for participants' demographic information (Table 2). In the second part, 13 questions were asked to the participants. Two questions were related to the method (the relevance of questions to the subject) and ethics (the use of research permission and data). The contents of the remaining 11 questions were as follows: The thoughts on electronic applications, the effect and reflection of these applications on school administration (in terms of time administration, bureaucracy, archive, infrastructure), comparison of pre and post electronic applications in terms of school administration, evaluation of electronic applications in terms of their use, comparison of electronic applications in terms of formal and informal aspects, and finally, taking the thoughts to be added about the subject. The secondary data source of this study were documents. Eight documents regulating the official acts of school administrators - one Presidential Decree, one regulation and circular, and five directives - were analyzed. According to the literature, official documents can be used in document analysis (Patton, 2014, p. 4). When analyzing the data, the descriptive analysis technique was used as it was aimed to reflect the opinions of the participants to the research. The descriptive analysis technique is important in terms of revealing the opinions of the participants in the research in a meaningful way (Yıldırım & Şimşek, 2011, p.224). In this study, the content analysis technique was also used to reach new meanings from the data in terms of school administration (Table 3). The purpose of content analysis is to reach new meanings by making systematic inferences from the data (Krippendorff, 2004, p.18). Special attention was paid to obtain individual and institutional permissions. For quotation, the real names of the participants were not used. Another reason for gathering sufficient data during the research process is thought to be the sincere behaviors of the participants. This is due to the voluntary participation of the participants in the study. Finally, it can be stated that the research process was completed smoothly as planned by the researcher.

Validity and reliability

Five of the strategies recommended by Christensen, Johnson & Turner (2015, p. 405) were used to ensure the validity-reliability of this study. These are i) Data diversification: Interviews (15 interviews) and documents (8 official documents) were used in this study. ii) External auditing: The whole process was evaluated by two researchers, one school administrator, and language-expression expert. iii) Quoting: Some of the opinions that could contribute were also included. iv) Peer evaluation: The opinions of two other researchers and one school administrator about this study were obtained. v) Reflective thinking: It is considered that the fact that the researcher worked as a school administrator in the past and used electronic applications would contribute to a better reflection of the situations desired to be explained through the data.

FINDINGS

In this study, the findings were obtained from the interviews and documents.

Findings obtained through the interviews

2 categories, 8 subcategories, and 27 codes emerged in this study (Table 3).

Table 3: Categories, sub-categories and codes emerged in the research

	Categories	Categories
Categories	Evaluation of Electronic Applications Used in the Turkish Education System since 2007	Interaction of Electronic Applications Used in the Turkish Education System with the Current Structure since 2007
Sub-categories	Evaluation in terms of use	Interaction in terms of bureaucracy
Codes	Speeding up the works	Workload
	Unity in electronic applications	Waste of time
	Providing flexibility	Paper works
	Making archive works easier	
	Reducing workload	
	Making works easier	
	Ease of control	
	Requiring various arrangements and updates	
	Reducing motivation	
	Affecting health	
Sub-categories	Evaluation in terms of school administrators	Interaction in terms of organizational memory
Codes	Using technology	Providing convenience in accessing and storing information
	The adequacy of the training provided	Saving time and space
	Learning style	
	Obtaining opinions	
Sub-categories	Evaluation in terms of time administration	Interaction in terms of unofficial electronic applications
Codes	Saving time	Speeding up the communication
	Increasing workload	Making works easier
Sub-categories	Evaluation in terms of infrastructure	
Codes	The technical infrastructure of the school	
	The adequacy of the user infrastructure	
Sub-categories	Evaluation for comparing the applications with the previous ones	
Codes	Improved	
	Maintaining the previous one as it is	

According to Table 3, the emerging categories, sub-categories and codes were the evaluation of electronic applications used in the Turkish education system and their interaction with the existing structure. According to the relevant table, electronic applications had intense and different effects on the education system.

Category 1: Evaluation of electronic applications used in the Turkish education system

Five sub-categories and twenty codes emerged in this category.

Evaluation in terms of use

The participants addressed electronic applications from two perspectives. These perspectives suggested that the applications were useful and some aspects needed to be improved. The participants attached importance to the

electronic applications as a solution to the reduction of bureaucracy-based workload, which they considered as a problem the most. In this regard, Hüsamettin stated that *“it reduces the use of documents”* while Muhammet stated that *“there were systems that relieved the school administrators very much in terms of following up the completed works, and reducing the bureaucracy and paperwork”*. The participants also emphasized that one of the advantages was speeding up the works and, thus, making works easier. Hüsamettin clarified his opinions as follows: *“Official electronic applications have functional aspects such as facilitating, accelerating, providing unity in implementation, and providing data for central planning”*. Another advantage of these applications was their contribution to the archive services. Participants considered that an application in which they could use the information they needed later was useful. Ramazan’s opinions were as follows: *“...the positive aspect of these applications is that they are ideal in terms of storing information and accessing ready information...”*. The participants also emphasized that this allowed the applications to be used at the desired time (flexibility) by avoiding confusion through unity in electronic applications and provided ease of control. Some of the opinions of the participants were as follows: Salih: *“...Mistakes are determined instantly. They can be monitored continuously. As there is no time and place limitation, we can do these procedures when we are not at school”*. Rüştü: *“...As it is gathered under a single-center, it can be used wherever you go in Turkey”*.

The participants expressed that the technological applications were not only beneficial but also they had negative aspects that needed to be improved. Betül clarified supporting the existing electronic applications with various applications as follows: *“It would be appropriate to apply 3 types of more simple and useful (primary, elementary, and high school) fixed themes and provide the opportunity to add information more easily”*. Rüştü provided his opinions on the inclusion of situations that may negatively affect their motivation from time to time as follows: *“I support the use of BİMER (Prime Ministry Communication Center) and ALO 147, but we administrators suffer a lot as these channels are misused sometimes. These situations do not comfort us, but stress us out”*. Tarik expressed administrators’ becoming dependent on the computers as follows: *“It requires a person to always depend on a computer”*.

Evaluation in terms of the effect on school administrators

According to the participants, electronic applications showed an effect in two perspectives. First of them was the effect in terms of the knowledge and skill of the school administrators in using technology. The reasons like the school administrators’ ability to use the technology individually, their interest in technology and their ability to keep up with the time can be the basis for the infrastructural skills of the school administrators in technology. Moreover, school administrators followed technological applications closely and they used these applications when performing their duties. Abdullah: *“We can follow the digital application through mobile phones from wherever we are. We don’t even have to be at the school”*. Muhammet: *“These applications make everything easy for the school administrators who are already good at using technology”*. Ramazan: *“We use it effectively...”* Second, the participants noted that although school administrators receive training for these applications, it becomes inadequate in time because there are no updates for the training. The participants stated that the training is useful, and it needs to continue. Serdar: *“However, this training is inadequate”*. Abdullah: *“This training is insufficient”*. As expressed by the participants, Abdullah and Serdar learned these applications by themselves or asking the others, as Salih and Emin noted too. Salih: *“After the system started to be implemented, we could learn the mistakes or what we didn’t understand from the instructors or the other users over time”*. Emin: *“We got training for 2 days for the last DMS, but it is not possible to learn it only with the training, it has to be acquired by practicing.”* Moreover, the researcher considered that the applications should be updated according to the users’ comments and some precautions should be taken for the unwanted situations. Rüştü: *“Provided that the positive and negative aspects of the applications are compensated by the superior authorities, we can always update the system”*. Abdullah: *“We come across various difficulties or good aspects when applying these systems. Our friends can discover the innovations and they inform us about the deficiencies”*.

Evaluation in terms of time administration

The participants agreed that electronic applications were time-saving. These applications can be quite useful in making time for different works simultaneously. Mustafa: *“We can make more time for school”*. Hasan: *“These applications save time for us. We use the time more productively thanks to these applications”*. However, the participants also expressed that there were negative aspects of the applications along with the positive ones. The researcher saw that these applications brought about new workloads, and this would compromise their advantages although they make it easier to perform the works. Ahmet: *“Although it saves time for us, we cannot use its advantages as the workload increases over time.”*

Evaluation in terms of the infrastructure

The participants evaluated the infrastructure in two perspectives: The technical infrastructure of the school and the infrastructure of the users. The participants, except for three (Emine, Rüştü, Zeynep), expressed that schools have adequate infrastructure to be able to use the applications despite the deficiencies. This situation indicates that there have been improvements in schools in terms of infrastructure over time. Hüsamettin: *“The infrastructure at schools is good in general but the systems have to be improved for busy periods”*. Abdullah: *“We experience some slowdown in the network compared to past but it is fine in general”*. The participants agreed on the fact that the users didn't have any difficulties in keeping up with the infrastructure and that they could use the applications smoothly. However, opinions were reflecting that some school administrators experienced difficulties using these applications. Tarık: *“The school administrators adapted to the system, too. Those who didn't adapt themselves got retired and took themselves out of the case”*. Hasan: *Our friends, who had been school administrators for a long time, stayed inactive because they were not willing to learn this kind of application. On the contrary, others, who had been administrators for 5-10 years, were very eager and successful in this regard”*.

Evaluation of the applications for comparing with the past

The participants compared the situation before and after they used electronic applications when expressing their opinions. The participants stated that they experienced positive aspects after they started to use these electronic applications. These positive aspects were the acceleration of the processes by finishing the work easily, using the time productively and efficiently, and easy access to information. Some of the opinions were as follows: Tarık: *“The current situation is more comfortable and practical. Any information is there for the taking: there is no need to look for information about the students or staff from the archive”*. Ramazan: *“Let me give an example: Our school is old and our graduate students demand their diplomas. In past, we had to search for their documents year by year and rewrite them on the computer. Finally, we were getting the hard-copy and signing it. But now we just need their ID number to find the needed information immediately. Later, we just get it printed and sign it to deliver”*. However, it may be necessary to use the previous methods by necessity even if electronic applications are preferred more. Previous methods are still useful when there are some problems with the network or computer infrastructure (especially for the procedures before 2007). Emine: *“I use it in case there is a problem with the computer”*. Muhammet: *“For example, we go downstairs for the diploma records of our students graduated before 2007. We look at the promotion records in the archive”*.

In this category, the researcher determined that the participants were pleased with the electronic applications as they contributed to the work by making it fast, easy, effective, and productive. Electronic applications had negative aspects and they needed to be improved along with their advantages. Although electronic applications were generally used in the system, previous applications were also used from time to time to perform the work.

Category 2: The interaction of the digital applications in the Turkish education system with the current structure

In this category, there were three sub-categories and seven codes.

Interaction in terms of bureaucracy

The participants considered that digital applications brought along the characteristic alterations and improvements within the current structure. The participants also considered that bureaucracy was drastically reduced with the help of digital applications, which they especially identified with the workload, waste of time, and paperwork. The participants were satisfied with this alteration. The researcher understood from the opinions that electronic applications led to transformation and advancement in the current structure. Some of the opinions were as follows: Salih *“Actually, all applications reduce our workload because they provide us with the chance to work independently of setting, warn us immediately about the mistakes, and delivering the information instantly to the other side without wasting time”*. Serdar: *“These applications have countless positive aspects. They speed up the bureaucracy...”* However, some opinions reflected that different kinds of work emerged and the workload increased because of the ease and speed of communication. Abdullah: *“Of course, the applications make things easier but sometimes they make it harder, too”*. Zeynep: *“It's like bureaucracy is increasing with the ease of work”*.

Interaction in terms of organizational memory

The participants attached importance to the archive studies which can be seen as the most significant element of the organizational memory at the school. School administrators expressed that electronic applications contributed positively to archive studies, too. Along with bringing up a novel approach to archive studies, its positive contributions were as follows: Preventing information loss, facilitating the access to information, saving from time

and space. Some of the opinions in this regard were as follows: Hüsametlin: *“I think that it affects the organizational memory positively without doubt as it records the activities.”* Rüştü: *“It reduced the archive studies. Now it comes from the DMS and we put it into the folder after adding the appendix. We don't print it if it has nothing to do with us. We don't file them anymore. Moreover, the document record book is no longer used either. The incoming or outgoing document record book is not used anymore, too”.*

Interaction in terms of informal applications

The participants didn't only use formal applications with a perspective to running the work faster and easier but they also used informal applications when handling the formal works. According to the participants, these applications contributed to the work being done relevantly as much as the formal ones. Therefore, these applications help the work to progress faster and provide both formal and informal communication between employees. In short, this aspect of electronic applications can be useful both individually and organizationally. Some of the opinions were as follows: Tarık: *“We use them. Our school has a WhatsApp group, a Twitter account, a Facebook profile, a Gmail account, and an SMS group. We use them all”.* Muhammet: *“We don't only use the formal systems. Why? Because they are faster in terms of communication. For example, we use WhatsApp the most”.* Emin: *“We also use informal applications such as WhatsApp, mail, Twitter, Facebook. We use these informal applications especially to share the activities and communicate quickly.”*

In this category, the participants stated that electronic applications had interaction with the current structure in both formal and informal ways. The participants especially emphasized its contribution in terms of performing the works faster and easier, easy access to information, and archiving the available information. The researcher made an inference that the most important contribution of the electronic applications to school administration was that they enabled the bureaucratic structure to be managed in a better, faster and flexible way.

The findings obtained through the documents

The following points attracted attention in eight documents (one Presidential Decree, one piece regulation and circular letter and five directives) included in this study:

1. Being included in the 10th chapter of the Presidential Decree and being one of the articles regulating the Ministry of National Education, Article 322, Directorate for Information Technologies is the unit managing and leading the electronic applications within the scope of Turkish Education System.
2. The applications that should be used most by the school administrators were E-School (Electronic School), MoNEIS (Ministry of National Education Information Systems), EIN (Education and Information Network), IMSFEEET (Information Management System of Financing of Education and Education Expenses in Turkey), PEAI (Public Expenditures and Accounting Informatics), and DMS (Document Management System).
3. There were items regulating the infrastructure for giving and receiving education, network connection, and Internet usage.
4. It was requested to include the electronic applications in the plans to be applied in schools.
5. It was requested that the internal and external stakeholders of the school benefit from these electronic applications.
6. It was aimed to get the desired efficiency from applications through terms like education media and e-content. The data obtained through the opinions and documents showed that school administrators used electronic applications increasingly day by day. This was because that these applications were accessible and practical, they have the alternatives (formal and informal applications), they enable access and preservation of information, the infrastructure was improved day by day, and bureaucracy was implemented more flexibly at school as a natural result of these. In this regard, it can be concluded that the information obtained through the interviews and the documents were in parallel with each other.

RESULTS AND DISCUSSION

In this study, which was conducted with the qualitative research method, it was seen that electronic applications started to be used in the Turkish Education System especially after 2007 had many contributions to the school administrators. Some of these were contributing to making works faster and more comfortable, saving time and documents, facilitating the process of accessing and archiving information, and speeding up the communication. It was understood that infrastructure such as the internet, computer and the ability of administrators to use technology was sufficient to achieve the above-mentioned advantages. Although electronic applications were used, it was understood that there were cases where previous applications should be used, even if they were limited. However, these electronic applications also had deficiencies such as not updating the training over time and having factors that reduce motivation. In the literature, it was expressed that technology-based electronic applications facilitate access to data, unity in electronic applications, and access to information (Gökalp, 2018), increase communication, collaboration, and,

therefore, performance (Stephenson, 2007), provide practicality and suitable opportunities for the works, facilitate access to the resources, and allow easy and flexible work (Unger & Tracey, 2013). It is seen that it is important to follow and pioneer innovations to benefit from the technology-based electronic applications as desired (Huber & Hiltman, 2010), providing the tools to be used and providing the appropriate environment (Gürfidan & Koç, 2016; Sugar & Holloman, 2009), provide resources, increase motivation, and consider subordinates' opinions in administration (Armağan, Öz & Sever, 2020). On the other hand, in related studies, the school administrators stated that they were sufficient for these infrastructure services expected from them. In addition to this, they also expressed that they used applications such as e-school and MoNE DPS, but sometimes it was necessary to benefit from the previous applications (Akdemir, 2015; Baycan, 2018; Yörük, 2017). It is considered that the above-mentioned studies support the current study; however there is not enough data for electronic applications. The reason for this is considered to be because electronic applications were started to be used in the Turkish education system since 2007 and the studies generally focused on technology-leadership and technology-student success.

The interaction of electronic applications with the education system is felt formally and informally. It is understood that it transforms the bureaucratic structure, which is generally identified with especially paperwork, workload, and work intensity, in a way that satisfies the employees. In addition to this, one of the positive reflections was that it contributed to the organizational memory by providing easy access to the desired information. Achieving all these advantages is not only through electronic applications determined by senior administration. The school administrators also benefit from some applications they use in their daily lives when performing their duties. In this way, they can achieve gains in terms of time and communication. In literature, Şeker & Şeker (2009) define bureaucracy as reducing the workload and making things easier -changing the bureaucratic structure- while Balıkcı & Aypay (2018) define it as a combination of workload, paperwork, and time-consuming work. Yıldırım, Yılmaz & Balıkcı (2018) emphasize that Document Administration System (DMS), one of the systems used in the Turkish education system, is beneficial in terms of speeding up the work by recording and storing information and documents, but it needs to be updated and developed over time, and Chen (2013), Claudet (2002), Rikkerink, Verbeeten, Simons & Ritzen (2016) emphasize that making innovations will lead to new opportunities and developments for both professional and personal development of school administrators and teachers. It is seen that the school administrators use applications such as social media, e-portfolio, e-textbook by not only using computers, official applications, but also mobile phones, tablets, etc. (Bayram, 2017; Berry & Marx, 2010; Duran & Bayar, 2020; Mashaqbeh & Shurman, 2015) and, therefore, the use of technology provides benefits for teachers and students in terms of educational activities and the general works are sustained more effectively and efficiently (İra, Çolak & Geçer, 2019). It is seen that the results of the above-mentioned studies are generally in parallel with this study. However, it is considered that unofficial electronic applications are not partially in parallel with the results of this study due to insufficient reflection in the literature. This is because electronic applications have both social and technical contributions to the organization (Appelbaum, 1997; Mariani, 2019). For example, social media can make it easier for administrators to get enough information and access new information (Cao, Ali, Pitafi, Khan & Wagas, 2020). Also, it enables sustainable and quality administration programs to be organized. Therefore, it can pave the way for administrators to perform more effectively (Chaudhuria & Jayaram, 2019; Tofur, 2017). The aforementioned studies emphasize that the social dimension of technology should be considered with informal applications. However, the present study found that research did not focus on the social dimension (motivation, health, communication, etc.) of school administrators' interest in technology sufficiently. This shows that the current research confirms the relevant literature in terms of technology use such as speed, convenience, and decreasing workload. However, the findings of the current research did not coincide with the social dimension. The current research is considered to contribute to the literature in terms of emphasizing the social dimension of technology.

LIMITATIONS AND IMPLICATIONS FOR RESEARCH AND PRACTICE

The present study has two limitations. First, inferences were made by taking into account the opinions of 15 school administrators. Second, electronic applications that were put into practice between 2007 and 2017 were considered. Based on the data, the following recommendations can be made for the practitioners: Although the advantages of electronic applications are generally listed, some unwanted aspects (the presence of applications that can reduce motivation, adverse effects on the health, the need to update applications) are also encountered. The applications can be updated based on the opinions of the school administrators. Based on these updates, periodic training can be provided to increase the skills of school administrators for using these applications and increasing their knowledge on how to use the system. Based on some electronic applications, applications that increase and occupy school administrators' workload and reduce motivation can be reviewed and improved. The use of these applications can be monitored to include more frequently used and concrete data. Irregularities that may occur can be prevented by introducing regulations for unofficial but frequently used electronic applications by school administrators. The

following recommendations can be made for the researchers: Studies can be conducted based on new applications that may emerge due to the increasing use of electronic applications. Teachers can be included in such studies. Different methods can be used when conducting these studies. New theories can be put forward in the field of school administration by comparing the existing study results with the results of the studies conducted with different methods. It can be ensured that both theorists and practitioners are aware of the results by presenting the research results on different platforms. Thus, new research fields can be created for the theorists and a starting point can be established in the arrangements to be made for the practitioners.

REFERENCES

- Akdemir, E. (2015). *Determining the technology-oriented in-service training needs of school administrators and proposing an in-service training program*. Unpublished PhD Thesis, Necmettin Erbakan University, Konya. [In Turkish]
- Akgün, E. (2019). Digital transformation in the 2023 education vision. *Seta Perspektif*, 233, 1-6, retrieved from setav.org.tr on 27.09.2020.
- Akın, U. (2016). Innovation efforts in education and school administration: Views of Turkish school administrators. *Eurasian Journal of Educational Research*, 63, 243-260. <http://dx.doi.org/10.14689/ejer.2016.63.14>
- Aktaş, N. (2016). *Investigation of technology leadership roles of school administrators in secondary education institutions*. Unpublished Master's Thesis, Marmara University, Istanbul. [In Turkish]
- Appelbaum, S. H. (1997). Socio-technical systems theory: An intervention strategy for organizational development. *Management Decision*, 35(6), 452-463.
- Armağan, Y., Öz, M., Sever, M. (2020). School principals and human relations. *Educational Administration: Theory and Practice*, 26(1), 1-58. [In Turkish]
- Bakioğlu, A., & Şentuna, T. (2001). Duties of teachers and school administrators in education with the Internet. *Pamukkale University Journal of Education*, 9, 10-18. [In Turkish]
- Balıkçı, A., & Aypay, A. (2018). An investigation of school principalship in the context of bureaucracy. *Electronic Turkish Studies*, 13(11), 1535-1560.
- Banoğlu, K., Vanderlinde, R., & Çetin, M. (2016). Analysis of school principals' technology leadership profiles in the context of schools' learning organizational culture and technological infrastructure: fatih project schools and others. *Education and Science*, 41(188), 83-98. DOI: 10.15390/EB.2016.6618 [In Turkish]
- Baş, E. D. (2012). *The relationship between primary school administrators' technology leadership roles and the school climate*. Unpublished Master's Thesis, Maltepe University, Istanbul. [In Turkish]
- Baycan, Ş. (2018). *The relationship between school administrators' technological competencies and communication skills according to teachers opinions*. Unpublished Master's Thesis, İstanbul Sebahattin Zaim University, İstanbul. [In Turkish]
- Baykara, M. (2018). *The competencies of public and private primary school administrators in technology leadership roles (Istanbul province, Bahçelievler district example)*. Unpublished Master's Thesis, İstanbul Sebahattin Zaim University, İstanbul. [In Turkish]
- Bayram, A. (2017). A qualitative study on the contribution of educational administrators' use of social media to educational administration. *European Journal of Education Studies*, 3(9), 456-468. DOI: 10.5281/zenodo.890967
- Berry, J. E., & Marx, G. (2010). Adapting to the pedagogy of technology in educational administration. *Scholar-Practitioner Quarterly*, 4(3), 245-255.
- Bouchard, M., & Stegemoller, W. J. (2019). Tools to support collaboration in educating emergent multilingual students: Jumpstart and electronic performance log. *I. E.: Inquiry in Education*, 11(2), 1-22.
- Bulden, D. C., Hurt, J. W., & Richardson, M. K. (2017). Implementing digital tools to support student questioning abilities: A collaborative action research report. *I. E.: Inquiry in Education*, 9(1), 1-15.
- Cao, X., Ali, A., Pitafi, A., Khan, A., & Wagas, M. (2020). A socio-technical system approach to knowledge creation and team performance: evidence from China. *Information Technology & People*. DOI: 10.1108/ITP-10-2019-0536
- Caudet, J. (2002). Issues and directions in technology-integrated personnel assessment and professional development. *Journal of Personnel Evaluation in Education*, 16(1), 7-10.
- Chaudhuria, A., & Jayaram, J. (2019). A socio-technical view of performance impact of integrated quality and sustainability strategies. *International Journal of Production Research*, 57(5), 1478-1496. <https://doi.org/10.1080/00207543.2018.1492162>

- Chen, W. (2013). School leadership in ict implementation: Perspectives from Singapore. *Asia- Pacific Edu Res.*, 22(3), 301–311. DOI: 10.1007/s40299-012-0055-8
- Christensen, L.B., Johnson, R.B., & Turner, L.A. (2015). *Qualitative and mixed method research* (M. Sever, Trans.), (A. Aypay, Trans. Ed.), in *Research methods, design and analysis* (pp. 400-433). Ankara: Anı. [In Turkish]
- Creswell, J. W. (2016). Qualitative research design. A. Budak ve İ. Budak, (Trans.), M. Bütün ve S. B. Demir, Trans. Ed.), in *Qualitative research methods* (pp. 42-68) . Ankara: Siyasal. [In Turkish]
- Çevik, V., & Baloğlu, M. (2007). Investigation of school administrators' computer anxiety levels in terms of various variables. *Educational Administration: Theory and Practice*, 52, 547-568. [In Turkish]
- Dormann, M., Hinz, S., & Witmann, E. (2019). Improving school administration through information technology? How digitalisation changes the bureaucratic features of public school administration. *Educational Management Administration & Leadership*, 47(2), 275– 290. DOI: 10.1177/1741143217732793
- Duran, E., & Bayar, A. (2020). Teachers' opinions about using social media. *Igd Univ Jour Soc Sci*, 24, 425-447. [In Turkish]
- Engür, A. (2014). *Technology teachers' opinions on school principals' technological leadership skills*. Unpublished Master's Thesis, Akdeniz University, Antalya. [In Turkish]
- Eren, E., & Kurt, A. A. (2011). Technology leadership behaviors of primary school principals. *Uşak University Journal of Social Sciences*, 4(2), 219-238. [In Turkish]
- Esposito, M. (2013). *An examination of secondary school teachers' technology integration recommended by iste's national educational technology standards for teachers and school principal support for teacher technology efforts*. Doctoral dissertation retrieved from ProQuest dissertations and theses. UMI Number: 3574115
- Filho, W. L., Manolas, E., & Pace, P. (2008). Education for sustainable development: Current discourses and practices and their relevance to technology education. *Int J Technol Des Educ*, 19, 149–165. DOI: 10.1007/s10798-008-9079-z
- Fraillon, J., Ailley, J., Schulz, W., Friedman, T., & Gebhardt, E. (2013). *Preparing for life in a digital age*. Springer Open.
- Garcia, A., Abrego, J., & Jauregui, J. (2019). Technologies frequently used by elementary principals. *Universal Journal of Educational Research* 7(1), 95-105. DOI: 10.13189/ujer.2019.070113
- Gökalp, H. (2018). *Opinions of school administrators regarding the functionality of MoNEIS application*. Unpublished Master's Thesis, Akdeniz University, Antalya. [In Turkish]
- Gökoğlu, S. (2014). *Evaluation of technology integration into learning environments with a system-based technology leadership model*. Unpublished Master's Thesis, Karadeniz Technical University, Trabzon. [In Turkish]
- Görgülü, D., Küçükali, R., & Ada, Ş. (2013). Technological leadership self-efficacy of school administrators. *Educational Technology Theory and Practice*, 3(2), 53-71. [In Turkish]
- Gürfidan, H., & Koç, M. (2016). The effect of school culture, technology leadership, and support services on teachers' technology integration: A structural equation modeling. *Education and Science*, 41(88), 99-116. [In Turkish]
- Gürkan, H. (2017). *Investigating the relationship between school principals' technology leadership competencies and lifelong learning competencies*. Unpublished Master's Thesis, Istanbul Sebahattin Zaim-Marmara University, Istanbul. [In Turkish]
- Güven, A. (2015). *Investigation of technology leadership competency perceptions of high school administrators according to various variables*. Unpublished Master's Thesis, Sakarya University, Sakarya. [In Turkish]
- Huber, S. G., & Hiltman, M. (2010). Competence profile school management (CPSM) – an inventory for the self-assessment of school leadership. *Educ Asse Eval Acc*, 23, 65–88. DOI:10.1007/s11092-010-9111-1
- Hus, J. A., & Eastep, S. (2013). The Perceptions of Students toward Online Learning at a Midwestern University: What are Students Telling Us and What Are We Doing About It? *I. E.: Inquiry in Education*, 4(2), 1-21.
- Ira, N., Gecer, A., & Colak, I. (2019). Detecting the opinions of the secondary school administrators regarding the use of mobile technologies for educational purposes. *Educational Policy Analysis and Strategic Research*, 14(3), 290-311. DOI: 10.29329/epasr.2019.208.13
- İbil, H. (2012). *School administrators' opinions about the e-school system application*. Unpublished Master's Thesis, Dokuz Eylül University, Izmir. [In Turkish]
- Kızıltepe-Ayhan, H. (2017). *The relationship between educational administrators' attitudes and thoughts on technology use and the use of technology in English lessons*. Unpublished Master's Thesis, Maltepe University, Istanbul. [In Turkish]
- Kim, S., Paik, W., & Lee, C. (2014). Does bureaucracy facilitate the effect of information technology (IT)? *International Review of Public Administration*, 19(3), 219-237. DOI: 10.1080/12294659.2014.942050
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: an introduction to its methodology* (2nd ed.). Sage.

- Kuo, N.-C. (2015). Action research for improving the effectiveness of technology integration in preservice teacher education. *E.: Inquiry in Education*, 6(1), 1-21.
- Makewa, L., Meremo, J., Role, E., & Role, J. (2013). ICT in secondary school administration in rural southern Kenya: An educator's eye on its importance and use. *International Journal of Education and Development using Information and Communication Technology (IJEDICT)*, 9(2), 48-63.
- Mariani, S. (2019). Coordination in Socio-technical Systems: Where are we now? Where do we go next? *Science of Computer Programming*, 184, 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.scico.2019.102317>
- Mashaqbeh, I., & Shurman, M. (2015). The adoption of tablet and e-textbooks: First grade core curriculum and school administration attitude. *Journal of Education and Practice*, 6(21), 188-195.
- Mintzberg, H. (2014). *The structuring of organizations (A. Aypay, Trans. Ed.)*. Ankara: Nobel Publishing.
- Miles, M. B., & Huberman A. M. (2015). *Focusing on data collection and limiting data collection: a meaningful start* (D. Örüçü, Trans.), (S. Akbaba Altun, A. Ersoy, Trans. Ed.) in *Qualitative data analysis* (pp. 16-39). Ankara: PegemA. [In Turkish]
- Morrow, C. A. (2010). *An analysis of high school principals' technology use pertaining to instructional leadership impacting student achievement*. Doctoral dissertation retrieved from ProQuest dissertations and theses. UMI Number: 3411289
- Ölçek, G. (2014). *Investigating the opinions of school principals and teachers on the technology leadership levels of principals working in primary schools*. Unpublished Master's Thesis, Uşak University, Uşak. [In Turkish]
- Page-Jones, A. B. (2008). *Leadership behavior and technology activities: The relationship between principals and technology use in schools*. Doctoral dissertation retrieved from ProQuest dissertations and theses. UMI Number: 3377828
- Prokopiadou, G. (2011). Using information and communication technologies in school administration: Researching Greek kindergarten schools. *Educational Management Administration & Leadership*, 40(3), 305-327. DOI: 10.1177/1741143212436953.
- Puckett, R. (2014). Leadership in educational technology. *I-manager's Journal of Educational Technology*, 10(4), 1-5.
- Rikkerink, M., Verbeeten, H., Simons, R. J., & Ritzen, H. (2016). A new model of educational innovation: Exploring the nexus of organizational learning, distributed leadership, and digital technologies. *J Educ Change*, 17, 223-249. DOI: 10.1007/s10833-015-9253-5
- Selvitopu, A., Kaya, M. (2017). Leadership and organizational commitment in educational institutions context: A meta analytic review. *Dicle University Ziya Gökalp Journal of Education Faculty*, 31, 719-728. DOI: 10.14582/DUZGEF.1822
- Sugar, W., & Holloman, H. (2009). Technology leaders wanted: Acknowledging the leadership role of a technology coordinator. *TechTrends*, 53(6), 66-75.
- Stephenson, G. (2007). *A leadership approach to using technology to enhance organizational learning and the creation of a knowledge-centered culture in this school district*. Doctoral dissertation retrieved from ProQuest dissertations and theses. UMI Number: 3349065
- Şeker, N., & Şeker, G. (2009). Evaluation of Provincial Registry System (PRS), one of the e- government applications, by school administrators. *Journal of Information Technologies*, 2(2), 11-19. [In Turkish]
- Şimşek, M. Ş., & Akın, H. B. (2003). *Technology management and organizational change*. Konya: Çizgi Publishing. [In Turkish]
- Tofur, S. (2017). Examining the indexes of the journal of announcements between 1980 -2014 in terms of Fullan's Educational Change Model. *Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi*, 7(2), 313-352. <http://dx.doi.org/10.14527/pegegog.2017.012> [In Turkish]
- Turkoglu, M. E. & Cansoy, R. (2020). School principals' opinions on the meaning and sources of workload. *International Journal of Contemporary Educational Research*, 7(1), 177-191. DOI: <https://doi.org/10.33200/ijcer.657994>
- Ulukaya, F. (2015). *The relationship between school administrators' self-efficacy in technology leadership and their level of realizing education and training (Tokat province example)*. Unpublished Master's Thesis, Gaziosmanpaşa University, Tokat. [In Turkish]
- Unger, K. L., & Tracey, M. W. (2013). Examining the factors of a technology professional development intervention. *J Comput High Educ*, 25, 123-146. DOI: 10.1007/s12528-013- 9070-x
- Weng, C. H., & Tang, Y. (2014). The relationship between technology leadership strategies and effectiveness of school administration: an empirical study. *Computer & Education*, 76, 91- 107.
- Xiong, X. B., & Lim, C. P. (2015). Curriculum leadership and the development of ICT in education competencies of

- pre-service teachers in South China. *Asia-Pacific Edu Res*, 24(3),515–524. DOI:10.1007/s40299-015-0238-1
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2011). *Qualitative research methods in the social sciences*. Ankara: Seçkin. [In Turkish]
- Yıldırım, R., Yılmaz, E., & Balıkçı, A. (2018). A new application in education bureaucracy: document management system (DMS). *Turkish Studies*, 13(11), 1497-1515. [In Turkish]
- Yılmaz, O. (2018). *Teachers' opinions on instructional leadership competencies of school administrators in the process of technology integration in education (İstanbul province, Başakşehir district example)*. Unpublished Master's Thesis, Trakya University, Tekirdağ. [In Turkish]
- Yin, R. K. (2014). *Case study research design and methods* (5th ed.). Sage.
- Yörük, T. (2017). *The use of electronic services offered by the Ministry of National Education within the scope of management information systems as a decision support system: A grounded theory study*. Unpublished PhD Thesis, Akdeniz University, Antalya. [In Turkish]

EXAMINATION OF MIDDLE SCHOOL 8TH GRADE STUDENTS' PROBLEM SOLVING ATTITUDES IN TERMS OF VARIOUS VARIABLES

Eylem ÇELİK

Ministry of National Education, Yağmurtepe Primary School, Siirt, Turkey
eylemkagan.celik@gmail.com
ORCID: 0000-0002-9314-1085

Halil Coşkun ÇELİK

Assoc. Prof. Dr., Siirt University, Faculty of Education, Department of Mathematics and Science Education, Siirt, Turkey
hcoskun.celik@gmail.com
ORCID: 0000-0003-0056-5338

Furkan ÖZDEMİR

Research Assistant, Ph.D., Siirt University, Faculty of Education, Department of Mathematics and Science Education, Siirt, Turkey
furkanozdemir24@gmail.com
ORCID: 0000-0001-9116-1480

ABSTRACT

This study was carried out to determine the problem-solving attitudes of 8th grade students in mathematics and to reveal whether they differ according to the variables of gender, family income, achieve in mathematics course and the status of connection mathematics with daily life. The status of the variables associated with the attitudes towards problem-solving was also determined. The study was carried out with 177 (96 female and 81 male) 8th grade students selected by simple random sampling method in a state secondary school in a province. The research data are gathered with the personal information form and the scale of mathematics problem solving attitude. To analyse the data, descriptive statistics, independent sample t-test, one-way analysis of variance and Scheffe test were performed. Pearson product moment correlation coefficients was calculated to examine the relationship between the variables as well. At the end of the study, it was found that attitudes toward problem-solving of students were positive level, and there was a significant difference in terms of mathematics achievement and the status of connecting mathematics with daily life, and there was no difference in terms of gender and family income. Also, a medium level of positive correlation was found between students' problem-solving attitude and the "teaching" sub-dimension, and a high-level positive correlation between the "enjoyment" sub-dimension. The findings of this study may help to reveal the profiles of students' attitudes towards problem solving.

Keywords: Mathematics achievement, connection, student attitudes, problem-solving.

INTRODUCTION

A problem is a task for which the solution or goal cannot be achieved immediately; the problem does not have a clear algorithm for the student to use, the student's first reaction to the problem is that there is no solution and it is blocked (McLeod & Adams, 1989). The problem is a difficult task for the individual trying to solve the problem, and this difficulty is described as an intellectual rather than a numerical impasse (Schoenfeld, 1985). The solution is the whole process from the first encounter with the problem until it is finished. The answer is a component that emerges as a result of the resolution process. According to Kaur (1997), problem solving is the essence of learning mathematics. Problem solving enables students to understand and explain the processes used to arrive at solutions, rather than remembering and applying a set of procedures (Klerlein & Sheena Hervey, 2020), allowing them to think and reason systematically (Salleh & Zakaria, 2009). Mathematical problem solving is a complex activity that involves many cognitive actions and relies on a wide variety of knowledge and skills. This means that the problem-solving instruction must be designed very carefully to address all relevant processes, knowledge and skills. Such instructions should be provided comprehensively, but when this is not provided it is not surprising that many students find mathematical problems in solving such a problem (Garafolo, 1985). The purpose of effective mathematics teaching is to develop students' problem-solving skills (Pimta, Tayruakham & Nuangchalerm, 2009). It is important for the individual to have sufficient mathematical knowledge to solve a mathematical problem (Polya, 1957; Schoenfeld, 1985). Because problem solving is so complex, students must be given carefully designed problem-solving training, gain extensive problem-solving experience, and be exposed to a wide variety of mathematical problem-solving techniques, strategies, and situations. Since most of the students are not guided, they cannot develop expertise in problem solving and therefore have difficulty. For this reason, students should be assisted in problem solving in mathematics teaching because problem solving offers a powerful approach to expand mathematical concepts and skills (Szabo, Körtesi, Guncaga, Szabo, & Neag, 2020) and supports learning mathematics.

Problem solving is accepted as the 21st century teaching approach related to academic achievement (Arslan, Yavuz & Deringol-Karatas, 2014; Szabo, Körtesi, Guncaga, Szabo, & Neag, 2020; Wirth & Klieme, 2003). Because problem solving skill is not only aimed at learning the subject, but also emphasizes developing the thinking skill

method (Pimta, Tayruakham & Nuangchalerm, 2009). For this reason, the structure of problem solving and the increase in achievement in problem solving are issues addressed by many educators and psychologists (Arslan, Yavuz & Deringol-Karatas, 2014). Attitude is among the factors that affect problem solving in mathematics (Foong, 2002). Mathematical problem solving attitude is the positive or negative tendency of an individual regarding a mathematical problem and its solution process (Çanakçı, 2008). In other words, mathematical problem solving attitude is the mental structure of the student to respond positively or negatively to problem solving in mathematics. Positive attitudes towards problem solving can most likely improve students' ability to learn mathematics. Students who develop a positive attitude towards mathematics display willing, anxiety-free, consistent and self-confident behaviors while solving mathematical problems (Ministry of National Education, [MoNE], 2015). Otherwise, students who have negative attitudes towards problem solving in mathematics increase their mathematics anxiety and accordingly, their achievement in the course may decrease. Therefore, students' achievement can be affected by their attitudes towards problem solving (Mohd & Mahmood, 2011).

In school mathematics, problem solving is assumed to be a part of life. However, there are certain groups of students who cannot reach the desired potential and achievement in mathematics. Girls, under-numbered (unsuccessful) students in the classroom, and students from low socio-economic backgrounds do not participate in math and math-related activities to the extent their abilities predict (McLeod & Adams, 1989). Therefore, this situation causes students to exhibit negative attitudes towards problem solving. An important factor affecting learning and problem solving is learners' ability to connect. Students should connect mathematics with daily life in order to better understand, learn and maintain the mathematical concepts, problems and basic information learned in school mathematics. However, students who are successful in mathematics cannot exhibit the expected achievement when they encounter a real life situation (Umay & Kaf, 2005), which can negatively affect their problem solving success. Mathematical connection is a component of a schema or a linked schema group in a mental network (Arjudin, Sutawidjaja, Irawan & Sa'dijah, 2016). Establishing mathematical connection is a process that takes place in the mind of the student, and this connection is the student's own mental structure that exists in his mind (Businskas, 2008). For this reason, students should be given the opportunity to make mathematical connections in order to be more successful in learning mathematics (Arjudin et al., 2016).

Mathematical connection is part of a network of knowledge linked to other sciences consisting of basic concepts for understanding and establishing relationships between mathematical ideas, concepts and procedures (Baiduri, Putri, & Alfani, 2020). It provides a strong structure for students to learn mathematics and is an essential component for the development of problem-solving skills. Learning can be more effective in teaching where mathematical connections are made. In cases where effective and meaningful learning can be achieved, the attitude towards mathematics and, in parallel, the attitude towards problem solving develops. However, in environments where meaningful learning does not occur, positive attitudes cannot be expected. Because of differences in knowledge, experience, ability, or interest, what is a problem for one person may not be a problem for another; a problem for one person at a certain time may not be so at another time (Kaur, 1997). In some contexts, as students develop their mathematical abilities, problems may initially turn into exercises after some practice (Kaur, 1997). It is desired that the teaching methods applied in school mathematics facilitate learning for the student, support it and be interesting. It is inevitable that 8th grade students who will take the entrance exam to high schools in particular, have the knowledge, skills and achievements to solve problems that they may encounter in real life (non-routine problems) together with the problems they see only in school mathematics and textbooks. Problem solving gains will be able to improve students' problem solving attitudes in a positive way. Gaining awareness of problem solving stages, methods and problem solving strategies and using them effectively and efficiently in the problem solving process are the basic components for learners to be successful. As students develop strategic competencies in solving problems, their attitudes and beliefs as mathematics learners will become more positive (National Research Council, 2001). Although students may have enough intuitive knowledge about problem solving, they should be taught how to think, reason and solve problems (Posamentier & Krulik, 2016). In other words, problem solvers are generally unaware of the emotions and problem-solving processes that affect them (McLeod & Adams, 1989). In this context, the importance of having knowledge about cognitive and affective factors that are thought to be effective on problem solving in learners emerges. It is also stated that beliefs, attitudes and emotions are important factors in affective field studies in mathematics education.

In the achievement of mathematical problem solving, the student; knowledge level, problem solving attitude and beliefs about problem solving are effective; If the student thinks that problem solving has an important contribution to his mental development (Doğan & Çetin, 2018), he will give more space to problem solving in his real life and have positive attitudes towards problem solving. In this context, the present study provides a basic approach to determine students' problem-solving attitudes and to reveal which factors are related. In addition, although the affective factors related to problem solving in the mathematics curriculum constitute an increasing focus, there are very few studies on problem solving attitudes in the literature. This deficiency creates a big gap in determining the profiles of students regarding their problem-solving attitudes. This study provides a basic approach to reveal the profiles of students' problem-solving attitudes and to determine the variables associated with problem-solving. Within the scope of this approach, the main purpose of our research is to examine the mathematics problem-solving

attitudes of secondary school 8th grade students in terms of different variables. For this purpose, answers to the following questions were sought.

1. What is the level of middle school 8th grade students' mathematical problem solving attitudes?
2. Do the 8th grade students' math problem solving attitudes show a significant difference according to their gender, income status of their families, achievement in mathematics course and the status of connecting mathematics with daily life?
3. Is there a significant relationship between the mathematics problem-solving attitudes of the 8th grade middle school students and the sub-dimensions of enjoyment and teaching?

METHOD

Research Model

This study was designed in the general survey model, which is one of the quantitative research methods, in order to reach a general judgment about the problem solving attitudes of secondary school students in mathematics. The general screening model is the screening arrangements made on the whole universe or a group of samples or samples to be taken from the universe in order to reach a general judgment about the universe in a universe consisting of many elements (Karasar, 2012: 79).

Research Group

The research was conducted with 177 (96 female and 81 male) eighth grade students selected by simple random sampling method, studying in a state secondary school in a province in the Southeastern Anatolia Region in the fall semester of the 2019-2020 academic year. Simple random sampling means that each member of the universe has an equal and independent chance of being selected; its advantages are the simplicity of the process and its compatibility with the assumptions of many statistical tests (Mertens, 2010: 318). For this reason, the use of simple random sampling method was preferred in the study. The reasons for conducting the study on eighth grade students are that these students encounter more problem-solving activities in the mathematics curriculum, their knowledge, attitudes and behaviors related to problem solving in mathematics have improved compared to other lower-level students, and they will take the LGS (High School Entrance Examination) exam at the end of the year. Students are between the ages of 13-15.

Data Collection Tool

Personal information form and mathematical problem solving attitude scale were used as data collection tools in the study.

Personal information form: In this form developed by the researchers, there are four questions (gender, family income status, mathematics course achievement score, connecting mathematics with daily life) that are thought to be related to students' mathematical problem-solving attitudes.

Mathematical problem solving attitude scale: It was developed by Çanakçı and Özdemir (2011) to determine secondary school students' attitudes towards mathematical problem solving. The scale consists of a total of 19 items, 11 of which are positive and 8 of which are negative, in a 5-point Likert type and two sub-dimensions. Items between 1 and 10 are in the sub-dimension of "Enjoyment (reflecting the student's attitudes about whether he likes to solve problems, whether he is bored or difficult while solving problems)", and items between 11 and 19 are "Teaching (because it reflects the student's attitudes about the teaching process of problem solving)" sub-dimension. Substances; I completely agree (5), agree (4), undecided (3), disagree (2), and strongly disagree (1). During the analysis process, negative items (1, 2, 3, 4, 5, 7, 8 and 10) were scored in reverse. The highest score that can be obtained from the scale is 95 and the lowest score is 19. A high score indicates that the attitudes towards solving mathematical problems are developed and at a high level, while a low score indicates the opposite. In this study, the Cronbach-alpha reliability coefficient was calculated as .89 for the overall scale, .87 for the "enjoyment" sub-dimension and .73 for the "teaching" sub-dimension. Since the calculated values are above .70, the data obtained from the scale are reliable and considered suitable for reporting the analyzes (Lance, Butts & Michels, 2006).

The data were collected in the first semester of the 2019-2020 academic year, by the first researcher, informing the participant students and the mathematics teacher before the lesson, in approximately 8 minutes, on a voluntary basis in the classroom environment, without taking the names of the students.

Analysis of Data

The data were analyzed in IBM SPSS 24.0 package program. First of all, the scale of mathematics problem solving attitude and its sub-dimensions; it was tested whether it conforms to normal distribution and whether it shows a homogeneous distribution. The values of skewness and kurtosis coefficients were found between -1.0 and +1.0 for the test of the assumptions of conformity of the data to the normal distribution. In addition, it was determined that some calculated central tendency measures (arithmetic mean, mode and median) were close to each other. Since

these two assumptions were met, it was determined that the problem solving attitude scale and its sub-dimensions showed normal distribution and it was appropriate to use parametric tests. After checking the normality assumption, the levels of students' problem solving attitudes and sub-dimensions were calculated with the help of arithmetic mean and standard deviation values. In the interpretation of the mean scores, arithmetic mean ranges were determined according to the "range of array/number of groups to be made" formula created by Tekin (1996). The arithmetic mean ranges used are "1.00-1.80=Very Low", "1.81-2.60=Low", "2.61-3.40=Medium", "3.41-4.20=High" and "4.21-5.00=Very High". The arithmetic means according to the evaluation intervals are given in the findings section.

The difference between students' problem solving attitudes according to gender and income status of the family was analyzed by independent sample t-test, the difference between problem solving attitudes according to mathematics course achievement and connecting mathematics with daily life was analyzed by one-way analysis of variance (ANOVA). For the analysis of variance, the assumption of normality was provided and the homogeneity control of the variances was made. Welch test findings were included in cases where the variances were not homogeneous ($p < .05$). Scheffé test, which is one of the multiple comparison methods, was used to determine between which groups the difference between the group averages was. Because if the variances are equal, the Scheffé test is often used in the multiple comparison of the mean scores (Büyüköztürk, 2020), otherwise the Welch test can be used.

On the other hand, the relationship between mathematical problem solving attitude and "teaching" and "enjoyment" sub-dimensions was calculated using the Pearson product moment correlation coefficient. If the Pearson correlation coefficient is .29 and below this value, there is a low correlation, between .30-.69 there is a medium correlation, and between .70-1.00 there is a high correlation (Büyüköztürk, 2020).

FINDINGS

In the study, normality values of mathematics problem solving attitude scale scores (dependent variable) were examined using skewness-kurtosis coefficient values and central tendency measures (mean, mode, median). The obtained results are given in Table 1.

Table 1. Normality test for problem solving attitude mean scores and sub-dimensions

Dimension	N	Min.	Max.	$\bar{X} \pm Sd.$	Mod	Median	Skewness	Kurtosis	Level
Teaching	179	3.00	5.00	4.16± .45	4.00	4.11	-.01	-.31	High
Enjoyment	179	1.40	5.00	3.15± .78	3.20	3.20	-.21	-.19	Moderate
PSA(Total)	179	2.58	4.79	3.63± .50	3.84	3.63	.14	-.65	High

Note. PSA: Problem solving attitude

From Table 1, it was seen that the skewness-kurtosis coefficient values related to the scores of the problem solving attitude scale and its sub-dimensions varied between -1.5 and +1.5 (Tabachnick & Fidell, 2013), while the mean, mode and median values were close to each other. Accordingly, since the problem solving attitude scores showed a normal distribution, parametric methods were used. In addition, the highest score the students got from the problem solving attitude scale was 4.79 and the lowest was 2.58. The highest score obtained from the "teaching" sub-dimension of the problem solving attitude scale was 5.00; the lowest score was 1.89; The highest score obtained from the "enjoy" sub-dimension is 4.00 and the lowest score is 1.40. Since the students' problem solving attitude point average (3.59) was between 3.40-4.20 according to the value range table, it was found that the students' problem solving attitudes were positive (high); According to the "teaching" sub-dimension average score (4.09), it can be said that students have high attitudes, and according to the "enjoying" sub-dimension average score (3.14), students have moderate attitudes.

Independent sample t-test was used to determine whether the mathematics problem solving attitude scale scores and sub-dimensions showed a significant difference according to the gender of the students. The obtained results are shown in Table 2.

Table 2. Independent sample t-test results of problem-solving attitudes and sub-dimensions by gender

Dimension	Gender	N	Mean	Sd.	t	p
Teaching	Female	96	4.21	.41	1.38	.16
	Male	81	4.12	.48		
Enjoyment	Female	96	3.19	.72	.64	.51
	Male	81	3.11	.86		
PSA	Female	96	3.67	.47	1.12	.26
	Male	81	3.59	.53		

In Table 2, it was seen that the mean score of females (3.67) was higher than the mean score of males (3.59), but this difference was not statistically significant ($t=1.12$; $p>.05$). In the teaching sub-dimension of the scale, the mean score of the females (4.21) was higher than the mean score of the males (4.12), but in the sub-dimension of enjoyment, the mean score of the females (3.19) was lower than that of the males (3.11) and was not statistically significant.

The income status of the families of the students is given in two categories as less than the net minimum wage of 2.826₺ and more than 2.826₺. Those whose income is less than the minimum wage are classified as “low income” and those with higher income are classified as “high income”. The independent sample t-test was used to analyze whether the scores and sub-dimensions of the mathematics problem solving attitude scale showed a significant difference according to the income status of the students' families. The obtained results are given in Table 3.

Table 3. Independent sample t-test results of problem solving attitudes according to income status

Dimension	Income status	N	Mean	Sd.	t	p
Teaching	Low	33	4.14	.45	-.39	.69
	High	144	4.18	.44		
Enjoyment	Low	33	3.31	.55	1.51	.13
	High	144	3.12	.83		
PSA	Low	33	3.71	.44	.81	.42
	High	144	3.62	.51		

When Table 3 is examined, it was seen that the mathematics problem solving attitude mean score of students with low family income (3.71) was higher than the mean score of math problem solving attitude (3.62) of students with high income status, but this difference was not statistically significant ($t=.81$; $p>.05$). While the same situation was in question in the sub-dimension of liking, it was determined that in the sub-dimension of teaching, this situation was in favor of students with high-income families and that the mean score of attitude towards solving mathematical problems in the sub-dimension of teaching was not significant.

The students' mathematics course achievement average score was coded as 0-44, 45-54, 55-69, 70-84 and 85-100. Since there were no students with a achievement score between 0-44 and 45-54, the data in this range were not included in the evaluation. ANOVA was used to analyze whether the overall scale and its sub-dimensions showed a significant difference according to the mathematics achievement score variable of the students. The obtained results are given in Table 4.

Table 4. ANOVA results of problem solving attitudes according to mathematics achievement score

Dimension	Achievement Score	N	\bar{X}	Sd.	Homogeneity		ANOVA		Dif.
					Levene	p	F	p	
Teaching	55-69 (A)	21	3.99	.38	1.03	.41	9.83	.000	A - C B - C
	70-84 (B)	48	4.03	.44					
	85-100 (C)	78	4.34	.42					
Enjoyment	55-69 (A)	21	2.68	.06	1.22	.36	7.74	.001	A - C B - C
	70-84 (B)	48	2.95	.54					
	85-100 (C)	78	3.35	.88					
PSA	55-69 (A)	21	3.30	.37	2.83	.06	13.88	.000	A - C B - C
	70-84 (B)	48	3.46	.42					
	85-100 (C)	78	3.81	.52					

According to Table 4, students with a mathematics achievement score between 85-100 have significantly higher mathematics problem solving attitudes and sub-dimensions than those with a mathematics lesson score between 55-69 and 70-84. As a result of the Scheffe test to determine between which score groups the difference between achievement scores is; The problem solving mean scores between 55-69 and 85-100 points and between 70-84 and 85-100 points were found to be statistically significant in favor of students who scored between 85-100 points.

ANOVA was used to determine whether students' problem solving attitudes and sub-dimensions showed a significant difference according to their connection of mathematics with daily life. ANOVA assumptions were provided for the problem-solving attitude scale and the enjoyment sub-dimension. In the teaching sub-dimension, it was determined that the data were normally distributed, but the variances were not homogeneous ($p<.05$). At this point, the findings of the welch test, which has high statistical power and lower type error rate, are reported. The obtained results are presented in Table 5.

Table 5. ANOVA results according to problem solving attitude connecting mathematics with daily life

Dimension	Attribution status	N	\bar{X}	Sd.	Homogeneity		ANOVA		Dif.
					Levene	p	F	p	
Teaching	Sometimes (S)	63	4.07	.40					
	Usually(U)	88	4.20	.41	3.34	.03	2.62	.08	---
	Continuous (C)	26	4.30	.60					
Enjoyment	Sometimes (S)	63	2.72	.81					
	Usually(U)	88	3.35	.63	2.76	.06	18.71	.00	S - U S - C
	Continuous (C)	26	3.56	.78					
PSA	Sometimes (S)	63	3.36	.49					
	Usually(U)	88	3.75	.41	1.22	.29	18.88	.00	S - U S - C
	Continuous (C)	26	3.91	.51					

When the problem solving attitudes and sub-dimensions of the students in Table 5 are evaluated in terms of connecting mathematics with daily life; The mean score of those who connect mathematics with daily life "constantly" (3.85) is larger and statistically significant ($F=18.81$; $p<.05$) than those who connect mathematics with daily life "never", "sometimes" and "usually". Likewise, in the teaching and enjoyment sub-dimensions of the scale, the average score of those who connect mathematics with daily life "continuous" is higher than the average score of those who connect mathematics "sometimes" and "usually". The difference between the mean scores of the enjoyment sub-dimension was significant ($F=18.71$; $p<.05$), while the difference between the mean scores of the teaching sub-dimension was not significant ($F_{welch}=2.62$; $p>.05$). Scheffe test, which is one of the multiple comparison methods, was applied to determine between which group means the difference between the group averages was. The means of those who connect mathematics with daily life "sometimes-usually" and "sometimes- continuous" differed significantly in favor of those who connect mathematics "usually" and "continuous".

Pearson correlation coefficient was calculated to determine whether there is a relationship between students' problem solving attitudes and their teaching and enjoyment sub-dimensions. The obtained results are given in Table 6.

Table 6. The relationship between problem solving attitude and sub-dimensions

Dimension	Teaching	Enjoyment	PSA
Teaching	1		
Enjoyment	.19**	1	
PSA	.59**	.91**	1

According to Table 6, there is a moderately positive and significant relationship ($r=.59$; $p<.05$) between students' mathematical problem solving attitude and teaching sub-dimension, and a high-level positive significant relationship between problem solving attitude and enjoyment sub-dimension. ($r=.91$; $p<.05$). In addition, a low-level positive significant relationship ($r=.19$; $p<.05$) was found between the sub-dimensions of enjoyment and teaching of the problem-solving attitude scale.

DISCUSSION, CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

In this study, which was carried out to determine the problem-solving attitudes of 8th grade students in mathematics, it was determined whether there was a difference between the students' attitudes towards solving mathematical problems in terms of gender, income status, mathematics achievement and the status of connecting mathematics with daily life. In addition, it was also examined whether there is a significant relationship between problem solving attitudes and sub-dimensions in mathematics.

Middle school 8th grade students' problem solving attitudes in mathematics were found to be positive in the whole scale and in the "teaching" sub-dimension. In the sub-dimension of "enjoying", it can be said that the attitudes of the students are close to the positive level. This result for the overall scale and the "teaching" sub-dimension is an expected situation for good/successful problem solvers in general, and this situation reflects the positive attitudes of the students in the teaching process of problem solving. Because it is expected that good problem solvers have positive attitudes compared to unsuccessful/passive solvers. It can be thought that this situation can bring achievement in mathematics course for students. In a study, it was emphasized that the reason why the attitude towards the subject positively affects the problem solving of the students may be that the students have a good attitude towards mathematics and understand that learning is important in the process of applying knowledge in daily life (Pimta, Tayruakham & Nuangchalerm, 2009). As a matter of fact, in the study conducted on gifted students; It has been reported that students with a positive problem-solving attitude like solving mathematical problems, are interested, enjoy and excited (Doğan & Çetin, 2018). This situation may be due to the fact that gifted students perceive themselves as good problem solvers, have high self-efficacy beliefs and think that they can reach

their current knowledge in the problem-solving process (Yazgan-Sağ & Argün, 2016), and have high self-regulation skills and self-confidence. . On the other hand, in the "enjoying" sub-dimension of the scale, it can be said that the attitudes of the students about whether they like problem solving or not, are close to positive. Mohamed and Waheed (2011) reported that middle school students' positive attitudes towards mathematics were moderate and there was no gender difference in their attitudes. However, there are studies that found that middle school students' mathematical problem-solving attitudes are weak (Akbaý & Katrancı, 2021).

Gender is an important variable that has been frequently emphasized in mathematics education research in recent years. In this study, it was determined that the difference between the problem-solving attitudes of female and male students was not statistically significant in general and sub-dimensions of the scale. From this point of view, it can be said that gender is not a significant variable on students' problem solving attitudes. In most of the studies on the subject, results were obtained that support the findings of this study. For example, Salleh and Zakaria (2009) found in their study that there was no statistically significant difference in students' attitudes towards problem solving by gender. Similarly, Mohd and Mahmood (2011) found in their study that there was no significant difference between gender and attitude towards problem solving. Özgen, Ay, Kılıç, Özsoy and Alpay (2017) found that there was no significant difference between the problem-solving attitudes of male students and the attitudes of female students in their study on secondary school students. Mohamed and Waheed (2011) found that gender did not make a significant difference in middle school students' math attitudes. On the contrary, Arslan, Yavuz, and Deringol-Karatas (2014) found in their study on primary school students that there was a significant difference between attitudes in favor of female students in the overall problem-solving attitude scale and in the "teaching" sub-dimension. The finding that they obtained the same result as our current study is that there is a non-significant difference in favor of female students in the "enjoyment" sub-dimension. Russo and Minas (2020) found that boys were more likely than females to have clearly positive attitudes towards learning math through problem-solving tasks. Students from families with low socio-economic status do not participate in mathematics and mathematics-related activities to the extent predicted by their abilities (McLeod & Adams, 1989). This situation causes students to exhibit negative attitudes towards mathematics and problem solving. In the current study, it was determined that students' mathematical problem solving attitudes did not show a statistically significant difference in general and sub-dimensions of the scale according to the income level of their families. In other words, the monthly income of the students' families does not make a significant difference on their problem solving attitudes and sub-dimensions. Accordingly, it can be said that the income status of the families of the students is not effective on their mathematical problem solving attitudes.

It is possible that better problem solvers have more positive attitudes towards problem solving than passive problem solvers, and students with good problem solvers and positive attitudes may be more successful in mathematics lessons. If students have an achievement motivation to solve math problems effectively, they will have a good attitude towards the subject, more concentration and will pay attention to the lesson, then they will have high abilities in math problem solving (Pimta, Tayruakham & Nuangchalerm, 2009).

Students who are successful in mathematics courses also have high attitudes towards mathematics. The results obtained from the studies showed that there is a strong positive relationship between students' attitudes towards mathematics and their academic achievement (Lara & Lourdes, 2016) and problem-solving skills (Marchiş, 2013). In addition, achievement motivation is a factor that directly affects students' problem-solving abilities compared to attitudes towards mathematics (Pimta, Tayruakham & Nuangchalerm, 2009). Therefore, in the study, the achievement of the students was discussed and it was examined whether it was effective on their problem solving attitudes. In the present study, it was revealed that students' problem solving attitudes showed a statistically significant difference in terms of their mathematics achievement. This difference was significant in favor of high-achieving students with a mathematics achievement score of 85-100 across the scale and in all sub-dimensions. Therefore, students with high achievement levels also have higher problem-solving attitudes, so they enjoy solving problems, solve them with pleasure and do not find it difficult. Their attitudes towards the usefulness of mathematics and their belief in the importance of problem solving are high, and these individuals can be called good or successful problem solvers. Studies on the subject have yielded results that support the findings of this study. Salleh and Zakaria (2009) found that successful students have a positive attitude towards problem solving. These students stated that they are willing to solve any problem given to them, they enjoy solving problems and they like solving challenging problems. In another study, they reported that the attitude towards mathematics affects the students' ability to solve mathematics problems by concentrating on the lessons, both directly and indirectly (Pimta et al., 2009). Özgen, Ay, Kılıç, Özsoy, and Alpay (2017) found that middle school students' attitudes towards problem solving differed significantly in terms of their mathematics achievement grades.

Students with highly positive attitudes in mathematics tend to be successful in daily life and are more advantageous than unsuccessful ones. Good problem solvers are able to better solve the problems and difficulties they may encounter in real life, thanks to their rich knowledge about problem solving. This is an important factor for them to exhibit positive attitudes towards mathematics and to acquire the knowledge and behaviors of connecting mathematics with real life. Problem solving is a tool used in daily life to help students develop their basic skills (Pimta, Tayruakham & Nuangchalerm, 2009). A remarkable and important result obtained from this study is that

students' problem solving attitudes show a statistically significant difference in terms of connecting mathematics with daily life. It has been determined that this difference is in favor of students who connect mathematics with daily life "continuously" in the overall scale and in the sub-dimension of enjoyment. The reason for this result is that students tend to perceive real life and mathematics as a whole. Russo and Minas (2020) stated in their study that the most important reason why students have positive attitudes about learning mathematics through problem solving is their belief that this teaching approach supports their mathematics learning. They stated that these beliefs of the students stemmed from the fact that they enjoy working on problems related to real-world scenarios and that they feel that these connections with the outside world make mathematics easier to understand. In addition, in our study, no significant difference was found between the problem solving attitudes of the students in the teaching sub-dimension in terms of connecting mathematics with daily life. Özgen, Ay, Kılıç, Özsoy, and Alpay (2017) found in their study that there is a significant difference between the problem-solving attitudes of secondary school students in terms of the perception of using mathematics in daily life. They stated that it may be due to the fact that students are more likely to encounter mathematical problems in real life and their beliefs about the benefits of problem solving. On the contrary, Bayazit (2013) found in his study that middle school students have serious difficulties in solving real-life problems.

Interesting, appropriate and effective learning activities based on student-centered constructivist learning approaches support students' positive attitudes towards problem solving and learning mathematics. In this context, it is important to investigate the variables positively related to problem solving attitude. In the present study, a moderately positive correlation was found between problem solving attitude and "teaching" sub-dimension, and a highly positive and significant correlation between "enjoyment" sub-dimension. In line with these results, the importance of students' willingness to do problem solving emerges in order to develop positive problem-solving attitudes. In addition, it was concluded in the study that there was a low-level significant positive relationship between the sub-dimensions of "enjoyment" and "teaching". Because of this result, it can be said that the attitudes and behaviors of the students who like to solve problems will develop at a positive level, and they will differ in other cases.

As a result, in this study, it was determined that the attitudes of middle school eighth grade students towards problem solving in mathematics were affected by variables such as mathematics achievement and connecting mathematics with daily life. When problem solving attitudes were evaluated according to mathematics achievement, it was seen that high-achieving students had higher problem-solving attitudes than others. In addition, it was determined that the problem-solving attitudes of those who constantly connect mathematics with daily life are higher. These results indicate that the variables that cause this difference between connecting mathematics with daily life and problem solving attitudes should be examined in detail and even examined with the help of different measurement tools in different designs. In addition, large-scale samples on all 5th, 6th, 7th and 8th grades will be important in terms of revealing more generalizable results. Thanks to this study, a profile of middle school students' problem-solving attitudes in mathematics was formed.

REFERENCES

- Akbay, E., & Katrancı, Y. (2021). An investigation of the mathematical problem-solving attitudes and reflective thinking skills of middle school students in terms of various variables. *The Journal of Academic Social Sciences*, 9(117), 58-74. Doi: 10.29228/ASOS.51002
- Arjudin, Sutawidjaja, A., Irawan, E. B., & Sa'dijah, C. (2016). Characterization of mathematical connection errors in derivative problem solving. *IOSR Journal of Research & Method in Education, (IOSR-JRME)*, 6(5), 7-12. Doi: 10.9790/7388-06050712.
- Arslan, Ç., Yavuz, G., & Deringol-Karatas, Y. (2014). Attitudes of elementary school students towards solving mathematics problems. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 152(2014), 557 – 562.
- Bayazit, İ. (2013). An investigation of problem solving approaches, strategies, and models used by the 7th and 8th grade students when solving real-world problems. *Educational Sciences: Theory and Practice*, 13(3), 1903 – 1927.
- Baiduri, Putri, O., & Alfani, I. (2020). Mathematical connection process of students with high mathematics ability in solving PISA problems. *European Journal of Educational Research*, 9(4), 1527-1537. Doi: 10.12973/eurjer.9.4.1527
- Businskas, A. M. (2008). *Conversations about connections: How secondary mathematics teachers conceptualize and contend with mathematical connections* (Unpublished doctoral thesis). Simon Fraser University, Canada.
- Büyüköztürk, Ş. (2020). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Ankara: Pegem Academy.
- Çanakçı, O. (2008). *The development and the evaluation of mathematics problem solving attitude scale* (Unpublished doctoral thesis). Marmara University, İstanbul.
- Çanakçı, O., & Özdemir, A.Ş. (2011). The construction of mathematics problem solving attitude scale. *Abant İzzet Baysal University Journal of Faculty of Education*, 11(1), 119-136.

- Doğan, A., & Çetin, A. (2018). Investigation of the perceptions of gifted students on the problem solving attitudes and processes. *Cumhuriyet International Journal of Education*, 7 (4), 510-533. Doi: [10.30703/cije.459434](https://doi.org/10.30703/cije.459434)
- Foong, P. Y. (2002). Using short open-ended mathematics questions to promote thinking and understanding. In A., Rogerson (Ed.), *Proceedings of the International Conference: The Humanistic Renaissance in Mathematics Education* (pp.135-140). Retrieved August 27, 2021, from <http://math.unipa.it/~grim/SiFoong.PDF>.
- Karasar, N. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Publishing.
- Kaur, B. (1997). Difficulties with problem solving in mathematics. *The Mathematics Educator*, 2(1), 93-112.
- Lance, C. E., Butts, M. M., & Michels, L. C. (2006). The sources of four commonly reported cutoff criteria. What did they really say? *Organizational Research Methods*, 9, 202-220. Doi: 10.1177/1094428105284919
- Lara, Y. M., & Lourdes, V.G. (2016). Attitudes towards mathematics at secondary level: Development and structural validation of the scale for assessing attitudes towards mathematics in secondary education (SAT-MAS). *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 14(3), 557-581.
- Marchiş, L. (2013). Relation between students' attitude towards mathematics and their problem solving skills. *PedActa*, 3(2), 59-66.
- McLeod, D. B., & Adams, V. M. (eds.) (1989). *Affect and mathematical problem solving: A new perspective*. New York: SpringerVerlag,
- Mertens, D. M. (2010). *Research and evaluation in education and psychology: Integrating diversity with quantitative, qualitative, and mixed methods*. London: SAGE Publications.
- Ministry of National Education [MoNE]. (2015). *Bilim ve sanat merkezleri yönergesi*. Ankara.
- Mohamed, L., & Waheed, H. (2011). Secondary students' attitude towards mathematics in a selected school of maldives. *International Journal of Humanities and Social Science*, 1(15), 277-281.
- Mohd, N., & Mahmood, T. F. P. T. (2011). The effects of attitude towards problem solving in mathematics achievements. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(12), 1857-1862.
- National Research Council. (2001). Adding it up: Helping children learn mathematics. J. Kilpatrick, J. Swafford, & B. Findell (Eds.). *Mathematics learning study committee, Center for Education, Division of Behavioral and Social Sciences and Education*. Washington, DC: National Academy Press. <https://www.nap.edu/read/9822/chapter/6#117>
- Özgen, K., Ay, M., Kılıç, Z., Özsoy, G., & Alpay, F. N. (2017). Investigation of middle school students' learning styles and attitudes towards mathematical problem solving. *Mehmet Akif Ersoy University Journal of Education Faculty*, 41, 215-244. Doi: [10.21764/efd.55023](https://doi.org/10.21764/efd.55023)
- Posamentier, A. S., & Krulik, S. (2016). *Matematikte problem çözme 3-6 sınıflar* (L. Akgün, T. Kar ve M. F. Öçal, çev.). Ankara: Pegem Akademi.
- Pimta, S., Tayruakham, S., & Nuangchalerm, P. (2009). Factors influencing mathematic problem-solving ability of sixth grade students. *Journal of Social Sciences*, 5(4), 381-385.
- Polya, G. (1957). *How to solve it*. Garden City, New York: Doubleday Company.
- Russo, J., & Minas, M. (2020). Student attitudes towards learning mathematics through challenging, problem-solving tasks: "It's so hard- in a good way". *International Electronic Journal of Elementary Education*, 13(2), 215-225.
- Salleh, F., & Zakaria, E. (2009). Non-routine problem-solving and attitudes toward problem-solving among high achievers. *International Journal of Learning*, 16(5), 549-560.
- Schoenfeld, A. H. (1985). *Mathematical problem solving*. New York: Academic Press.
- Szabo, Z.K., Körtesi, P., Guncaga, J., Szabo, D., & Neag, R. (2020). Examples of problem-solving strategies in mathematics education supporting the sustainability of 21st-century skills. *Sustainability* 2020, 12, 1-28. Doi:10.3390/su122310113
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics*. Boston: Pearson.
- Tekin, H. (1996). *Eğitimde ölçme ve değerlendirme* (9.Baskı). Ankara: Yargı Yayınları.
- Umay, A., & Kaf, Y. (2005). A study on flawed reasoning in mathematics. *Hacettepe University Journal of Education*, 28, 188-195.
- Wirth, J., & Klieme, E. (2003). Computer-based assessment of problem solving competence. *Assessment in Education: Principles, Policy & Practice*, 10(3), 329-345.
- Yazgan-Sağ, G., & Argün, Z. (2016). The motivational forethoughts of gifted students in mathematical problem solving situations. *Kastamonu Education Journal*, 24(3), 811-828.

EXAMINATION OF SOCIAL SCIENCE TEACHERS' OPINIONS ON DIGITAL CITIZENSHIP

Hakan AKDAĞ

Faculty of Education, Mersin University, Turkey

hakanakdag@mersin.edu.tr

ABSTRACT

It is possible to specify the concept of "digital", which is defined as "displaying data electronically on a screen" in the Turkish Dictionary, as an area in which human beings are most directly or indirectly affected. The digitalization moves of states with a systematic structure, especially in social issues, can be shown as the best example of this. In this context, developments in technology, communication and scientific studies, as well as showing their effects, made it necessary to reconsider the perception of citizenship in the social sense. The digitization of citizenship in the digital age also lets human beings re-evaluate economic, social and technological conditions. It also tries to determine what kind of position the human being, who is in a rapid and effective change, will be in this process. In this context, it can be stated that the importance of education will increase much more today, as it was in the past, in the integration of human beings, who are social beings, both to the society in which they live and to the world in a universal sense. Considering Turkey in particular, it can be said that the social studies course will be the course that the young individuals will encounter directly in schools within the framework of these issues and within the scope of the research topic. It also emerges that the content of the social studies course should consider the citizenship approach in the digitalized world in the context of the past, present and future of the individuals in this context. It is undeniable that it is important to determine the views of teachers who teach social studies in the teaching dimension about the phenomenon of digital citizenship and to make inferences about it. In this context, the research was shaped in a case study pattern and suggestions were presented within the framework of the results obtained.

Keywords: Digital Citizenship, Social Studies, Opinion, Case Study.

INTRODUCTION

In the current century, rapid developments are experienced especially in information technology. These developments directly affect societies and individuals, and thus change the meanings attributed to the concept of citizenship by the human being, who is a social being. Within the framework of the digitalization process experienced in many fields, from economy to health, from trade to education, it is seen that citizenship has also evolved towards digitalization.

In such a period when new concepts such as "constitutional citizenship, world citizenship, European citizenship" emerge (Ersoy, 2013, p. 70), being an active and effective citizen requires digitalization as well as interaction with the physical environment. Because societies are being transformed and affected by people in the digital world (eTwinning Central Support Service, 2016).

The concept of "digital citizenship", which first emerged with Prensky's (2001) work called "Digital Natives, Digital Immigrants", includes the understanding that educational activities should be developed especially based on technology. According to Çubukçu and Bayzan (2013), a digital citizen is a citizen who criticizes when using information and communication technologies, understands the moral consequences of online behavior, uses technology in a way that does not harm others, can use his right to communicate on the internet, displays the right attitude in his sharing and cooperation, and encourages others to act in this direction. Karaduman and Öztürk (2014), on the other hand, define a digital citizen as a person who can understand, write, read, share the information on the internet and use the internet effectively. Ribble et al. (2004, 33) express the three principles that those who use the digital environment need in order to use technology responsibly and to be digital citizens in the form of *respect for self and other people, self-education and connecting with other people and protecting self and other people*.

Mossberger, Tolbert, and McNeal (2008) list the reasons that have recently come to the fore and discussed the concept of digital citizenship as follows:

- The positive effect of information technology on society and economy,
- Ensuring equal opportunity for economic access and use of the Internet
- Promoting the active participation of citizens in society and democracy
- Internet access and use policies create a situation of inequality for low-income and educated people and minorities.

Ribble (2011) examined the studies on the dimensions of digital citizenship and stated that many different classifications were made. These are "digital communication", "digital etiquette", "digital access", "digital literacy", "digital commerce", "digital rights and responsibilities", "digital law", "digital health and wellness", "digital security" (Ribble et al., 2004, 34). "Digital communication" is knowing when it is appropriate to take advantage of digital communication tools (e-mail, video conferencing, instant messaging, etc.) for the purpose of

communicating and when it is appropriate to use them (Ribble, 2011). “Digital etiquette” is knowing when and how to use digital tools while respecting the rights of others (Çubukçu & Bayzan, 2013). “Digital access” is accessing fast and high quality digital technology from anywhere and using them effectively (Çubukçu & Bayzan, 2013, Orhon, 2019). “Digital literacy” is learning, teaching and using digital technology appropriately (Ribble, 2011). “Digital commerce” is the awareness and practice of buying goods or services online, protecting the confidentiality of banking system data, and making transactions on secure websites (Çubukçu and Bayzan, 2013). “Digital rights and responsibilities” means that everyone can freely use digital tools, express themselves comfortably with them, and use the right to complain against crimes and unfair situations that occur in digital environments (Çubukçu and Bayzan, 2013). “Digital law” is taking responsibility for actions by being knowledgeable about the rules, policies, laws and regulations in the digital environment and warning those who do not pay attention to them (Ribble, 2011). “Digital health” is the individual's physical and psychological attention to herself/himself while benefiting from technology that has a direct or indirect effect on health (Çubukçu & Bayzan, 2013; Elçi, 2015). “Digital privacy and security” means network security, protection of system hardware; It is related to the establishment of person, school and community safety (Ribble, 2011).

According to the results of research conducted in recent years, it is understood that with the increasing use of the Internet - when the digital citizenship dimension is taken into account - children experience problems in terms of accessing the online environment, privacy, security, health, ethics and communication (Karaduman & Öztürk, 2014). Therefore, the importance of education emerges in the integration of the individuals of the future both to the society they live in and to the world, as in the past years. In Turkey, it is thought that the course that has a direct impact on the education of children in this direction is the social studies course. In this context, the content of the social studies course should also be based on the citizenship approach in the digitalized world in the context of individuals' past, present and future. Based on the current situation, it is thought that it would be appropriate to determine the opinions of the teachers who teach the social studies course about the phenomenon of digital citizenship and to make inferences about it. However, it would be appropriate to emphasize that there has been no research conducted in this way, and that the studies mostly focus on social studies teacher candidates.

In this context, the research seeks answers to the following questions:

1. What do the teachers think about the definition and content of citizenship education in social studies course?
2. What are the teachers' views on the conformity of the digital citizenship phenomenon to the structure of the social studies course topics and the nature of the social studies field?
3. What are the teachers' views on the advantages and disadvantages of digital citizenship within the scope of social studies course?
4. What are the teachers' possible suggestions for digital citizenship within the scope of social studies course?

METHODS

This research which was conducted within the scope of qualitative research model, is in case study pattern. According to Merriam (2013), the case study is a research design that focuses on finding a holistic description and explanation. In addition, as Yıldırım and Şimşek (2006) stated that this study pattern allows the researcher to examine a phenomenon or event that cannot be controlled by the researcher based on ‘how’ and ‘why’ questions. In this study, ‘typical case sampling’, which is one of the purposive sampling methods and aiming to reveal the typical or normal (Glesne, 2013, 61) was applied. 21 social studies teachers working in public schools affiliated to Mersin Provincial Directorate of National Education were reached in the 2020-2021 academic year in this context. Information about the working group is given below:

Table 1. Information about the study group of the research

		n	%
Tenure	1 – 5 year	2	10
	6 – 10 year	5	24
	11 – 15 year	10	47
	16 – 20 year	4	19
	20 + year	0	0
	Total	21	100
Gender	Female	7	33
	Male	14	67
	Total	21	100
Age	25-30	3	14
	31-35	4	19
	36-40	9	43
	41-45	3	14

46-...	2	10
Total	21	100

According to the Table 1, 14 (67%) of the participants are male and 7 (33%) are female. It is seen that teachers who work for 11-15 years are more than the others in terms of their tenure. In addition, when looking at the age range, the majority of teachers are 36-40 years old.

FINDINGS

In this section, the findings obtained in order to answer the sub-questions of the research are given. The opinions of the teachers based on their answers to the question 'Please write your views on the definition and content of citizenship education in social studies course.' were tabulated in 7 themes:

Table 2. Opinions about the definition and content of citizenship education in social studies course

Themes	n	%
Active Citizenship	19	17
Important	18	16
Insufficient	17	15
Responsibility	16	14
Right	15	13
Separate Course	15	13
Comprehensive	13	12
Total	113	100

19 of teachers (17%) stated *active citizenship* theme, 18 (16%) of them stated *important* theme, 17 (15%) of them stated *insufficient* theme, 16 (14%) of them stated *responsibility* theme, 15 (13%) of them stated *rights* theme, 15 (13%) of them stated *separate courses* theme and 13 (12%) of them stated *comprehensive* theme. In questionnaire no. 13, one participant said:

Citizenship education in social studies sessions aims to protect and maintain the political existence of the state. Citizenship education aims to raise democratic individuals who know the political, socio-cultural and structure of the society and adapt to it. In citizenship education, it is very important for individuals to learn and use their rights and to have a sense of duty and responsibility. Another important point in citizenship education is to create a well-equipped active citizen type who will serve the development of the state in a world that is experiencing rapid change and development and has reached the skills, abilities and competencies required by the age.

In addition, a participant, who filled out the form no. 12, said 'Citizenship education given with social studies course is the education of individuals who are loyal to their state and national culture, who know their rights and responsibilities. Citizenship education is lacking in terms of its content and form in terms of social practices. The training provided has deficiencies in practice.'

Table 3. Opinions about the conformity of the digital citizenship phenomenon to the structure of the social studies course subjects and the nature of the social studies field

Themes	n	%
Appropriate	17	37
Should be increased	15	33
Deficient	12	26
No idea	2	4
Total	46	100

For the second sub-problem of the study, 'What are your views on the conformity of the digital citizenship phenomenon to the structure of the social studies course topics and the nature of the social studies field?', 17 (37%) of the participating teachers stated that it was appropriate, 15 (33%) stated that it should be increased, 12 (26%) stated that there was a deficiency, and 2 (4%) did not have any ideas. The participant who filled out the form 14 for this sub-problem said following:

I think that the phenomenon of digital citizenship is definitely suitable for the subjects and nature of the social studies course. I can definitely say that digital citizenship education should be included in our textbooks within the scope of rights, freedoms, duties and responsibilities, and moral values and that education should be given in the social studies course. Due to the nature of social studies this should be done.

Table 4. Activities carried out by teachers in social studies lessons within the scope of digital citizenship

Themes	n	%
Current Events	14	18
Brainstorming	12	15
Poster Preparation	11	14
Shopping	9	11
Communication-Media	8	10
Digital Platforms	8	10
Content Preparation	7	9
True False	6	7
I did not attend any activity.	5	6
Total	80	100

For the third sub-problem of the study, 'Please write down the activities you have done within the scope of digital citizenship in Social Studies classes.', the participants classified the activities they did in the classroom under nine themes: Current events (14 teachers, 18%), brainstorming (12 teachers, 15%), poster preparation (14%), shopping (11%), communication-media (10%), digital platforms (10%), content preparation (9%), true false (7%). 5 teachers (6%) stated that they did not attend any activity. The teacher who filled out the form 13 said following on this subject:

In this context, I teach that by opening the e-government application from the smart board, we can practically do many transactions from where we are. I make them realize the areas where they use the digital world such as homework research, internet games, social media, e-commerce by asking questions and brainstorming.

The teacher with form 7 said 'I'm sorry to say, I did not attend an event on digital citizenship'.

Table 5. Opinions on the advantages and disadvantages of digital citizenship in the scope of social studies course

Themes	n	%	Themes	n	%
Advantages			Disadvantages		
Ease	14	24	Internet network	18	18
Teaching	13	22	Information pollution	17	16
Saving on time	12	20	Security	17	16
Awareness	10	17	Addiction	15	15
Reducing intensity	10	17	Out of purpose	13	13
			Equality	10	10
			Psychological problems	8	8
			Content	4	4
Total	59	100	Total	102	100

For the fourth sub-problem of the study, teachers answered this question: 'Please write your views on the advantages and disadvantages of digital citizenship within the scope of social studies course.' To this question, teachers reported 5 themes as ease (24%), teaching (22%), saving on time (20%), awareness (17%) and reducing intensity (17%) as the theme of advantage. In the disadvantage part, teachers stated nine themes under the headings of internet network (18%), information pollution (16%), security (16%), addiction (15%), out of purpose (13%), equality (10%), psychological problems (8%), and content (4%). The teacher who filled out the form 16 said following:

In today's communication age, every citizen is also a digital citizen. People who receive digital citizenship training will be advantageous in this regard. It is very advantageous in terms of making communication fast, easy and cheap. It is very advantageous for accessing and sharing information. However, there are disadvantages in the use of digital platforms due to their features such as security problems, problems with the protection of personal information, inability to access correct information, abuse, inappropriate opinions and ideas. In order for legal sanctions and environments to be followed closely, expert teams should be formed and correct usage training should be given.

Another teacher said on form 4:

The most important advantage of digital citizenship is that it saves time, works are carried out quickly on the internet, can be followed up, direct examples and explanations can be shown during

the lessons, the issue of rights is perceived especially better. As for the disadvantages, the most important is security. In the digital environment, security problems can arise at any time. In addition, students' incorrect and inappropriate use is another disadvantage.

Table 6. Possible suggestions for the phenomenon of digital citizenship within the scope of social studies course

Themes	n	%
Should be a separate course	17	16
Topics should be increased in the curriculum	16	16
Interactive activities should be prepared	14	14
Digital literacy issues should be	13	13
Digital support units should be established	11	11
Awareness should be increased	10	10
Digital citizenship projects should be carried out	8	8
Disadvantages should be eliminated	7	6
In-Service training should be given	7	6
Total	103	100

For the fifth and the last sub-problem of the study, teachers answered this question under nine themes: 'Please write your possible suggestions for digital citizenship within the scope of social studies course.' 17 teachers (16%) stated that there should be separate course, 16 teachers (16%) stated that the subjects in the curriculum should be increased. In addition, these themes were also explained: interactive activities should be prepared (14%), digital literacy issues should be (13%), digital support units should be established (11%), awareness should be increased (10%), digital citizenship projects should be carried out (8%), disadvantages should be eliminated (6%) and in-service training should be given (6%). In this context, the teacher who filled out the form 18 said the following:

Students should be introduced to the concept of digital citizenship. The benefits and harms should be explained, and this information should be included in textbooks and educational platforms. Teachers should be informed through in-service training. Parents should be informed and the necessary values for domestic use should be determined. Age status, content features, security vulnerabilities, obtaining correct information, protection of personal information and legal status should be explained to citizens.

The teacher who filled out the form 8 said:

Most of the students' families shop online, but they are not aware that it is digital shopping. Finding book summaries, doing homework, playing games, but what is a digital citizen? it freezes. Students can be educated on this subject. Even though we touch on these issues in the media literacy lesson, especially in our last unit, there is not enough learning. In particular, the issue of digital security cannot be grasped.

CONCLUSION

In this study, examining the views of social studies teachers on digital citizenship, participants in the study group stated about the definition and content of citizenship education in social studies courses, effective citizenship, important, insufficient, responsibility, right, separate course and comprehensive themes.

The majority of the participants stated that the phenomenon of digital citizenship is suitable for the structure of the social studies course subjects and the nature of the social studies field. There are also participants who stated that this phenomenon should be increased and that there are deficiencies.

It has been concluded that within the scope of digital citizenship, teachers carry out activities in the context of current events, brainstorming, poster preparation, communication-media, digital platforms, content preparation, true-false.

For the advantages and disadvantages of the digital citizenship phenomenon within the scope of the social studies course, our teachers consider the themes of convenience, teaching, saving on time, awareness and decrease in intensity as advantages; on the other hand, it has been concluded that there is a disadvantage with the themes of internet network, information pollution, security, addiction, out of purpose, equality, psychological problems and content.

According to the results of the research, the participants made suggestions for the subject of digital citizenship under the themes of separate courses, increasing the topics in the curriculum, interactive activities, digital literacy, digital support units, awareness, digital citizenship projects, elimination of disadvantages and in-service training. Based on the results, the following recommendations can be made:

1. Citizenship education course can be evaluated as a separate course.
2. The phenomenon of digital citizenship can be given more space in different units in the social studies course.
3. The subject of digital citizenship can be associated with other courses and discussed in the skill dimension with

interactive activities.

4. Training on digital literacy can be increased.

5. Projects can be made on digital citizenship and digital literacy.

6. Digital citizenship public service announcements can be prepared and events can be held in schools.

REFERENCES

- Çubukçu, A. ve Bayzan, Ş. (2013). Türkiye’de dijital vatandaşlık algısı ve bu algıyı internetin bilinçli, güvenli ve etkin kullanımı ile artırma yöntemleri. *Middle Eastern & African Journal of Educational Research*, 5, 148-173. <http://www.guvenliweb.org.tr/dosya/u6pQg.pdf>
- Elçi, C. (2015). *Bilişim teknolojileri ve yazılım dersi öğretim programına yönelik öğrenci görüşlerinin dijital vatandaşlık bağlamında incelenmesi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Çukurova Üniversitesi.
- Ersoy, A. (2013). Türk öğretmen adaylarının kültürlerarası deneyimlerinde karşılaştıkları sorunlar: Erasmus değişim programı örneği. *Eğitim ve Bilim*, 38(168), 154-166. <http://egitimvebilim.ted.org.tr/index.php/EB/article/view/1287/586>
- eTwinning Central Support Service. (2016). *Dijital vatandaşlık*. Hofi Studio.
- Karaduman, H. (2011). *6. Sınıf sosyal bilgiler dersinde dijital vatandaşlığa dayalı etkinliklerin öğrencilerin dijital ortamdaki tutumlarına etkisi ve öğrenme öğretme sürecine yansımaları* [Doctoral dissertation]. Marmara Üniversitesi.
- Karaduman, H., & Öztürk, C. (2014). Sosyal bilgiler dersinde dijital vatandaşlığa dayalı etkinliklerin öğrencilerin dijital vatandaşlık tutumlarına etkisi ve dijital vatandaşlık anlayışlarına yansımaları. *Sosyal Bilgiler Eğitimi Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 38-78. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/jsser/issue/19102/202728>
- Mossberger, K., Tolbert, C. J. and McNeal, R. S. (2008). *Digital citizenship - the internet, society, and participation*. The MIT Press.
- Orhon, N. (2019). Medya okuryazarlığı açısından dijital vatandaşlık tartışmaları. In N. Sezer and N. Y. Sert (Compilers), *Medya okuryazarlığı üzerine* (pp. 37-51). Eğitim Yayınevi.
- Prensky, M. (2001), Digital natives, digital immigrants part 1, *On the Horizon*, 9(5), 1-6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Ribble, M. S., Bailey, G. D., & Ross, T. W. (2004). Digital citizenship: Addressing appropriate technology behavior. *Learning & Leading with Technology*, 32(1), 6-12. <https://eric.ed.gov/?id=EJ695788>
- Ribble, M. (2011). *Digital citizenship in schools* (2nd ed.). The International Society for Technology in Education (ISTE).
- Türk Dil Kurumu Türkçe Sözlüğü. (2021). *Dijital, etik, hukuk, sorumluluk*. 30.05.2021 tarihinde <http://www.tdk.gov.tr> adresinden edinilmiştir.

EXAMINATION OF SOCIAL SCIENCE TEACHERS' OPINIONS ON THE EDUCATION OF STUDENTS WITH SPECIAL LEARNING DEFICIENCY

Hakan AKDAĞ

Faculty of Education, Mersin University, Turkey

hakanakdag@mersin.edu.tr

ABSTRACT

Considering the desire and effort of human beings, who are social beings, to live together, each individual forming the society needs a particular importance. It is also necessary to support the desire of harmonious and healthy individuals to live together in a society consisting of different people in terms of quantity and quality, with different instruments. Apart from the communication, economics, law, theology, psychology, politics, demography, etc. fields, education and training activities come to the fore when the necessity of systematic learning and assimilation of different variables by individuals within a multi-disciplinary understanding. When the subject is considered from the point of view of individuals with specific learning difficulties, systematic studies are carried out through public or private institutions for their education in Turkey. Inclusive education is one of the practices that schools do in this context. The teachers of the social studies course, being one of the useful courses for the students to adapt and socialize with the society they live in, have important duties in terms of adapting the students with special learning difficulties to the society. It is thought to be necessary to determine the status, scope and purpose of educational activities for them and the suggestions presented in this framework. In this context, this research, which was conducted to determine the views of social studies teachers on inclusive education practices, was shaped in a case study pattern and suggestions were presented in accordance with the results obtained.

Keywords: Learning Difficulty, Social Studies, Inclusive Education, Opinion, Case Study.

INTRODUCTION

Learning difficulty, which is thought to develop due to heredity or various environmental factors, is one of the educational barriers that can be overcome by employing the special education option.

Learning difficulty, a concept that can be defined as impairments in thinking, using language skills (listening/watching, speaking, reading, writing) or in one or more of mathematical calculations is a condition that should be identified as a result of teachers' evaluations through various activities. The process of determining this problem, which can cause disorders in affective, social and psycho-motor areas over time (Ministry of National Education, 2008; Polat, 2013), should be completed before students are directed to guidance and research centers (Doğan, 2012). It is ensured that students with specific learning difficulties continue their education with inclusive education in the same classrooms with their peers after receiving the necessary diagnosis.

Students with special learning difficulties receive education with the Individualized Education Program (IEP), which is based on the program for their peers in their classes, and their assessments are made accordingly. Each branch has a maximum of 2 inclusive students. If a suitable class cannot be found, arrangements are made to have a maximum of 5 inclusive students in a class. It is obligatory to establish an IEP Development Unit and a support training room in schools with these students. The courses to be taken by the students in need of special education in the support education room are determined at the beginning of the semester and can be arranged during the semester if deemed necessary. Social studies course is also among the courses that can be given in this room. In the whole assessment and evaluation process, arrangements are made in the educational elements (material, duration, environment, etc.) in line with their inadequacy and developmental characteristics. Necessary measures are taken for them in central system exams (Special Education Services Regulation, 2018).

With inclusive education, it is aimed to support the academic skills of students with learning difficulties as well as improve their social skills with their peers. Social studies course acts as a bridge in this context. Therefore, it is thought that it is necessary to determine the status, scope and purpose of educational activities for them and the suggestions presented in this framework. There are studies in the literature examining the views of teachers on students with special learning difficulties, but there are hardly any studies examining the views of social studies teachers on this subject. Yaylacı and Aksoy (2016) collected the opinions of social studies teachers about their competencies in inclusive education through a questionnaire. Accordingly, it has been determined that teachers consider themselves sufficient in planning and organizing the teaching process, but not in observing and evaluation and in enabling vocational development. In addition, it was determined that teachers supported inclusive education, but found themselves inadequate in providing this education. Arslan (2019) conducted a study to determine the attitudes of social studies teacher candidates about inclusive education in terms of various variables, and the following results were obtained: Pre-service teachers' positive attitudes towards inclusive education are high. In addition, female pre-service teachers, pre-service teachers who take courses on disability types, pre-service teachers who are familiar with special needs individuals, and pre-service teachers who support the participation of individuals with special needs in inclusive practice have more positive attitudes. Based on the small number of studies and the reasons presented above, it is aimed to determine the views of social studies teachers, who are the

course administrators, on inclusive education practices. Based on this main purpose, answers are sought for the following questions:

1. What are the opinions of social studies course teachers, who have students with learning difficulties, about their classroom activities?
2. What are the opinions of social studies course teachers on the suitability of the course topics for the structure of students with learning difficulties (inclusive education)?
3. What are the activities teachers have done for students who have learning difficulties in social studies sessions?
4. What do the teachers think about the advantages and disadvantages of social studies course subjects in the context of inclusive education?
5. What are the teachers' suggestions for inclusive education within the scope of social studies course?

METHODS

In this research, which was carried out in accordance with the qualitative model, the case study pattern was taken as the basis. The case study is a research design that focuses on finding a holistic description and explanation (Merriam, 2013), and allows the researcher to examine a phenomenon or event that cannot be controlled by the researcher based on 'how' and 'why' questions (Yıldırım and Şimşek, 2006).

'Typical case sampling', which is one of the purposive sampling methods and aiming to reveal the typical or normal (Glesne, 2013, 61), was applied in the research. In this context, 21 social studies teachers working in public schools affiliated to Mersin Provincial Directorate of National Education were reached in the 2020-2021 academic year. Information about the working group is given below.

Table 1. Information about the study group of the research

	n	%	
Tenure	1 – 5 year	2	10
	6 – 10 year	5	24
	11 – 15 year	10	47
	16 – 20 year	4	19
	20 + year	0	0
	Total	21	100
Gender	Female	7	33
	Male	14	67
	Total	21	100
Age	25-30	3	14
	31-35	4	19
	36-40	9	43
	41-45	3	14
	46-...	2	10
	Total	21	100

When looking at the table, 14 (67%) of the participants are male and 7 (33%) are female. It is seen that teachers who work for 11-15 years are more than the others in terms of their tenure. In addition, when looking at the age range, the majority of teachers are 36-40 years old.

The data were collected through an open-ended question form, which enables unexpected or unplanned answers to be obtained if participants are asked to answer freely (Büyüköztürk et al., 2014). In this way, it is thought that more comprehensive and detailed data on the subject can be reached. With the form, it was asked what they thought about the in-class activities that social studies teachers do for their students with special learning difficulties, the suitability of the course topics to the structure of this type of students, the advantages and disadvantages of social studies course topics in the context of inclusive education, and what can be done for inclusive education within the scope of social studies course. The open-ended question form was given its final form after taking the opinions of three field experts.

In the analysis of the data collected through focus group interviews, content analysis was used, in which similar data were brought together around certain concepts and phrases and presented in a way that readers could understand (Yıldırım and Şimşek, 2006).

FINDINGS

In this section, the findings obtained in order to answer the sub-questions of the research are given.

Table 2. Having a student with a learning disability

Themes	n	%
Exist	15	71
Absent	6	29
Total	21	100

Table 3. Activity themes

Themes	n	%
Teaching with game	13	22
Concretization	12	20
Re-reading and writing	9	15
IEP Plan	9	15
Material preparation	8	13
Communication	5	8
Current events	4	7
Total	60	100

71% (15) of the participants stated that there were students with learning difficulties in their classes, and 29% (6) stated that they were not in their classes to the question which is one of the aims of the research: 'Do you have students who have learning difficulties in Social Studies courses? Please write your opinions about your classroom activities, if any.'. It is seen that the activity themes of the teachers, especially those who attend the classes of the students with learning difficulties and according to their previous job experiences, are grouped under the headings of 'teaching with games, concretization, re-reading and writing, IEP plan, material preparation, communication and current events'. In form 7, a teacher said, 'Of course there is. I'm trying to embody more. I try to explain the games or the materials they use in daily life, with materials close to them'.

Table 4. Opinions on the suitability of social studies course topics for the structure of students with learning difficulties (inclusive education)

Themes	n	%
Not suitable	13	34
Discrete / Hard	12	32
One-to-one education	9	24
Suitable	4	10
Total	38	100

Thirteen of the participants (34%) stated that the subjects were not suitable within the framework of the second sub-problem of the research ['What are your views on the suitability of social studies course topics for the structure of students with learning difficulties (inclusive education)?']. On the other hand, they stated that the subjects were difficult and abstract and that they were solved with one-to-one training, and 4 (10%) teachers stated that the subjects were suitable. In form 5, a teacher said, "For students with learning problems, the topics are a bit heavy. For example, let's leave the literacy problem aside, it is very difficult to explain the wars of the Ottoman Empire to a student who does not know the capital of Turkey.

Table 5. Activities carried out by teachers for students with learning difficulties in social studies sessions

Themes	n	%
One-to-one education	13	20
Teaching with game	12	19
Concretization	12	19
Material preparation	10	15
Reinforcement	8	12
Simplification	7	11
We do not conduct much	3	4
Total	65	100

Thirteen of the participants (20%) reported a theme in the direction of one-to-one training within the framework of the third sub-problem of the research ['Please write down the activities you have done for students who have

learning difficulties in social studies sessions (inclusive education)’. Considering the other themes, 12 (19%) of the teachers were teaching with games, 12 (19%) were concretizing, 10 (15%) were preparing materials, 8 (12%) were reinforcement, 7 (11%) were facilitating, and 3 (4%) stated that they do not do much of this type of activity. In form number 4, a teacher said, ‘We play the game who am I so that he gets to know his friends, increases his communication with them, and understands the role of student at school. Topics stay in mind by singing. Also, matching is more effective in puzzle games and they have fun.’

Table 6. Opinions on the advantages and disadvantages of social studies course subjects in the context of inclusive education

Themes (Advantages)	n	%	Themes (Disadvantages)	n	%
Concretization	15	18	Discrete subjects	14	18
Visualization	14	17	Concepts	13	16
Simplification	12	15	Session duration	13	16
Communication	10	13	Crowded Classrooms	12	14
Flexibility of Subjects	10	13	Long texts	12	14
Supportive	10	13	Boring	10	12
Reinforcement	9	11	Environment	8	10
Total	80	100	Total	82	100

While the themes of concretization (15), visualization (14), simplification (12), communication (12), flexibility of subjects (10), supportive (10) and reinforcement (9) indicate the advantages of the subjects, the abstractness of the subjects (14), the concepts used (13), insufficient course time (13), crowded classrooms (12), long texts (12), boredom of students with learning difficulties in the course (10), and environmental impact (8) themes were also stated as disadvantages of social studies course subjects within the framework of the fourth sub-theme of the research (‘Please write your views on the advantages and disadvantages of social studies course subjects in the context of inclusive education.’). In form 12, a participant said, ‘Actually, it is a disadvantage that the subjects are abstract and have too many concepts, but if we make such subjects concrete, we can turn this situation into an advantage in a suitable way. It can be an advantage to be able to find examples from life.’ he said.

Table 7. Possible suggestions for inclusive education within the scope of social studies course

Themes	n	%
Separate curriculums	15	19
Simple activities	14	18
Game cards	13	16
Sightseeing	10	13
Family participation	9	12
Decreased acquisitions	9	12
Concrete outputs	8	10
Total	78	100

Looking at the answers given by the participants within the framework of the last sub-question of the research (‘Please write down your suggestions for inclusive education within the scope of social studies course.’), 15 teachers (19%) stated that there should be a separate curriculum in the context of social studies course especially for students with learning difficulties, 14 teachers (18%) stated that there should be simply activity examples, 13 teachers (16%) stated that there should be game cards. 10 of them (13%) stated that there should be a sightseeing, 9 (12%) of them stated that there should be family participation. According to 9 of them (12%) acquisitions should be decreased and 8 of them there should be concrete outputs. While in form 5, a teacher said, ‘Games, puzzles, matching, etc., suitable for their level, related to the subject, should be increased further. In order for these students not to isolate themselves in the classroom environment, their course activities should be increased in the school environment.’, in form 13, a teacher said, ‘Special textbooks and materials should be developed for mainstreaming students, audio-visual video studies and interactive studies should be prepared. Educational studies should be carried out in separate classrooms or institutions.’

CONCLUSION

In this study, examining the views of social studies teachers about the education of students with special learning difficulties, it has been determined that the majority of teachers in the study group stated that they had students with learning difficulties. In the social studies classrooms in which these students were present, teachers stated the

themes of ‘teaching with games, concretization, re-reading and writing, IEP plan, material preparation, communication and current events.

A certain part of teachers in the study group stated that the subjects of social studies course are suitable for the structure of students with learning difficulties. On the other hand, it was concluded that the subjects are difficult and abstract and that they can be solved with one-on-one education.

Teachers stated that within the scope of inclusive education, they did activities on the themes of one-to-one education, teaching with games, concretization, material preparation, reinforcement and facilitation in the social studies lesson. It was determined that very few teachers could not do much activity. It can be said that this situation is parallel to the studies of Yaylacı and Aksoy (2016), who obtained the result that the participating social studies teachers considered themselves partially sufficient in the learning and teaching process.

The following results were also obtained in the research that concretization, visualization, simplification, communication, flexibility of subjects, supportive and reinforcement indicate the advantages of the subjects. The abstractness of the subjects (14), the concepts used (13), insufficient course time (13), crowded classrooms (12), long texts (12), boredom of students with learning difficulties in the course (10), and environmental impact (8) themes were also stated as disadvantages. Negative opinions about crowded classrooms are similar to the findings of Yaylacı and Aksoy (2016). One of the reasons of social studies teachers who do not support inclusive education in their study is that the classes are crowded.

Teachers in the study group offered suggestions for the preparation of a separate curriculum, simple activity examples, the use of game cards, organizing sightseeing, family participation, concrete outputs, decreasing acquisitions for inclusive education within the scope of the social studies course.

Based on the results, the following recommendations can be made:

1. Social studies course topics and activities might be prepared for students with learning difficulties.
2. Topics might be given with simple, understandable and concrete examples as much as possible.
3. Class hours might be reconsidered for students with learning difficulties.
4. Classrooms and the number of students might be determined according to the characteristics of students with learning difficulties.
5. Academic studies might be conducted in terms of multidisciplinary or interdisciplinary approaches for students with learning difficulties.

REFERENCES

- Arslan, K. (2019, June 19-22). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının kaynaştırma eğitimi hakkındaki tutumlarının farklı değişkenlere göre incelenmesi. *International Congress on Education (ERPA) Book of Proceedings, Turkey*, 164-171. https://www.erpacongress.com/upload/dosya/erpa-2019_book-of-proceedings_08-08-2019_15d4be9c340974.pdf74
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2014). Bilimsel araştırma yöntemleri (17. Basım). Pegem Akademi.
- Doğan, H. (2012). Özel öğrenme güçlüğü riski taşıyan 5-6 yaş çocukları için uygulanan erken müdahale eğitim programının etkisinin incelenmesi [Yayımlanmamış doktora tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Glesne, C. (2013). Nitel araştırmaya giriş (2. Basım) (Çev. Ed. A. Ersoy ve P. Yalçınoğlu). Anı.
- Merriam, S. B. (2013). Nitel araştırma – desen ve uygulama için bir rehber (Çev. Ed. S. Turan). Nobel.
- Ministry of National Education. (2008). Özel eğitim ve rehabilitasyon merkezi özel öğrenme güçlüğü destek eğitim programı. Millî Eğitim Basımevi.
- Özel Eğitim Hizmetleri Yönetmeliği. (2018). Resmî Gazete. (Sayı: 30471). Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2018/07/20180707-8.htm>
- Polat, E. (2013). Özel öğrenme güçlüğü yaşayan öğrenciler için web destekli uyarlanabilir öğretim sistemi tasarımı [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Sakarya Üniversitesi.
- Yaylacı, Z. and Aksoy, B. (2016). Sosyal bilgiler öğretmenlerinin kaynaştırma eğitimindeki yeterlilikleri. *Uluslararası Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 4(6), 19-40. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/404849>
- Yıldırım, A. and Şimşek, H. (2006). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri (6. Basım). Seçkin.

EXAMINATION OF THE OPINIONS OF TURKISH TEACHER CANDIDATES ON LISTENING EDUCATION COURSE CONDUCTED THROUGH EMERGENCY DISTANCE EDUCATION

İsmail Yavuz ÖZTÜRK

Faculty of Education, Mersin University, Turkey

iyavuzozturk@mersin.edu.tr

ABSTRACT

Due to the Covid-19 pandemic, face-to-face education practices at all levels of formal education institutions in Turkey were suspended for precautionary purposes, and distance education was started urgently. Many studies have been conducted on this form of education, which has been implemented for a long time and will be replaced by face-to-face education in the 2021-2022 academic year. Among these, there are also those who examined the effectiveness of courses through emergency distance education in listening education during the pandemic period, very few studies could be identified that focused on examining the views or attitudes of teacher candidates in the field of language education towards the development and education of listening skill. Based on the idea that the process should also be addressed from the perspectives of the teacher candidates, this research examines the views of them on the "listening education" course in the Turkish Teaching Undergraduate Curriculum and conducted with EDE. For this purpose, a focus group interview was conducted through a semi-structured form with 17 teacher candidates who were studying at Mersin University Faculty of Education Turkish Teaching Undergraduate Curriculum in the 2020-2021 academic year and selected by criterion sampling method. When the interview data were analyzed, it was determined that the sessions were watched by most of the teacher candidates because they were seen as important, participation in the sessions was mainly hindered by problems with the Internet connection, although not as much as face-to-face sessions, they were seen beneficial in some degree, recordings to be seen beneficial were watched infrequently and to make up for missed synchronous sessions, teacher candidates were of the opinion that more emphasis should be placed on practices. Some suggestions were presented to curriculum developers, distance education platform designers and course instructors at the end of the study.

Keywords: Listening education, Covid-19 pandemic, Emergency distance education, Turkish teacher candidate, Turkish education.

INTRODUCTION

In December 2019, a disease caused by the SAR-COV-2 virus (COVID-19) emerged in Wuhan, China, and this disease spread rapidly around the world. Due to this disease, which has become a pandemic, countries have had to take a series of measures based on social isolation, and education has had its share. In Turkey, where the first COVID-19 case was recorded on March 11, 2020 (Ministry of Health, 2020), it was decided to temporarily close schools after 5 days, distance education (DE) has been urgently adopted at all levels of education (Council of Higher Education, 2020; Ministry of Education, 2020).

The concept of DE can be defined as follows, based on UNESCO's (2020) statements that reveal the common features of different forms of distance learning: It is the use of media and technology to enable communication and interaction despite this separation in the event that the teacher and the student experience a time and/or space separation during the teaching process. This process can be carried out through printed learning materials, one-way and massive broadcasts (TV and radio programs), social media or learning platforms. This form of education provides people with lifelong learning opportunities and meets the individual and social needs of education (Kaya, 2002). The learner's success in DE depends on having a high level of self-directed learning and study skills supported by new teaching, learning and guidance strategies (UNESCO, 2020). This means new responsibilities that the learner has to take.

Bozkurt (2020) underlines that the concepts of *emergency distance education* (EDE) and *DE* should be seen separately. According to him, while EDE is the production of temporary solutions for emerging needs in order to keep education alive in times of crisis, DE is to benefit from the option of continuing education with planned and systematic studies by employing theoretical and practical knowledge towards a specific purpose within the scope of lifelong learning. Accordingly, it can be said that the form of education that has been transitioned due to pandemic measures in Turkey is EDE. Therefore, it would be correct to make evaluations about this form of education within the scope of EDE, not DE. In other words, the advantages and disadvantages experienced should be attributed to EDE instead of the other one. The findings and results obtained in this paper are evaluated within this education type.

Many researches have been carried out on this form of education, which lasts longer than expected and was stated by the official authorities (Council of Higher Education, 2021; Ministry of Education, 2021) that it will end in the 2021-2022 academic year by leaving its place to face-to-face education in Turkey. Among these, there are those who examine the courses conducted through EDE in terms of the effectiveness of listening education. However, during the pandemic period, very few studies could be identified that focused on examining the views or attitudes

of teacher candidates in the field of language education towards the development and education of listening skill as a result of a search in databases [Elton B. Stephens Company Open Dissertations, ProQuest Dissertations & Theses (PQDT), Higher Education Council Thesis Center, TR Index, DergiPark Academic, Education Resources Information Center (ERIC), Taylor & Francis, Science Direct-Elsevier] with the keywords ‘Listening, Pandemic, COVID-19, Coronavirus’. Although not directly, there are a few studies that examined this issue. Derakhshan (2021) examined the opinions of the participants consisted of 130 Teaching English as a Foreign Language (TEFL) students (teacher candidates) and 40 English Language and Literature students, regarding the role of EDE in acquiring language skills. They stated that they had difficulty in understanding the audio files shared by their teachers due to poor internet connection and low sound quality. Many students saw listening skill as the most positively affected skill (35%). According to the researcher, this may be due to the nature of online sessions, where students were mostly just listeners. In addition, with the absence of visual connections, students needed to listen more carefully, and thus their listening skills could be developed unconsciously (Derakhshan, 2021). Karakus et al. (2020), in their study examining the views of Turkish teacher candidates on DE during the COVID-19 pandemic process, it was determined that the participants thought that the DE contributed the most to the listening skill and the least to the writing skill. Öztürk Karataş and Tuncer (2020) who examined the effect of EDE on the development of English as a foreign language (EFL) teacher candidates' language skills, participants thought that the features of the platform were most beneficial for their listening skills. They stated that technical problems [internet connection problem, not having a computer, sound problems, problems arising from the inadequacy of the platform (loading, speed, etc.), poor quality of the recordings] most negatively affect the development of their listening skills. Internet connection issues are the most important technical issue among others. According to the participants, with the use of EDE platforms, they could access the recordings and materials of the sessions whenever and wherever they want. This often provided an advantage in listening skill (22%) but did not provide any advantage in speaking. Yamamoto (2021), on the other hand, interviewed 3 Japanese English teacher candidates in his thesis titled “Analyzing the Self-Reported Experiences of Japanese English as a Foreign Language Pre-service Teachers with Listening Comprehension Skills”, and based on the opinions gathered, he concluded that teacher education focuses on improving the language skills of teacher candidates rather than information on listening education. He (2021) also highlighted the fewness of research that deals with listening pedagogy from teacher candidates' perspectives. Based on the current deficiency in the literature, the aim of this research is to examine the opinions of Turkish teacher candidates about the listening education course they took through EDE during the COVID-19 pandemic period. In line with the stated purpose, answers are sought for the following questions:

1. What do teacher candidates think about synchronized listening education sessions?
2. What do teacher candidates think about recordings of listening education sessions?
3. What are the views of teacher candidates about their listening/watching skill before the course?
4. What are the opinions of the teacher candidates regarding whether they see themselves competent in gaining their students listening/watching skill after the course?
5. What are the opinions of the teacher candidates on the processes of the listening education course sessions?

METHODS

In this study, phenomenology, one of the qualitative research designs, was preferred. A summary of the research process is presented in Figure 1:

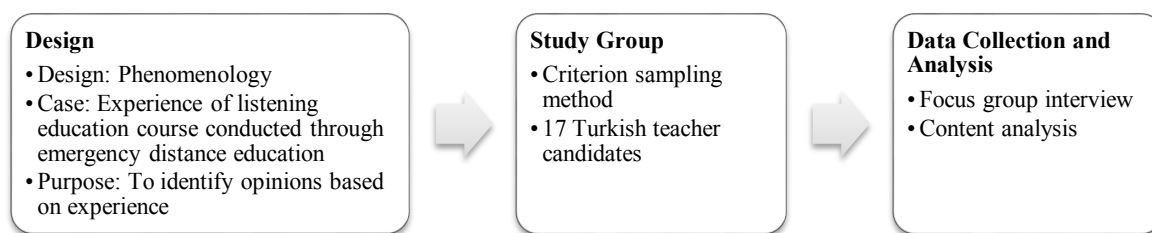


Figure 1. Summary of the research process

Research Design

Phenomenology research is an inductive and descriptive research type that focuses on the human phenomenon and aims to define the meanings of the expression of lived experiences (Saban & Ersoy, 2016). In this design, the researcher carries on studies to reveal the experiences of individuals regarding a concept or phenomenon (Creswell, 2007). It is aimed to determine the opinions of Turkish teacher candidates based on their experiences in the ‘listening education’ course they attend through EDE in this research. Thus, it is thought that the positive situations or problems experienced in the process and the solution proposals for the said problems can be put forward.

Study Group

The study group of the research was formed by the criterion sampling method, which is one of the purposive sampling methods. Criterion sampling is based on the understanding of studying all situations that meet a set of criteria created by the researcher or previously established (Yıldırım & Şimşek, 2013).

The criterion in determining the participants of the research was defined as Turkish teacher candidates who had attended the ‘listening education’ course through EDE due to the Covid-19 pandemic and volunteered to participate in the research. In the determination of the participants, attention was paid to ensure that the gender distribution of the teacher candidates was as equal as possible in order to ensure the highest level of diversity. Demographic characteristics of the study group are given in Table 1:

Table 1. Demographic characteristics of the study group

Code	Gender
G	Female
H ₁	Female
T	Male
Y	Female
M ₁	Male
F	Male
C	Female
M ₂	Male
O	Male
K ₁	Female
A	Male
M ₃	Male
M ₄	Male
H ₂	Female
E	Female
K ₂	Female
S	Female

Looking at Table 1, it is seen that 9 of the teacher candidates participating in the study were female and 8 were male. Therefore, it can be stated that the participants show a close distribution in terms of gender.

In order to increase diversity, efforts were made to ensure that the course success grades of the participants were varied, but this diversity was not at the expected level since participation in the research was based on volunteerism. The course success grades of the participants are as follows (First the code letter of the participants, then the course success score and the letter grade in parentheses are given): G, 95 (AA); H₁, 83 (BA); T, 92 (AA); Y, 89 (BA); M₁, 77 (BB); F, 80 (BA); C, 95 (AA); M₂, 77 (BB); O, 70 (BB); K₁, 83 (BA); A, 95 (AA); M₃, 68 (CB); M₄, 68 (CB); H₂, 71 (BB); E, 86 (BA); K₂, 77 (BB); S, 92 (AA). As can be seen, the letter grades of 4 participants are AA, 5 participants’ each are BA and BB, and 2 participants’ are CB.

Data Collection

As stated by Yıldırım and Şimşek (2013), research data were collected through focus group interviews, which have an important function in collecting qualitative data, when the researcher thought that the data to be collected would be more. This process is described in detail below:

In order to collect the data, semi-structured interview questions were first prepared by the researcher. After scanning the resources related to listening education, EDE and DE, the opinions of two lecturers working in the field of ‘Turkish education’ were taken to ensure that the questions prepared were clear and understandable in terms of language and expression. The opinions of a faculty member working in the field of Computer and Instructional Technologies were taken for the appropriateness of the statements about the EDE and DE processes. In order to test the purpose of the form, a pilot interview was conducted with a Turkish teacher candidate who was not among the participants of the research. After these processes, the interview questions were given their final form as seen below:

1. How often did you attend the synchronous listening education sessions? Why?
2. For what reason/reasons did you attend the synchronous listening education sessions?
3. For what reason/reasons did you not attend the synchronous listening education sessions?
4. What do you think about whether the synchronous listening education sessions contributed to you?
5. How often did you watch the recordings of sessions? Why?
6. For what reason/reasons did you watch the recordings?
7. For what reason/reasons did you not watch the recordings?
8. What do you think about whether the recordings are helpful to you?

9. What do you think about the competence of your own listening/watching skill before the listening education course?

10. Do you consider yourself competent in helping your students acquiring listening/watching skill after the course? Why?

11. If you were the instructor of this course, how would you conduct the sessions through distance education?

Phone calls were made with the students who took the course to determine the participants and they were informed about the study. A WhatsApp group was established by the researcher in order to communicate easily with the participants who decided to participate in the research voluntarily. It was stated to the participants that due to the Covid-19 pandemic, the interview would be held remotely, not face-to-face. With their preference, it was decided to hold the interview via Zoom. After this stage, the researcher took into account that the interviews might take a long time and therefore the motivation of the participants might decrease and divided them into two groups. The first group consists of the first ten participants (5 males, 5 females) in Table 1, and the second group consists of the remaining 7 participants (3 males, 4 females). The researcher planned two separate sessions on Zoom according to the time interval that each group member was available, and sent the participation link to the teacher candidates via the WhatsApp group 5 minutes before the interviews. Each interview held on 28 and 29 January 2021, lasted approximately 110-120 minutes, and this process was recorded with the permission of the participants. The interviews started after each teacher candidate participated, the researcher first prepared them for the interview mentally, and then directed the interview questions to them in the above order.

Analysis of Data

Content analysis technique was used to analyze the data collected through focus group interviews. According to this technique, similar data are brought together around certain concepts and themes and presented in a way that the reader can understand (Yıldırım & Şimşek, 2013). In this context, the conversations recorded in the interviews were first converted into a written document by the researcher. Later, with the help of this document, the answers of the participants were examined and a code list was created, and general themes and sub-themes were determined by gathering similar codes under the same structure. At this stage, the opinion of an academician who is an expert in the field of Turkish Education was taken. Again, in order to ensure validity, the opinions of the participants were conveyed in the form of direct quotations in some places. Therefore, seeking expert opinions and quoting directly from the participants (Sutton & Austion, 2015), two of the commonly used methods for establishing validity in qualitative research, were taken into consideration in this study. The analysis of the data was carried out independently by two researchers for the reliability of the research and the views of the coders were calculated using the reliability formula of Miles and Huberman (1994). The reliability coefficient between encoders was determined to be 92.5%, based on 248 consensuses and 20 disagreements. According to the measurement reliability formula, the high percentage of agreement between encoders indicates that the measurement reliability is also high (Yıldırım & Şimşek, 2013). Based on this information, it can be stated that the coding made in the research is reliable according to the percentage of agreement between the coders (Miles & Huberman, 1994).

FINDINGS

The findings of the research are presented in 5 categories (categories) and 10 related themes based on the research questions. While addressing the findings, direct quotations are included regarding the opinions of the participants whose real names and surnames are not included, instead a separate code name to represent each of them is determined.

Opinions on Synchronous Listening Education Sessions

The findings in this category are presented in the context of synchronous listening education sessions. Below are the themes and sub-themes that were revealed in line with the statements of the teacher candidates about the frequency of their attendance to sessions:

Table 2. Frequency of Teacher Candidates' Attendance to Synchronous Listening Education Sessions

Theme	Sub-themes	<i>f</i>
Frequency of Attendance to Synchronous Sessions	I usually attended.	1
	I attended sessions in the first weeks.	3
	I attended the first three weeks.	1
	I attended most of them.	2
	I attended several times.	3
	I attended half of it (7 weeks).	1
	I've been to all of them until the last few weeks.	1
	I attended 9-10 weeks.	3
	I attended 3 sessions.	1
	I attended all of them.	1

According to the table, it is seen that the statements of the teacher candidates about the frequency of attendance to synchronous listening education sessions are gathered under 10 sub-themes. Based on the statements, it can be said that the number of teacher candidates attending synchronous sessions for a few weeks or 9-10 weeks is higher. These are followed by the number of attendees in most of the synchronous sessions. As can be seen, most of the teacher candidates attended either a little or most of the synchronous sessions. While there is a teacher candidate who attended all of the synchronous sessions, there is no teacher candidate who did not attend any of them. In the table below, the themes and sub-themes revealed in line with the statements of the teacher candidates regarding the reasons for their participation in the synchronous listening education sessions are given:

Table 3. Opinions of Teacher Candidates on the Reasons for Attending the Synchronous Listening Education Sessions

Theme	Sub-themes	f
Reasons for Attending Synchronous Sessions	Being a representative of students	1
	Considering the course important	5
	Liking the lecturer's expression	2
	Thinking that the course will be productive	2

When Table 3 is examined, it is seen that the opinions of the teacher candidates about the reasons for attending synchronous listening education sessions are gathered under 4 sub-themes. Since the course were considered important in the presented views, it is understood that attending the synchronous sessions was ensured. One of the participants, Y revealed this situation with the following statements:

One of the biggest reasons I wanted to attend the sessions was that it was a field course and it was related to one of the four basic language skills. Since I care about these points, I tried to attend the sessions as much as I could.

It is seen that another sub-theme emerging in Table 3 is related to the situation of liking the lecturer's expression. In their views on this sub-theme, the participants stated that they attended the synchronous sessions because they liked the lecturer's expression or found it successful. The view of the participant with the code name M1 on this situation is as follows: 'But in this process, I took care to attend the sessions more. This is because I liked the way the teacher explained the course contents.' In addition, the participant with the code name T said, 'I attended because I thought the sessions would be productive. The teacher's presentations and lectures were very successful. That's why I joined.' expressing his opinion that both the lecturer's expression was successful and he expressed his belief that the course would be productive. The other participant G, who thought that the course would be productive, said: '...I realized that I could learn a lot in this course. That's why I attended many sessions.' One participant stated that he attended synchronous sessions because he was a representative of students, but that this was not the only factor, he tried to attend in all his courses: 'I attended all of the synchronous courses because I was the class representative of the course. I was posting a link to the WhatsApp group. Besides, I was trying to attend all my other courses synchronously.'

In Table 4, the themes and sub-themes revealed in line with the statements of the teacher candidates regarding the reasons why they could not attend the synchronous listening education sessions are given:

Table 4. Opinions of Teacher Candidates on the Reasons for Not Attending the Synchronous Listening Education Sessions

Theme	Sub-themes	f
Reasons for Not Attending Synchronous Sessions	Lack of device	2
	Anyway, the recordings of the sessions was loading, the thought	1
	Considering that they were not useful	1
	Death of relatives	1
	Being preparing for the Public Personnel Selection Exam (KPSS)	1
	Lack of internet quota	1
	Problems with internet connection	10
	Family situations	1
	Health problems	2
	Being busy with other things during course hours	3
	Working in a job	3
	Falling asleep	4

Looking at the table, it is understood that 12 sub-themes are formed according to the answers given by teacher candidates. When the data are examined, it is seen that the problems experienced in the Internet connection were

mostly mentioned in the opinions about not being able to attend the synchronous sessions. In relation to this situation, it has been expressed that there were infrastructure problems in the place in where they were living (city, village, neighborhood, etc.) or network failures were existed. T, one of the participants, said, 'There were infrastructure problems here on rainy and stormy days. Because of this, I could not attend some sessions.'

Another view most expressed by the participant teacher candidates is that they could not attend the synchronous sessions because they started in the morning and they could not wake up. The K2 said the following:

I have two brothers who go to secondary school. One of them is going to high school. Our sessions overlapped. Since I had a chance to watch the sessions later, I was giving my computer to one, the phone to the other. At night, I was watching the recordings. Even when I watched the recordings at night, I couldn't sleep and woke up early in the morning. I was able to attend my sessions when my siblings did not have an important session.

As can be seen, a teacher candidate who has a large number of siblings but has a shortage of devices to follow the course preferred to watch the recordings during the night instead of attending the synchronous sessions during the day, and stated that she could not wake up for the sessions in the morning even if she wanted to, because she went to bed late at night.

In the other two sub-themes of the views on not being able to attend synchronous sessions, it is understood that the teacher candidates were busy with other endeavors (moving house, traveling, etc.) or working in a job (waiting, working in plantation, etc.) during session hours. These are the most reported reasons for not waking up. The participant with the code name F said the following regarding this: 'I also attended most of the sessions. I couldn't attend for 4-5 weeks. I was also working in our plantation. That's why I couldn't attend.'

Another reason put forward by the participants is that they could not attend the synchronous sessions due to lack of devices or health problems. A teacher candidate, codenamed H2, said, 'Because there was only one computer, I had a hard time logging in with my own phone because my phone was a bit old. I did all my assignments last semester with this phone. Then the phone started to fail. That's why we couldn't all attend the sessions at the same time.', and a participant with the code name S said, 'We were suffering from some health problems as a family.' sentences reveal the situation in question. In addition to these, the fact that the recordings of synchronous sessions were uploaded to Mersin University Distance Education Platform, the thought that such sessions were not useful, the loss of motivation caused by the deaths due to the COVID-19 pandemic, the insufficiency of the Internet quota, family situations and being prepared for Public Personnel Selection Exam (KPSS) are among the opinions presented by each participant. The following words of the participant with the code name M1 regarding being prepared for KPSS are remarkable: 'I was also attending the sessions at the beginning, but I did not attend the later sessions because I was studying for KPSS.'

Considering the opinions about participation in synchronous sessions, it is understood that most of the teacher candidates had attended either a little or most of the simultaneous sessions because they consider them important, and could not attend the sessions mainly because they had problems with Internet connection.

The themes and sub-themes revealed in line with the teacher candidates' statements about whether the synchronous listening education sessions contributed to them are presented in the table below:

Table 5. Opinions of Teacher Candidates on Whether Synchronous Sessions Contributed to them

Theme	Sub-themes	f
Whether Synchronous Sessions Contributed to them	Although it was not as efficient as face-to-face education, they contributed to me.	12
	They contributed to me little.	2
	They contributed to me more than face-to-face sessions.	2
	They contributed to me a lot.	1

According to the table, it is seen that the opinions of the teacher candidates about whether the synchronous sessions contributed to them or not are gathered under 4 sub-themes. When the sub-themes are examined, it is understood that all of them are in the direction of the synchronous sessions that contributed to the teacher candidates, but there are differences between their levels. The number of teacher candidates who thought that the sessions done via aforementioned method were not as efficient as face-to-face sessions, but contributed to them, is the highest. They are followed by those who thought that such sessions directly contributed to them. There are those who found the contribution level low, albeit in small numbers. Two teacher candidates thought that synchronous listening education sessions were more productive than those done within the scope of face-to-face education.

A teacher candidate named O, who thought that the synchronous sessions contributed to them even if they were not as efficient as face-to-face sessions, and emphasized that he was working in a job during the session periods, expressed the following:

If I remember correctly, I was able to attend two synchronous sessions. Considering them, I did not receive as much contribution as face-to-face sessions. If there were face-to-face education, even if we were working in a job, we could document the sessions' hours and attend them without going to work at that time, but in distance education, you cannot tell the sessions' hours to the employer and

this time you cannot attend the sessions due to work.

K1 who thinks that the synchronous sessions were effective, although not as much as face-to-face sessions: *Among the courses I attended, the one I learned the most was listening education. Although not face-to-face, simultaneous sessions also contributed to me. The lecturer didn't just give lectures depending on the slides, this was a positive situation for me.*

expressed her satisfaction with the fact that the lecturer did not depend on the slides while lecturing.

A teacher candidate named M2, on the other hand, expressed the opposite opinion from the above and stated that the sessions done through EDE rather than face-to-face are more productive for him, since they solve his sleep problem:

If there had been face-to-face sessions, maybe I could have slept, I might not have gone to school, but thanks to distance education, I attended the sessions even though it was morning. From this point of view, distance education has been more productive for me than face-to-face education. If I was at school, I would either not come to class or I could sleep.

Expressing his opinion in this direction, M1 also used the following expressions:

I embrace distance education more because I finished high school openly. I prepared for YKS. (The Higher Education Institutions Examination) remotely by watching video sessions. I feel more comfortable at home. I feel more comfortable than when I was at school.

T, one of the participants who thought that synchronous sessions contributed little, made a comparison with the DE platform of another university and argued that the platform of his own university was insufficient:

The current platform is not yet at the level to make our learning qualified. There are many things that need to be fixed. I attended the certificate program of another university through distance education and got a certificate. I can say that the distance education model I saw there is very good in this regard. Compared to it, our platform was insufficient. For this reason, I think that all the sessions I attended synchronously contributed little to me. I got an idea, but clearly "I'm good at this, I've improved myself." I can't say.

The participant codenamed Y, on the other hand, expressed the opinion that synchronous sessions were not as productive as face-to-face ones because her eyes were tired in front of the screen by saying 'Since it is not face-to-face, I cannot say that the listening education course was as efficient as the other courses, because my eyes hurt a lot because I was in front of the screen and I could not focus on the sessions.'

A teacher candidate, codenamed M4, stated that, without comparing with face-to-face education, the synchronous sessions contributed a lot to him:

Of course it was too much. We have processed some of the content related to listening education in another course before. With this course, we have strengthened it even more. How healthy listening is realized, its biological dimension... It has contributed a lot in these points. For me it was an improving and good course. I've reaped a lot of benefits of it.

If the suggested views are summed up, it is seen that all of the teacher candidates thought that the synchronous and distance listening education sessions contributed more or less to them. Among these, the majority of those who thought that the synchronous sessions contributed to them, although not as much as the face-to-face sessions. Some of the instructors' teaching by sticking to the slides, difficulty of obtaining permission to attend the sessions, which can be obtained in the face-to-face education process, in the EDE process and for this reason, not running efficiently the synchronous sessions attended even if it is difficult at work, inability to get as much efficiency as face-to-face education in practical sessions were among the limitations emphasized by the teacher candidates in this group. It was also encountered with teacher candidates who claimed that synchronous sessions contributed little to them, on the grounds that the insufficiency of the platform or the fact that watching the sessions in front of the screen caused pain in their eyes. One of the participants expressed the opinion that synchronous sessions conducted remotely are more efficient than face-to-face sessions, with the thought that it eliminates the loss of motivation due to coming to school after waking up early in the morning and making preparations. Another participant expressed the similar opinion because he felt more comfortable at home, based on the habit of watching video sessions remotely from the high school preparatory period. A teacher candidate expressed the opinion that synchronous sessions contributed a lot to him, without comparing it with face-to-face sessions. However, when the investigation was made, it was determined that this participant mainly evaluated the theoretical course contents and expressed his opinion and stated that he attended the synchronous sessions only a few times. Therefore, it is seen that teacher candidates who had participated more in synchronous sessions made a comparison with face-to-face ones and expressed their opinions, while a participant who did not make this comparison attended synchronous sessions several times.

Opinions on Listening Education Course Recordings

The findings in the category are presented in the context of the recordings of the synchronous listening education sessions. The themes and sub-themes revealed by the teacher candidates' statements about how often they watched the recordings are given below:

Table 6. Frequency of Watching the Recordings of the Teacher Candidates

Theme	Sub-themes	<i>f</i>
Frequency of Watching the Recordings	I watched all the recordings.	2
	I didn't watch any of the recordings.	2
	I watched it once.	1
	I watched the recordings of a few sessions in the first weeks.	1
	I rarely watched.	5
	I watched the recordings of 3-4 sessions.	2
	I watched the recordings of 5-6 sessions.	1
	I watched half of the total course recordings (7 weeks).	1
	I watched most of the recordings.	2

According to the table, it is seen that the opinions of the teacher candidates about the frequency of watching the recordings are gathered under 9 sub-themes. Based on the opinions presented, it can be stated that the number of teacher candidates who rarely watched the recordings is higher. This is followed by those who watched all, most or 3-4 of the total course recordings and those who did not watch any of them. The number of teacher candidates who followed 5-6 or 7 sessions' recordings is one. As can be seen, the number of participants who did not watch any of the recordings is very few, and it can be said that most of the participants watched at least one recording. Themes and sub-themes revealed in line with the statements of the teacher candidates regarding the reasons for watching the listening education course recordings are given below:

Table 7. Teacher Candidates' Opinions on the Reasons for Watching the Recordings

Theme	Sub-themes	<i>f</i>
Reasons for Watching the Recordings	To make up for the sessions that could not be attended synchronously	13
	To make up for missed points in synchronous sessions	4
	To make up for points not understood in synchronous sessions	2
	To evaluate my presentation	1

When Table 7 is examined, it is seen that the opinions of the teacher candidates about the reasons for watching the recordings are gathered under 4 sub-themes. In the presented opinions, it is understood that the recordings are followed mainly to make up for the sessions that cannot be attended synchronously. One of the participants, C, revealed this situation with the following statements: 'I watched all the recordings because I could not attend the synchronous sessions.'

It is seen that another sub-theme emerging in Table 7 is related to making up for the parts missed in synchronous sessions. The participant, codenamed S, stated with the following sentences that she watched the recordings in order to make up for the synchronous sessions she could not attend and the points she missed in the synchronous sessions. She also underlined that the ability to watch, pause or fast forward the recording at any time is a convenience that is not available in synchronous sessions. In this direction, K2 said, "The sessions in the form of recordings were more beneficial for me. I could stop and continue whenever I wanted, I could take a break." she said.

Expressing that she watched the recordings in order to understand the points that she could not understand in the synchronous sessions, G said the following sentences: 'I watched the recordings again to strengthen understanding on subjects that were difficult to understand.' On this subject, another participant, codenamed M1, said: 'I also did not fully understand the midterm exam, I watched the recording of the relevant week in order to understand it better.'

It has been determined that a teacher candidate (M1) watched a recording in order to evaluate his lecture in a session: '... Apart from that, there was a session where I spoke and made a presentation. I watched the replay of it. To see my speech disorders, to look critically at myself.'

According to the opinions expressed, it is understood that the listening education course recordings are mainly followed to make up for synchronous sessions that cannot be attended. It is seen that the number of teacher candidates who watched the recordings in order to make up for the missed or incomprehensible session parts despite being attended synchronously is much less. It is also emphasized that they had the flexibility to watch, pause or rewind course recordings at any time.

In Table 8, the themes and sub-themes revealed in line with the statements of the teacher candidates regarding the reasons for not watching the listening education course recordings are given:

Table 8. Opinions of Teacher Candidates on the Reasons for Not Watching the Recordings

Theme	Sub-themes	<i>f</i>
Reasons for Not Watching the Course Recordings	Seeing participation in the synchronous sessions as sufficient	9
	Internet connection problem	3
	Feeling tired after returning from work	2

Insufficient internet quota

1

Looking at the table, it is seen that there are 4 sub-themes according to the answers given by the teacher candidates. When the data is examined, it is understood that the opinions about not following the recordings are mainly mentioned about the fact that it was sufficient to attend the synchronous sessions. One of the participants, H1 expressed this situation with the following sentences:

This is not just a case of listening education course. I don't want to watch it again in other courses. It makes me feel better to listen to the lecture in session and take the necessary notes. To be honest, watching the recording of that session afterward makes me very bored.

The view of the teacher candidate named E is in this direction: 'I did not watch the recordings of the synchronous sessions I attended because I was taking notes while I was following those sessions. That's why the contents of the session were a little more permanent.'

Another view most frequently expressed by the participants is that they refer to the difficulties they experienced with the Internet connection. Regarding this, participant codenamed K1 said, '...at first, I was listening when I missed a session, but unfortunately I could not watch the recordings at all because I was in the village and there was no internet connection.' and S said, '... I had trouble due to power cuts. I was waiting for the power to come. When the electricity came on, I continued to watch the recording from where I left off.'

It is also understood that there are participants who could not watch the recordings because they were working in a job and returned from work tired. The participant codenamed M2 said: 'My own laziness actually. I could watch the recordings when I came home from work, but because I felt tired, I came home and went to bed early, I couldn't watch them.'

Finally, there was a participant (M4) who could not watch the recordings due to insufficient internet quota:

I started watching the recordings when I got the Internet at home. Because my mobile phone's Internet quota was low. Considering the videos of other courses, my quota was insufficient. That's why I tried to follow it superficially at that time. So I can say that I have a problem in terms of quota. After the home internet connection was taken, I overcame these problems and started to watch the recordings more regularly.

According to the statements of the teacher candidates about the reasons for not watching the recordings, the opinion that it was sufficient to have already attended the synchronous sessions is predominant. Problems experienced in internet connection, feeling tired when coming home due to working at a job, and insufficiency of internet quota are among the opinions that have been identified, albeit at a low level, among the reasons for not being able to watch the recordings.

The themes and sub-themes revealed in line with the teacher candidates' statements about whether the listening education course recordings have contributed to them are presented in the table below:

Table 9. Opinions of Teacher Candidates on Whether the Recordings Contributed to Them

Theme	Sub-themes	f
Whether the Recordings Contributed to them	They contributed.	14
	They should be installed on the platform even though I haven't watched any of them.	2
	They didn't contribute.	1

According to the data in Table 9, the opinions of the teacher candidates about whether the recordings contributed to them or not are grouped under 3 sub-themes. The teacher candidates who thought that the recordings contributed to them are in the majority. A participant named G had the following to say about it: 'I think they contributed because while listening to the lecture, there were points that we missed, did not understand, or could not attend the session, we closed the gap through these recordings.' A participant, codenamed H1, who said that she was working at a job, mentioned the importance of recordings for her, over the problems about recordings she experienced in another course:

In terms of repetition, I also think it is positive. For example, the instructor of another course did not upload any recordings at first, and when we could not attend the session, we had no way of knowing what was going on. We couldn't rewatch. This was affecting me negatively as I was working in a daytime job. I sent a message to the instructor, and then he started uploading the recordings to the platform. It is a great advantage for me that the recordings were uploaded to the platform because of these experiences.

The teacher candidate named F, on the other hand, emphasized the contribution of the recordings of the practical sessions: 'It contributed in general. It was especially useful to watch the recordings of the courses in which we made practices.'

Although two teacher candidates did not watch any recordings, they stated that recordings should be uploaded to the Mersin University Distance Education Platform. In this context, a participant named A stated the following:

Since I attended all of the synchronous sessions and did not watch any of the recordings, I cannot comment on this. But even though I haven't watched it, I think the recordings should be uploaded to the platform. If there is something I don't understand, it helps me to understand by watching the recordings again. Sometimes I may not be available at home. There can be noise, I can get distracted, I can miss the subject, I want to watch it again... In such cases, the recordings are good.

A teacher candidate named M3 who said that he watched a few recordings stated that these recordings did not contribute to him: "I watched a few recordings. I don't remember them either. It did not contribute anything." According to the opinions about whether the course recordings contributed or not -whether they watched the recordings or not- most of the teacher candidates thought that they contributed to them in terms of repeating (especially in the practical sessions), making up for missed sessions or sessions' parts, and understanding the points that were not understood.

Opinions of Teacher Candidates on Their Listening/Watching Competence Before the Course

Themes and sub-themes revealed in line with the teacher candidates' statements regarding their listening/watching competence before the listening education course are presented in the table below:

Table 10. Opinions of Teacher Candidates on Their Listening/Watching Competence Before the Course

Theme	Sub-theme	f
Listening/Watching Competence Before the Course	I consider it sufficient because I think I have the talent.	5
	I consider it sufficient because I received training on this skill before.	3
	I do not consider it sufficient because I have not received any education on this skill before.	7
	I do not consider it sufficient because I have a problem of distraction/inability to focus.	2

According to the table, it is seen that the opinions of the teacher candidates on their listening/watching competence before the course are gathered under 4 sub-themes. The number of teacher candidates who found their pre-course listening/watching competence insufficient because they did not receive any education is the highest. A participant, whose code name is G, used the following statements regarding this:

It wasn't enough, so after this course, I realized that listening is actually the basis of other skills, and I think a lot of work should be done on this. Because when I look at my own education life, for example, I can say this for primary and secondary school, I don't remember a study explaining its importance. So everything was going very normal. The subjects were passing normally, but no serious listening practice was done. That's why I wasn't so clearly aware of the importance of listening. After taking this course, I really started to think differently and realized that I can and should do many things for my own students.

A teacher candidate with the code name H1 said, "I also saw that I was incompetent in terms of listening/watching because until now, no proper activity was done in schools to improve my listening/watching skill." she said. F expressed his opinion as follows: 'I also felt incompetent before the course and underestimated listening skill. Except for our teachers who took English classes in the past, our other teachers have never given us such a training.' When attention is paid, it is understood that the participants who expressed their opinions in this direction took the process before the 'listening education' course to primary school.

This group is followed by those who considered themselves competent before the course as they have talents. A teacher candidate named T said 'Except for a few points in terms of both listening and watching, I think I'm a good listener/viewer as long as I'm not in an environment that will distract me. I am a person who pays a lot of attention to details, especially when watching content such as movies and videos.' on this subject.

Another sub-theme related to finding one's own listening/watching skill sufficient before the course is that having received education on this subject stands out. Regarding this situation, Y expressed her opinion as follows:

In particular, I prepared an activity on listening education in the 'basic concepts of language education' course. That's why I knew. In the 'Turkish language' course I took in the first grade, the teacher of the course had us do a song listening activity. It was an activity that required us to catch the lyrics. As a result, I had knowledge, through this course I once again refreshed them.

A participant with the code name S also said: 'I also think that I am a good listener. Sometimes I get distracted in a session, but I can collect the attention of me right away. In the same way as watching, I took the 'media literacy' course, as my friends said, and that course also contributed to me.'

When the opinions on this subject are examined, it is observed that the teacher candidates pointed to some courses they took in the lower grades during their undergraduate education before the listening education course.

Also, according to Table 10, it is seen that the view of finding his/her own listening/watching skill insufficient before the course due to distraction or inability to focus constitutes another sub-theme. Regarding this sub-theme, a participant codenamed A said, 'I was at a low level before I took the listening education course. I've been like

this since I was little. I am someone who gets distracted very quickly. That's how I am when I read a book.' was of the opinion.

When the above statements are taken into account, it is understood that most of the teacher candidates find themselves incompetent because they have not received any education (from primary school) on developing listening/watching skill. In addition to these, there are teacher candidates who considered their listening/watching skills to be incompetent before and after the course because they have problems with distraction/not being able to focus. Even though they were in the same course, there are also participants who argued that their listening/watching skill had already become competent thanks to some of the courses (media literacy, basic concepts of Turkish education, Turkish language) they had taken at the undergraduate level before the listening education course.

Opinions of Teacher Candidates on Whether They Competent in Gaining Listening/Watching Skills to Their Students After the Course

The themes and sub-themes revealed in line with the statements of the teacher candidates about whether they see themselves as competent in giving their students listening/watching skills after the course are presented in the table below:

Table 11. Opinions of Teacher Candidates on Whether They Competent in Gaining Listening/Watching Skills to Their Students After the Course

Theme	Sub-themes	f
Competence in Gaining Listening/Watching Skills to Their Students After the Course	I think that I am not enough to conduct an activity.	16
	I think that I am enough to design an activity.	13
	Theoretical information about listening/watching skill was useful.	12
	I have the necessary theoretical knowledge about conducting an activity.	8
	I can conduct an activity with the knowledge I have.	1
	I am not competent in theoretical knowledge about listening/watching skill.	1

From the Table 11, it is understood that 8 sub-themes are formed according to the answers given by the teacher candidates about whether they see themselves as competent in giving their students listening/watching skill after the listening education course. When the data are examined, it is seen that the opinions mainly refer to the state of not seeing oneself as competent to conduct activities to be used both in-class and in the assessment-evaluation process. The reason for this situation are overcrowded classrooms, the lack of participation in the synchronous sessions where the activity was conducted or the failure to watch the recordings, inability to experience face-to-face activities in the classroom environment, lack of practice hours in Turkish Teaching Undergraduate Curriculum. K2, one of the teacher candidates, revealed this situation with the following statements:

Actually, I also watched the activity practices in the listening education course, but I couldn't get much efficiency because it was remote. I wish we could do an activity practice in this course after designing it, but the duration of the course, the lack of practice hours, the distance and the large number of students prevented this.

The teacher candidate with the code name H1 points out the lack of practice in the classroom environment with the following sentences:

I know how I can conduct any activity that I had designed thanks to the practices in the courses, but I think that I am lacking in doing this in a real classroom environment because we could not do these practices in the real classroom environment due to distance education. I have problems with breathing and excitement control. If we had practiced in a real classroom environment, maybe I would have been able to overcome these difficulties.

In this direction, a participant with the code name M3 said, "I find it sufficient at a very low level. Because I think that by just taking a course – if this is a distance course – we will not be enough at all." he said.

One of the views expressed within the scope of the theme in question is that the theoretical aspect of the course predominates because the practice time for the listening education course is not included in the Turkish Teaching Undergraduate Curriculum, which started to be implemented in 2018. One of the participants, F expressed this situation with 'I wish this course had practice hours as in the previous Undergraduate Curriculum. It is not correct that it consists entirely of theoretical sessions.' sentences. T, on the other hand, said, 'The instructor had these practices made even though there was no practice hour in the Undergraduate Curriculum, I hope that the deficiency in the Curriculum will be eliminated as soon as possible and more practices will be made in the next courses.'

Only one of the teacher candidates (participant with the code name G) considered herself sufficient in conducting the activity:

Compared to before the course, I see improvement in myself. For example, I think that I have information about what to do before, during and after listening and I can guide my students. The practices in the course also guided me in this regard. In the future, I can design new activities and

conduct them.

While most of the teacher candidates considered themselves incompetent in conducting activities, 8 of them thought that they had the necessary theoretical knowledge on this subject, in other words, they were equipped with the necessary information to conduct an activity. On this subject, it would be appropriate to take a look again at the words of the teacher candidate with the code name H1 above. In addition, M1 said, 'I may not be able to conduct the activities in a course exactly like the teacher of the listening education course, but I understood the philosophy of this. I understood how listening could be improved with what types of activities.'

Another point where the opinions put forward gain weight is related to the process of designing an activity. Most of the participants thought that they were sufficient in designing activities after the listening education course conducted through EDE. In this context, M4 said 'I can design an activity, but I think I am lacking in practice', H2 said 'I think I have improved myself in terms of activity. However, I don't know about conducting it because I couldn't do any practice.', E said, "There may be no problem in designing, but I think that I will have problems in practice right now.", A said 'I saw that the activities conducted in the course were based on creativity. In fact, I have already started to design some activities in my head. It has been helpful in that respect.'

The opinions that the theoretical information about listening/watching skills in the listening education course were useful is another issue reported by most of the teacher candidates. In relation to this, G said '... I learned a lot about physiological, psychological and cognitive disorders that I may encounter in my students. I think they will be very useful in my professional life.', M2 said 'I understood the theoretical information at first. I think these will come in handy in my professional life.', M3 said 'There are stages of listening, elements of listening and such... When you know these, you can have a better experience as a teacher. So it contributed to me.', M4 said 'It is important to have information about what listening is and how it happens. Of course, the contribution of this course in this sense is enormous.' and K2 said 'The midterm assignment, where I had the opportunity to examine both the theoretical information and the Turkish Curriculum in more detail, was useful.' H2 expressed her view that the theoretical knowledge about the physiology of listening and aphasia was useful, with the following sentences:

The instructor also said that it is important for us to know how listening takes place in the brain.

Because when our students have such problems in the future, we, as teachers, need to realize this.

It has been effective for me in that way.

Regarding this subject, a teacher candidate named A also said, 'I can say that I started to pay more attention to people thanks to the sessions given about the brain.'

In the context of the benefit of the theoretical knowledge in the course, 2 teacher candidates emphasized the change in their views before and after the course. M1 expressed this situation with these sentences: 'Before the course, I did not think that a person's listening skill could be improved. With the course, this idea gradually evolved, and now I think the opposite.' and K1 with these 'The course contributed a lot to my professional life because although I consider myself good at listening/watching, I didn't think it was that important for children before. I learned a lot thanks to the course.'

One of the participants (code name is T) stated that he was not competent in theoretical knowledge about listening/watching skill:

I do not think that I am fully competent in theory. I think I have an idea about the process. How to prepare an activity for children, how to conduct it; I pretty much made up my mind on how to evaluate their success. But I don't see enough of them. Of course, I think that I can improve myself by reading more, encountering examples of activities, and then I can provide a quality education.

When the opinions are examined, it is understood that most of the teacher candidates do not consider themselves competent to have the activities that they will use both in the classroom and in the assessment-evaluation process, but they think that they have the necessary theoretical knowledge about designing activities. In addition, it is seen that the theoretical contents presented in the sessions are useful.

Opinions on the Processes of the Listening Education Course Sessions

Asked to the teacher candidates, 'If you were the instructor of this course, how would you conduct the sessions through distance education?' The themes and sub-themes revealed according to their answers based on this question are given in the table below:

Table 12. Opinions on the Processes of the Listening Education Course Sessions

Theme	Sub-themes	f
Opinions on the Processes of the Listening Education Course Sessions	I would reduce the theoretical parts.	7
	I would practice more in sessions.	5
	I would make teacher candidates practice.	5
	I consider that the practices made in the sessions are sufficient.	7
	I think the theoretical parts sufficient.	7
	I would assign an activity design assignment in midterm and/or final.	3
	I would put more emphasis on watching skill.	1

When Table 12 is examined, it is seen that 7 sub-themes are formed depending on the answers given by the teacher candidates to the question asked about the teaching processes. The opinions presented focus on finding the theoretical parts of the course sufficient or more and finding the practices sufficient. 7 of the teacher candidates thought that the theoretical parts of the course should be reduced. In relation to this, H1 stated that:

In general, I find the practices of the instructor of the course good. I think he went into detail only in the theoretical parts. Yes, he said that he did so in terms of KPSS, but I said: Is this much about the physical dimension of listening necessary? I wouldn't give these subjects too much; I would go into that subject less if I were him.

In this regard, F said 'I would try to minimize the theoretical dimension. Even if there was no practice hour in the Undergraduate Curriculum, I would try to devote a certain part of the course to practice, and the instructor tried to do so.', M2 said 'If I were the instructor, I would try to finish the theoretical parts in a short time.', K1 said 'The theoretical parts were a bit too much as the instructor conducted the course according to the curriculum.'

Contrary to the opinions above, 7 of the teacher candidates considered the theoretical parts sufficient. A participant named T said the followings:

Theoretical information is also really helpful, first of all, it helps people understand themselves, and understands how listening takes place. With the meaning she/he deduced from this, decides what kind of activity method she/he will follow. In this respect, I think the theoretical parts are important.

The following words of one of the teacher candidates, Y, reveal both this issue and the opinion that the practices in the sessions were sufficient:

I couldn't do anything more than the instructor of the course because the conditions of distance education... The practice hours of the listening education course in the Undergraduate Curriculum have already been abolished. There would be no more. I would watch a video or how to do an event, I would do this. Would I have covered the physical aspects of listening in such detail as the instructor did? Yes, I would. These are interrelated. It should not be missing. The chain must be completed. What is an ear? What is the eardrum? These are necessary.

The majority of opinions expressed that the practices conducted within the scope of this course are sufficient. Above, in addition to the statements of the participant named Y, the following words of K1 are related to this:

I was very satisfied with the lectures and practices of the instructor. The theoretical parts were a bit too much as the course was based on the curriculum. But it was very good that he conducted the practices with his own initiatives. If I were him, I would do the same.

When the table is examined, it is seen that another theme that emerges is related to conducting more practice in the course. Within the scope of this theme, which was revealed based on the opinions of 5 teacher candidates, C said: 'Maybe I would conduct more practice on how to prepare and execute an activity.' The following words of M2 are related to the theme of getting teacher candidates to practice, as well as conducting more practice in the sessions:

If I were the instructor, I would try to finish the theoretical parts in a short time. Later, I would tell my students how to make a session plan. I would conduct a sample activity, then I would make the volunteer students conduct activities. For them to see the execution of a session.

In another sub-theme that emerged about the dimension of the teaching process of the listening education course, it is seen that emphasis was placed on making teacher candidates practice. In parallel with M2's comments above, K2 stated the following:

I wouldn't talk too much theoretical. The instructor of the course managed the process really well, but if I were him, I would have loaded the theoretical parts on the student. I think practice is better for them. Council of Higher Education's Undergraduate Curriculum is very theoretical. Theoretical parts are very useful for KPSS. Knowing that theoretical knowledge, overcoming KPSS and not being able to do an activity for the student... I think this is a much worse problem. So the activity could have been more.

The following statements of a participant named G are also related to this theme:

If I were the instructor, I would give the basic information first, the things that need to be known about the course. Apart from that, maybe I would make the students do something in terms of practices. So if I made an activity, maybe I would want something from them. How much that would be enough, I don't know. If there was something that could be done under the circumstances, maybe I could ask the students for such an activity.

Among the opinions regarding the teaching process in the same sub-theme, there are also suggestions to assign teacher candidates the task of preparing activities within the scope of midterm and/or final assignment. M4, one of the 3 teacher candidates who made this suggestion, said the following:

I would explain the subjects until the midterm, but I would ask students to create activities related to listening education as assignment during the midterm, by giving ample, detailed instructions. I wish they had seriously prepared for this. I would like that for the final as well.

In relation to this theme, the teacher candidate with the code name A said, 'Otherwise, as my other friends said, I

could have given an activity assignment. The final assignment would at least be an activity design assignment.’ It is a suggestion that more emphasis should be placed on watching education besides listening to the following sentences of the same participant: ‘I could have put a little more emphasis on watching. Because we focused a little more on listening.’

According to the opinions and suggestions presented, it is seen that the teacher candidates mostly made statements about the theoretical and practical parts of the course. While 7 teacher candidates emphasized that the theoretical parts of the course should be reduced, especially emphasizing the lack of practice hours in the Undergraduate Curriculum, a few of them stated that they found the theoretical parts sufficient. In addition, 7 of the teacher candidates found the practices in the course sufficient, and 5 of them stated that they did not find it sufficient. It was also proposed to give teacher candidates to practice in the sessions, to prepare an activity for midterm and/or final assignments. Finally, one of the teacher candidates suggested that watching skill was neglected and that it should be emphasized a little more. This is thought to be due to the fact that the course name in the Turkish Language Teaching Undergraduate Curriculum (Council of Higher Education, 2018) is ‘listening education’, this dimension has been neglected by mentioning the word ‘watch’ once in the course content, and therefore, the instructor of the course carried out the educational activities within this framework.

CONCLUSIONS

In the light of the relevant research data, the results of this research, which was carried out to determine the views of Turkish teacher candidates on the listening education course conducted through EDE during the Covid-19 pandemic, are discussed in this section.

Considering the opinions about attendance to synchronous sessions, it is seen that most of the teacher candidates attended either a few or most of the synchronous sessions of the course; there were no teacher candidates who did not attend any of the sessions; since the listening education course was considered important, it was determined that they mostly attended synchronous sessions. In addition, it was determined that they could not attend to the sessions due to problems with the internet connection. Opinions about internet connection problem are the results of many studies in the field (Arslan and Şahin, 2013; Asmara, 2020; Bakioğlu and Çevik, 2020; Başaran et al., 2020; Bayburtlu, 2020; Bennet et al., 2020; Birişçi, 2013; Can, 2020; Dias et al., 2020; Faridah, et al., 2020; İskender, 2021; Kan and Fidan, 2016; Karakuş et al., 2020; Karakuş et al., 2021; Metin vd., 2021; Mohan et al., 2020; Kavuk and Demirtaş, 2021; Wang et al., 2020; Yılmaz, 2020). Internet connection problems might be solved by providing devices, financial supports (like University of York) or GB assistance by mobile operators with the Council of Higher Education’s initiative as Öztürk Karatas and Tuncer (2020) stated.

All of the teacher candidates are of the opinion that the synchronous and remote listening education sessions contributed more or less to them. Among these, the majority of those who thought that the synchronous sessions contributed to them, although not as much as the face-to-face sessions. One of the participants expressed the opinion that synchronous sessions contributed a lot to him, without comparing it with face-to-face sessions. However, when the examination was made, it was determined that this participant mainly evaluated the theoretical course contents and expressed his opinion and stated that he attended the synchronous sessions several times. Therefore, it is seen that teacher candidates who participated more in synchronous sessions made a comparison with face-to-face education and expressed their opinions, while a teacher candidate who did not make this comparison attended synchronous sessions several times. The tendency to compare the courses conducted through EDE with face-to-face courses and to find face-to-face courses more efficient has been found in studies in the literature (Başaran et al., 2020; Bozkurt, 2020; Düzakın and Yalçınkaya, 2008; Elcil and Şahiner, 2014; Görgülü-Arı and Hayır-Kanat 2020; İskender, 2021; Karacaoğlu et al., 2021; Karal et al., 2011; Kavuk and Demirtaş 2021; Keskin and Özer Kaya, 2020; Kürtüncü and Kurt, 2020; Pınar et al., 2020; Uyar, 2020; Yalman, 2013) is also a frequently encountered situation.

Among the other limitations emphasized by the teacher candidates in this group are the situation where it is difficult to get the permission to attend the sessions, which can be taken during the face-to-face education process, during the EDE process, and therefore, the synchronous sessions attended at the workplace -even if it is difficult- were not efficient, inability to get as much efficiency as face-to-face education in practical courses. Ways should be developed for students working in a job to easily obtain the official permissions they will need in the DE or EDE process as well as in the face-to-face education process.

It was also encountered with teacher candidates who claimed that synchronous sessions contributed little to them, on the grounds that the inadequacy of the platform or the fact that following the lesson in front of the screen caused pain in eyes. Opinions about looking at the screen for a long time and distraction are also presented among the problems experienced by teachers from different branches (working in primary and secondary schools) experienced with students in the study of Kavuk and Demirtaş (2021). It has been reported in various sources that long-term exposure to screen light causes physiological and psychological problems such as distraction, fatigue, long-term retinal damage, inability to sleep, blurred vision, pain and dryness in the eyes, and this negatively affects the DE process (Eyesafe, 2020; Figueiro et al., 2011; Shochat, 2012; Tüsgil, 2020). In this study, the fact that only one teacher candidate experienced the said negative situation (pain in the eyes) suggests that individuals in the

position of students may have taken the necessary precautions. In any case, before the DE or EDE process, individuals in the position of students should be informed about what kind of precautions they can take against the negativities that may arise from looking at the screen for a long time. Besides, even if it was switched urgently, it would be appropriate to take the opinions of students in the development of DE or EDE platforms that were designed and put into operation. In particular, it is essential to establish opportunities for interaction which is constantly emphasized in the literature (Anderson, 2003; Attri, 2012; Doğan and Tatık, 2015; Faridah et al., 2020; Gacs, et al., 2020; Gewin, 2020; Karakuş et al., 2020; Karal et al., 2011; Marsh, et al., 2010; Rovai, 2002; Uçari 2016; Ustati and Hasan, 2013). In designing and using processes of platforms, the highest level of teacher-student, student-student and student-content interaction must be taken into account.

A teacher candidate said that she was satisfied with the instructor's teaching by not sticking to the slides. Although it has been stated in Chtourou and Zouari (2020), Gordon et al. (2010), Yıldız and Selim's (2015) researches that slides are among the most used materials in courses conducted through DE, it is thought that it is appropriate for the instructor of the course not to lecture only by looking at this type of material. Because presentations should not be the primary teaching environment in the DE process (Jones, 2003). Instructors should be warned that only slide-based lectures should not be taught in sessions conducted through DE or EDE, and that this type of material should be used as a supporting element of lecture.

One of the participants thought that coming to school after waking up early in the morning and making preparations eliminates the drowsiness in the sessions and the loss of motivation based on these; another one expressed the opinion that synchronous sessions conducted remotely are more productive than face-to-face sessions because he feels more comfortable at home, based on the habit of watching remote sessions from the high school preparatory period. As Kandemir (2014) determined, these views seem to be related to the affordability of DE, the alternatives it offers in learning, and the spatial independence it provides to learners. In addition, in a study conducted by İskender (2021), it was determined that DE, which offers a different option to students with suitable conditions, is seen as a plus value for both instructors and learners with its accessibility feature at any time. In the study of Görgülü-Arı and Hayır-Kanat (2020), the participants (science and social science teacher candidates) presented the views of saving time regarding DE, in Paydar and Doğan's (2019) study, they (primary school teacher candidates) experienced the comfort of space, and in Pınar and Dönel Akgül's (2020) study, they (secondary school students) were better motivated to take lessons in the home environment.

When the views about watching the course recordings were examined, it was determined that the number of participants who did not watch any of the recordings was very few, and most of the participants watched the recording of at least one session. However, in general, the frequency of watching the course recordings is low. In a study published by Can (2020), the rate of watching video recordings of the courses conducted through DE was low among university students. The researcher's conclusion that the recordings may have had a low viewing rate due to the need for more internet use was among the opinions presented by teacher candidates in this paper, albeit at a low level. The most dominant reason for not watching the recordings is the fact that it was considered sufficient to have already attended the synchronous sessions. Problems experienced in internet connection and feeling tired when coming home because of working at a job are among the reasons for not being able to watch the course recordings, albeit at a low level.

Course recordings were mainly followed to make up for the sessions that could not be attended synchronously. It has been observed that the number of teacher candidates who watched the recordings to make up for missed or incomprehensible session parts even though they attended synchronously is much less. It was also emphasized that they had the flexibility to watch, pause or rewind course recordings at any time. The fact that it offers the flexibility to watch and repeat at any time is a point identified about the advantages of DE or EDE in many studies (Başaran et al., 2021; Görgülü Arı and Hayır Kanat, 2020; Kan and Fidan, 2016; Karal et al., 2011; Marsh, 2010; Öztürk Karataş and Tuncer, 2020; Pınar and Dönel Akgül, 2020) based on collecting opinions from primary, secondary or university students. In order to overcome the problems that can be experienced in the internet connection and to take advantage of the advantages of DE, educational activities can be carried out with a design that blends face-to-face and DE.

According to the opinions about whether the course recordings contributed or not -whether they watched the recordings or not- most of the teacher candidates thought that the course recordings contributed to them in terms of repeating (especially in the practical sessions), making up for missed sessions or session sections, and understanding the points that were not understood.

Nine of the teacher candidates who participated in the research found their listening/watching skills to be incompetent before the course, and 8 of them were competent. 4 of those who saw it as insufficient mentioned that their listening/watching skills did not reach a sufficient level even after the course. Most of the participants found themselves inadequate as they have not received any training (from primary school) on developing their listening/watching skill. In addition to these, there are participants who considered their listening/watching skills to be incompetent before and after the course because they have problems with distraction/not being able to focus. Even though they were in the same class, teacher candidates who argued that their listening/watching skill have already become sufficient thanks to some courses they took at the undergraduate level before taking the listening

education course. Among these courses, 'media literacy' is an elective course, 'Turkish language' and 'basic concepts of language education' are among the compulsory courses (Council of Higher Education, 2018). In addition, the 'Turkish language' course is given by different instructors and students can choose the instructor they want at the beginning of the semester. Therefore, it is seen that the teacher candidates who prepared activities related to listening/watching education in the 'basic concepts of language education' course and those who took courses from the lecturer/staff who conducted listening/watching activities in the 'Turkish language' course or preferred 'media literacy' among the elective courses find their listening/watching skill competent before the listening education course. It would be appropriate to state that the number of teacher candidates who considered themselves competent in this subject before the listening education course is high because they think that they have the ability to listen/watch. Considering the small number of teacher candidates who stated that their listening/watching skills are still insufficient for various reasons after the listening education course, the high number of teacher candidates who consider themselves sufficient, it is seen that a situation has emerged in parallel with the research findings of Karakuş et al. (2020) and Özer and Çekici (2020). As a matter of fact, according to the Turkish teacher candidates who participated in a study conducted by Karakuş et al. (2020), DE courses contributed the most to their listening skill compared to other language skills. In the research of Özer and Çekici (2020), the participating instructors expressed the opinion that the Turkish language course taken with the DE system can have a partially positive effect on the development of their students' listening skills. It may be appropriate to provide additional listening/watching sessions during the period when face-to-face training is available for teacher candidates who find their listening/watching skill incompetent even after the course.

When the opinions of the teacher candidates regarding whether they saw themselves competent in gaining listening/watching skill to their students after the course are examined, it is understood that a large part of the teacher candidates did not consider themselves competent in conducting activities that they would use both in the classroom and in the assessment-evaluation process, but they thought that they had the necessary theoretical knowledge about designing activities. These views show that the listening education course taught through DE is insufficient in terms of making activity practices and they differ from the participants' views in İskender's (2021) research. In the aforementioned research, the instructors expressed the opinion that listening skill education would be effective in teaching Turkish to foreigners through DE. The separation of the opinions of the teacher candidates at the focus of this article is due to the excessive class size, not participating in the synchronous sessions or not following the recordings of these sessions, lack of experience of doing face-to-face activities in the classroom environment and lack of practice hours in Turkish Teaching Undergraduate Curriculum according to their own statements. By overcoming these problems, the negative views presented may become parallel to the views obtained by İskender. Considering the possibility that today's teacher candidates will be able to teach via DE or EDE in the future, it should be ensured that they conduct activity practices in synchronous listening education sessions, even from a distance and there is no practice time in the Curriculum.

Participants mostly expressed their opinions about the theoretical parts of the course and the practices within the scope of processes of the sessions. While 7 teacher candidates emphasized that the theoretical parts of the course should be reduced, especially emphasizing the lack of practice hours in the Undergraduate Curriculum, the same number of teacher candidates stated that they found the theoretical parts sufficient. Also 7 teacher candidates found the practices within the course sufficient, and 5 of them stated that they were not sufficient. In addition to these, it was also suggested that teacher candidates should be given practice in the sessions, and assignments to prepare activities in midterms and/or finals. Finally, one of the participants suggested that the watching skill was neglected and that it should be emphasized a little more. In this, it is thought that the fact that the name of the course is "listening education" in the Turkish Language Teaching Undergraduate Program (Council of Higher Education, 2018) and that the word "watch" is mentioned once in the course contents, this dimension is neglected, and therefore the instructor of the course carries out the educational activities in this direction. It is thought that the reason for this are that the course name in the Turkish Language Teaching Undergraduate Curriculum (Council of Higher Education, 2018) is "listening education", neglecting this dimension by mentioning the word 'watching' once in the course contents offered in the Curriculum, and therefore, the instructor of the course may have processed the sessions within this framework. It would be appropriate to eliminate the mentioned deficiency in the Undergraduate Curriculum in order to increase the effectiveness of listening education course in terms of practice.

REFERENCES

- Abduh, M. Y. M. (2021). Full-time online assessment during COVID -19 lockdown: EFL teachers' perceptions. *Asian EFL Journal*; 28(1.1), 26-46.
<https://www.asian-efl-journal.com/wp-content/uploads/AEJ-Volume-28-Issue-1.1-February-2021.pdf>
- Anderson, T. (2003). Getting the Mix Right Again: An updated and theoretical rationale for interaction. *International Review of Research in Open and Distance Learning*, 4(2), 1-14.
<https://doi.org/10.19173/irrodl.v4i2.149>
- Arslan, H. ve Şahin, I. (2013). Hizmet içi eğitimlerin video konferans sistemiyle verilmesine yönelik öğretmen görüşleri. *Journal of Instructional Technologies & Teacher Education*, 1(3), 34-41.

- <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/231306>
- Asmara, R. (2020). Teaching English in a virtual classroom using WhatsApp during COVID-19 pandemic. *Language and Education Journal*, 5(1), 16-27.
<http://ejournal.uniski.ac.id/index.php/LEJ/article/view/152>
- Attri, K. (2012). Distance education: problems and solutions. *International Journal of Behavioral Social and Movement Sciences*, 1(4), 42-58. <http://ijobsms.in/issue4,vol1,p7%20attri.pdf>
- Bakioğlu, B. & Çevik, M. (2020). COVID-19 pandemisi sürecinde fen bilimleri öğretmenlerinin uzaktan eğitime ilişkin görüşleri. *Turkish Studies*, 15(4), 109-129.
<http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.43502>
- Başaran, M., Doğan, E., Şahin, E. (2020). Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinin getirisi olan uzaktan eğitimin etkililiği üzerine bir çalışma. *Academia Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 368-397.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/egitim/issue/54643/753149>
- Bayburtlu, Y. S. (2020). Covid-19 pandemi dönemi uzaktan eğitim sürecinde öğretmen görüşlerine göre Türkçe eğitimi. *Turkish Studies*, 15(4), 131-151. <https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.44460>
- Bennet, R., Uink, B., Cross, S. (2020). Beyond the social: Cumulative implications of COVID-19 for first nations university students in Australia. *Social Sciences & Humanities Open*, 2, 1-5.
<https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2020.100083>
- Birişçi, S. (2013). Video konferans tabanlı uzaktan eğitime ilişkin öğrenci tutumları ve görüşleri. *Öğretim Teknolojileri ve Öğretmen Eğitimi Dergisi*, 1(2), 24-40.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/jitte/issue/25080/264691>
- Bozkurt, A. (2020). Koronavirüs (Covid-19) pandemisi sırasında ilköğretim öğrencilerinin uzaktan eğitime yönelik imge ve algıları: bir metafor analizi. *Uşak Üniversitesi Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 1-23.
<https://doi.org/10.29065/usakead.777652>
- Bozkurt, A., Jung, I., Xiao, J., Vladimirschi, V., Schuwer, R., Egorov, G., ... Paskevicius, M. (2020). A global outlook to the interruption of education due to COVID-19 Pandemic: Navigating in a time of uncertainty and crisis. *Asian Journal of Distance Education*, 15(1), 1-126. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3878572>
- Chtourou, S. & Zouari, L. (2020, December 6-7). *Post-pandemic online teaching experience at King Faisal University: a case study* [Conference presentation]. Sixth International Conference on e-Learning (econf), Bahrain. http://www.csun.edu/science/ref/presentation/powerpoint/powerpoint_use_abuse.pdf
- Council of Higher Education. (2018). *Turkish teaching undergraduate curriculum*. Retrieved July 8, 2021 from https://www.yok.gov.tr/Documents/Kurumsal/egitim_ogretim_dairesi/Yeni-Ogretmen-Yetistirme-Lisans-Programlari/Turkce_Ogretmenligi_Lisans_Programi.pdf
- Council of Higher Education. (2020). *Koronavirüs (COVID-19) bilgilendirme notu: 1*.
https://www.yok.gov.tr/Sayfalar/Haberler/2020/coronavirus_bilgilendirme_1.aspx
- Council of Higher Education. (2021). *YÖK Başkanı Erol Özvar, üniversitelerde yüz yüze eğitimin detaylarını açıkladı*. <https://www.yok.gov.tr/Sayfalar/Haberler/2021/yok-baskani-ozvar-dan-yuz-yuze-egitime-iliskin-aciklamalar.aspx>
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (2nd ed.). CA: US: Sage Publications, Inc.
- Derakhshan, A. (2021). Emergence distance education (EDE) role in the learning of English language skills during COVID-19 pandemic. *Journal of Teaching Language Skills*, 40(3), 41-82.
<http://dx.doi.org/10.22099/jtls.2021.39849.2948>
- Dias, M. O., Lopes, R. O. A., Teles, A. C. (2020). Will virtual replace classroom teaching? Lessons from virtual classes via zoom in the times of COVID-19. *Journal of Advances in Education and Philosophy*, 4(5), 208-213. <https://doi.org/10.36348/jaep.2020.v04i05.004>
- Doğan, S. and Tatık, R. Ş. (2015). Marmara Üniversitesi uzaktan eğitim uygulamasının öğrenci görüşleriyle değerlendirilmesi. *Route Educational and Social Science Journal*, 2(1), 247-261.
<https://doi.org/10.17121/ressjournal.187>
- Düzakın, E. & Yalçınkaya, S. (2008). Web tabanlı uzaktan eğitim sistemi ve Çukurova Üniversitesi öğretim elemanlarının yatkınlıkları. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(1), 225-244.
<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/50421>
- Elcil, Ş. & Şahiner, D. (2014). Uzaktan eğitimde iletişimsel engeller. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 6(1), 21-33. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/437897>
- Eyesafe. (2020). *Blue light and screen time guide for schools and educators* [Fact sheet]. <https://eyesafe.com/wp-content/uploads/2020/02/eyesafe-blue-light-screen-time-guide-schools-educators1.pdf>
- Faridah, D., Irianti, L., Fachriyani, R. L. (2020). Investigating pre-service English teachers' perception on the use of multimedia in EFL teaching and learning process: pedagogical implication. *Journal of Development and Innovation in Language and Literature Education*, 1(2), 209-222.
<https://ejournal.karinosseff.org/index.php/jadila/article/download/102/96/778>
- Figueiro, M. G., Wood, B., Plitnick, B., Rea M. S. (2011). The impact of light from computer monitors on

- melatonin levels in college students. *Neuroendocrinology Letters*, 32(2), 158-163. PMID: 21552190.
- Gacs, A.; Goertler, S.; Spasova, S. Planned online education versus crisis-prompted online language teaching: Lessons for the future. *Foreign Language Annals*, 53(2), 380-392. <https://doi.org/10.1111/flan.12460>
- Gewin, V. (2020). Five tips for moving teaching online as covid-19 takes hold. *Doğa*, 580, 295-296. <https://dx.doi.org/10.1038/d41586-020-00896-7>
- Gordon, J., Weiner, E., McNew, R., Trangenstein, P. (2010). Teaching during a pandemic event: Are universities prepared? In C. Safran et al. (Eds.), *Studies in Health Technology and Informatics* (pp. 620-624). IOS Press. <https://ebooks.iospress.nl/volume/medinfo-2010>
- Görgülü-Arı, A. & Hayır-Kanat. M. (2020). Prospective Teacher' Views on Covid-19 (Coronavirus). *Van Yüzüncü Yıl University the Journal of Social Sciences Institute, Outbreak Diseases Special Issue*, 459-492. http://www.yyusbedergisi.com/eng/dergiayrinti/prospective-teacher-views-on-covid-19-coronavirus_1161
- İskender, M. E. (2021). Yabancı dil olarak Türkçe öğretiminde uzaktan eğitim derslerine ilişkin deneyimler. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (22), 96-117. DOI: 10.29000/rumelide.885523.
- Jones, A. M. (2003). The use and abuse of PowerPoint in teaching and learning in the life sciences: a personal overview. *Bioscience Education*, 2(1), 1-13. <https://doi.org/10.3108/beej.2003.02000004>
- Kan, A. Ü. & Fidan, E. K. (2016). Türk dili dersinin uzaktan eğitimle yürütülmesine ilişkin öğrenci algıları. *Turkish Journal of Educational Studies*, 3(2), 23-45. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/turkjes/issue/34168/377812>
- Kandemir, O. (2014). Türkiye'de yükseköğretim düzeyinde uzaktan eğitim uygulamaları: eğitimde fırsat eşitliği ve ekonomik kalkınma. *Electronic Turkish Studies*, 9(5), 1155-1176. <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.6850>
- Karacaoğlu, M., Karakuş, N., Esendemir, N. & Ucuzsatar, N. (2021). Uzaktan eğitim üzerine bir araştırma: "Türkçe öğretmenleriyle mülakatlar". *International Journal of Language Academy*, 9(1), 124-144. <http://dx.doi.org/10.29228/ijla.48641>
- Karakuş, N.; Ucuzsatar, N.; Karacaoğlu, M. Ö.; Esendemir, N.; Bayraktar, D. (2020). Türkçe öğretmeni adaylarının uzaktan eğitime yönelik görüşleri. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (19), 220-241. DOI: 10.29000/rumelide.752297.
- Karal, H., Çebi, A., Turgut, Y. E. (2011). Perceptions of students who take synchronous courses through video conferencing about distance education. *The Turkish Online Journal of Educational Technology (TOJET)*, 10(4), 276-293. <http://www.tojet.net/articles/v10i4/10428.pdf>
- Kavuk, E. & Demirtaş, H. (2021). COVID-19 pandemisi sürecinde öğretmenlerin uzaktan eğitimde yaşadığı zorluklar. *E-International Journal of Pedagogogy (e-ijpa)*, 1(1), 55-73. <https://www.e-ijpa.com/index.php/pedandragoji/article/view/20>
- Kaya, Z. (2002). *Uzaktan eğitim*. Ankara: Pegem Akademi.
- Keskin, M. & Özer Kaya, D. (2020). COVID-19 sürecinde öğrencilerin web tabanlı uzaktan eğitime yönelik geri bildirimlerinin değerlendirilmesi. *İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 5(2), 59-67. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1196338>
- Kürtüncü, M., & Kurt, A. (2020). Covid-19 pandemisi döneminde hemşirelik öğrencilerinin uzaktan eğitim konusunda yaşadıkları sorunlar. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)*, 7(5), 66-77. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/asead/issue/54658/725503>
- Marsh, B., Mitchell, N., Adamczyk, P. (2010). Interactive video technology: Enhancing professional learning in initial teacher education. *Computers & Education*, 54(3), 742-748. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2009.09.011>
- Metin, M., Gürbey, S. & Çevik, A. (2021). Covid-19 Pandemi sürecinde uzaktan eğitime yönelik öğretmen görüşleri. *Maarif Mektepleri Uluslararası Eğitim Bilimleri Dergisi*, 5(1), 66-89. <https://doi.org/10.46762/mamulebd.881284>
- Miles, M. B. & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.) Sage Publications, Inc.
- Ministry of Education. (2020). *Bakan Selçuk, Koronavirüs'e karşı eğitim alanında alınan tedbirleri açıkladı*. <https://www.meb.gov.tr/bakan-selcuk-koronaviruse-karsi-egitim-alanindaalanan-tedbirleri-acikladi/haber/20497/>
- Ministry of Education. (2021). *Bakan Özer, okullarda yüz yüze eğitim hazırlıklarının detaylarını açıkladı*. <https://www.meb.gov.tr/bakan-ozer-okullarda-yuz-yuze-egitim-hazirliklarinin-detaylarini-acikladi/haber/23938/tr>
- Ministry of Health. (2020). *COVID-19 nedir?* <https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66300/covid-19-nedir-.html>
- Mohan, G., McCoy, S., Carroll, E., Mihut, G., Lyons, S., Domhnaill, C. M. (2020). *Learning for all? Second-level education in Ireland during COVID-19*. https://www.esri.ie/system/files/publications/SUSTAT92_3.pdf
- Özer, Ö. & Çekici, Y. E. (2020). Uzaktan eğitim yoluyla yürütülen Türk dili derslerinin değerlendirilmesi: nitel bir araştırma. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (Ö7), 92-110. <http://doi.org/10.29000/rumelide.808251>.

- Öztürk Karataş, T. & Tuncer, H. (2020). Sustaining language skills development of pre-service EFL teachers despite the COVID-19 interruption: a case of emergency distance education. *Sustainability*, 12, 1-34. <https://doi.org/10.3390/su12198188>
- Paydar, S. & Doğan, A. (2019). Teacher candidates' views on open and distance learning environments. *Education & Technology*, 1(2), 154-162. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/egitek/issue/50136/650237>
- Pınar, M. A. & Dönel Akgül, G. (2020). The opinions of secondary school students about giving science courses with distance education during the Covid-19 pandemic. *Journal of Current Researches on Social Sciences*, 10(2), 461-486. <http://doi.org/10.26579/jocress.377>
- Rovai, A. (2002). Building sense of community at a distance. *International Review of Research in Open and Distance Learning*, 3(1), 1-16. <https://doi.org/10.19173/irrodl.v3i1.79>
- Saban, A. & Ersoy, A. (2016). *Eğitimde nitel araştırma desenleri*. Ankara: Anı.
- Shochat, T. (2012). Impact of lifestyle and technology developments on sleep. *Nature and Science of Sleep*, 4, 19-31. <https://doi.org/10.2147/NSS.S18891>
- Sutton, J. & Austin, Z. (2015). Qualitative research: Data collection, analysis, and management. *CJHP*, 68(3), 226-231. <http://doi.org/10.4212/cjhp.v68i3.1456>
- Tüsgil, A. (2020). Uzaktan eğitim yoluyla yabancılara Türkçe öğretiminin değerlendirilmesi. *Rumeli Köprüsü, Covid-19 Özel Sayısı-2*, 54-57. <https://dosyalar.trakya.edu.tr/rumelikoprusu/docs/covid2/>
- Uçar, H. (2016). Uzaktan eğitimde motivasyon stratejilerinin öğrenenlerin ilgileri, motivasyonları, eylem yeterlikleri ve başarıları üzerine etkisi. [Unpublished doctoral dissertation]. Anadolu University.
- UNESCO (2020). *UNESCO Covid-19 Education Response: Education Sector Issue Notes* (Note No. 2.1). <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373305>
- Ustati, R., & Hassan, S. S. S. (2013). Distance learning students' need: evaluating interactions from Moore's theory of transactional distance. *Turkish Online Journal of Distance Education*, 14(2), 292-304. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/155827>
- Uyar, E. (2020). Covid-19 pandemisi sürecinde sosyal bilgiler öğretmenlerinin uzaktan eğitime yönelik görüşleri. *Kapadokya Eğitim Dergisi*, 1(2). <https://dosyalar.nevsehir.edu.tr/e7a60abaa87ffa5bba45899cb43c5b96/emrah-uyar.pdf>
- Wang, C., Cheng, Z., Yue, X.-G., & McAleer, M. (2020). Risk management of COVID-19 by universities in China. *Journal of Risk and Financial Management*, 13(2), 1-6. <http://doi.org/10.3390/jrfm13020036>
- Yalman, M. (2013). Eğitim fakültesi öğrencilerinin bilgisayar destekli uzaktan eğitim sistemi (moodle) memnuniyet düzeyleri. *Turkish Studies-International Periodical for The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 8(8), 1395-1406. <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.5357>
- Yamamoto, A. (2021). *Analyzing the self-reported experiences of Japanese English as a foreign language pre-service teachers with listening comprehension skills* [Unpublished master thesis]. University of Central Florida.
- Yıldırım, A & Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin.
- Yıldız, M. and Selim, Y. (2015). A qualitative study on transferring the experience of using technology from formal education to distance education. *Turkish Online Journal of Distance Education*, 16(4), 125-134.
- Yılmaz, M. (2020). *Uzaktan eğitimin iyileştirilmesi, salgın kaynaklı eğitim krizini aşmak için öneriler*. https://ilke.org.tr/images/yayin/politika_notlari_uzaktan_egitim/ILKE_PN_12_web.pdf

EXAMINING THE PRIMARY-SCHOOL TEACHERS' MOTIVATION LEVELS DURING THE COVID-19 PANDEMIC

Dila LEYLAK

Faculty of Education, Mersin University, Turkey
dilaleylak@gmail.com

Elif CATAL

Faculty of Education, Mersin University, Turkey
elifcatal84@gmail.com

Serkan SAY

Faculty of Education, Mersin University, Turkey
serkansay@mersin.edu.tr

ABSTRACT

The purpose of this research is to investigate the primary-school teachers' motivation levels towards the profession during the COVID-19 pandemic. In accordance with this purpose, the professional motivations of primary school teachers have been examined according to the variables of gender, years of professional seniority, grade level taught and the number of students attending the course in the distance education. The study group of the research consists of 258 primary-school teachers working in Erdemli district of Mersin province. The study was carried out by using the survey method one of which is a quantitative research method and the data have been collected through the Personal Information Form developed by the researchers and the "Primary School Teacher Motivation Scale" developed by Ozturk&Uzunkol (2013). The results of the research demonstrated the professional motivation level of the primary-school teachers to be moderate during the Covid-19 Pandemic. The gender showed a significant difference on primary-school teachers' professional motivation levels and female teachers' general average of professional motivation levels were found to be higher than the male teachers' professional motivational levels during Covid-19 Pandemic. Another significant difference in professional motivation levels was observed in the seniority levels in which it was determined to be between 21+ and 5-10, 11-15, 16-20 and between 16-20 and 11-15, 16-20 years of professional seniority groups. The professional motivation levels of the primary-school teachers did not show a significant difference according to the class level and the number of students participating in distance education. The data obtained from the scale have been interpreted, using the same scale, by comparing them with the studies carried out with teachers before the pandemic. Compared to pre-pandemic period, the professional motivation levels of the primary-school teachers are found to decrease.

Key Words: Primary-school teachers, Covid-19, Motivation

INTRODUCTION

Individuals, by nature, need an internal or external driving force to achieve their goals (Akbaba, 2006). Luthans (1995) defined this driving force as motive. And motivation, in its most basic sense, is defined as showing action to achieve a goal (Ibicioğlu et al., 2014). Directing and dealing with a situation with an internal desire is defined as intrinsic motivation, while extrinsic motivation is defined as being motivated by a situation to obtain tangible and relatively beneficial feedback from outside (Ryan & Deci, 2000). The difference here is the source of motivation. While intrinsic motivation consists of the individual himself, extrinsic motivation requires environmental effects. (Yazıcı, 2009).

Motivation is effective in the behavior of individuals (Özdaşlı & Akman, 2012). Therefore, motivation is of great importance in educational activities (Akbaba, 2006), as motivation is an important concept for both teachers and students in order to achieve the desired goals in the education-teaching processes. (Uyulgan & Akkuzu, 2014). A qualified education becomes possible when the teachers are motivated (Ada et al., 2014). Teachers' motivation also affects the students' motivation, fulfilling the targeted reforms of education, and obtaining the intended output from the education (De Jesus & Conbay, 2001). For these reasons, one can say that teachers' having high motivation and job satisfaction is a situation that concerns the entire education system (Selvitopu & Taş, 2020). Individuals' productivity, success and motivation depend on many different factors (Ayık & Ataş, 2014). Consequently, teachers' motivation levels may vary (Kılıç & Yılmaz, 2019).

The COVID-19 epidemic, which emerged on December 1st, 2019 in Wuhan, a city in of Hubei state in China, has become a global crisis in a short time (Can, 2020). On March 11th, 2020, when the epidemic was declared to be a pandemic by WHO (2020), the first case was recorded in Turkey. The pandemic has been declared as a state of emergency in many countries. Countries have made rapid and new decisions regarding this situation (Zhang et al., 2020). As well as the economy and the health, COVID-19 has also greatly affected the education. In a very short time, face-to-face education turned into the form of distance education. Education systems were unprepared for this condition (Quezada et al., 2020). Distance education system was put into practice in Turkey in 23rd March,

2020. After nearly six months, On September 21st, 2020, face-to-face teaching started again. According to the course of the epidemic in Turkey, schools switched to distance education again on November 20th, 2020. Yet again, on March 3rd, 2021, considering the pandemic conditions in the cities, face-to-face education started again at particular levels and the distance education was still carried on 15.04.2021 (www.meb.gov.tr).

One of the occupational groups most affected by these new and changing conditions is teachers. Teachers, whose responsibilities have changed, started to have to take care of the social conditions of the students they are responsible for, and to be in regular communication with students and parents (König et al., 2020). In addition, one can say that it became comparatively difficult for teachers to attract students' attention to the lesson, motivate them to learn, and stay in touch with them during the distance education (Sangeeta & Tandon, 2020). Teachers' proficiency in using technology, their cooperation with students and parents etc may also vary depending on different factors. Furthermore, e-learning drawbacks such as not being able to test students' learning, low technological skills of students, internet and infrastructure problems can also affect the teaching. Such situations, on the one hand, cause a group of teachers to experience stress and be in a negative mood throughout this process, although there are teachers who are warmly attracted to distance education (Klapproth et al., 2020; Almanthari et al., 2020). Behaviors and moods of teachers affect their motivation levels for the teaching profession (Karabağ Köse et al., 2018), and it is thought that educational practices carried out during the COVID-19 pandemic may have an impact on teachers' motivation. In addition, no study has been found in the literature on the motivation levels of teachers after the pandemic period. It is thought that examining the changes created by the educational practices in the COVID-19 pandemic on the motivation of teachers will contribute to the literature. Therefore, the main problem sentence of the research has been determined as; "What is the professional motivation level of the primary-school teachers in the Covid-19 pandemic?". In this context, answers are sought for the following sub-problems.

1-) Is there a significant difference by gender in the professional motivation level scores of primary-school teachers during the COVID-19 pandemic?

2-) Is there a significant difference in the professional motivation level scores of the primary-school teachers during the COVID-19 pandemic considering the years of seniority?

3-) Is there a significant difference in the professional motivation level scores of the primary-school teachers during the COVID-19 pandemic according to the grade level?

4-) Is there a significant difference in the professional motivation level scores of primary-school teachers during the COVID-19 pandemic compared to the number of students attending the course in distance education?

METHOD

Model of the Research

This research was carried out according to the survey model, which is one of the quantitative research methods. Karasar (2006) defines general survey models as scanning studies on the entire population or on selected samples from the population in order to reach a general conclusion about a population. Using scanning model, this study aims to determine the motivation status of primary-school teachers during the COVID-19 pandemic.

Study Group of the Research

The study group of the research consists of 258 primary-school teachers selected by purposive sampling method among 580 primary-school teachers working in Erdemli district of Mersin province in the 2020-2021 academic year. Participation in the research is on a voluntary basis. Information about the study group of the research is presented in Table 1.

Table 1. Personal Information of the Primary School Teachers Constituting the Study Group

Variable	Gruplar	Frekans	Yüzde	Toplam
Gender	Kadın	130	50,4	258
	Erkek	128	49,6	
Placement Year	0-5 Yıl	18	7,0	258
	5-10 Yıl	28	10,9	
	11-15 Yıl	65	25,2	
	16-20 Yıl	41	15,9	
	21 ve üstü	106	41,1	
Grade Level	1. Sınıf	55	21,3	258
	2. Sınıf	71	27,5	
	3. Sınıf	69	26,7	
	4. Sınıf	63	24,4	
Number of Students Attending Classes in Distance Education	0-10 Kişi	93	36,0	258
	11-20 Kişi	123	47,7	
	21-30 Kişi	23	8,9	
	31 ve üstü Kişi	19	7,4	

Of the 258 teachers who participated in the study, 50.4% were female and 49.6% were male teachers. As their career year; 7.0% of 258 primary-school teachers work in the range of 0-5 years, 10.9% of them 5-10 years, 25.2% of them 11-15 years, 15.9% of them 16-20 years and 41.1% of them 21 years and over. According to the grade level, 21.3% of the 258 teachers teach at the 1st grade, 27.5% at the 2nd grade, 26.7% at the 3rd grade and 24.4% at the 4th grade. In terms of the number of students attending the course in distance education, 36.0% of 258 primary-school teachers are 0-10 people, 47.7% are 11-20 people, 8.9% are 21-30 people, 7.4% are 31 and above.

Data Collection Tools

Personal Information Form: In the personal information form developed by the researchers, there are questions to determine the gender, professional seniority year, class level of the primary-school teachers and the number of students participating in the distance education. The identity information of the teachers was not requested in the personal information form.

Primary School Teacher Motivation Scale: Developed by Öztürk & Uzunkol (2013), the "Primary School Teacher Motivation Scale" has four sub-dimensions: positive attitude towards the profession, appreciation and professional happiness, avoidance of the profession and assimilating the profession. "Primary School Teacher Motivation Scale" consists of 30 items. There are five options for each item. These options are expressed as Strongly Disagree (1), Disagree (2), Partially Agree (3), Agree (4) and Totally Agree (5). The four sub-dimensions of the scale whose validity and reliability are tested explain 50% of the total variance. The total internal consistency number was found to be .87. In the exploratory factor analysis, the KMO value was found to be .843.

For the analysis of the data, the first step was to check whether the data showed a normal distribution.

Tabachnick & Fidell (2013) state that the distribution shows a normal distribution when the skewness and kurtosis values are between ± 1.50 . Since the kurtosis and skewness coefficients of the data obtained in the study were between these values, it was observed that the data showed a normal distribution. For this reason, parametric tests were used in the analyses. While calculating the General Average, the sub-dimension of avoidance was reverse scored. Independent Samples T-Test was used to examine primary-school teachers' professional motivations during the COVID-19 pandemic by gender

Analysis of Data

A One-Way Analysis of Variance was conducted to examine the professional motivations of primary-school teachers during the COVID-19 pandemic by years of seniority, grade level and the number of students attending the course during the distance education process. The significance value of the data was determined over $p < .05$. Data have been evaluated over the reference ranges as; $X \leq 1.79$ Not Sufficient, $1.80 \leq X \leq 2.59$ Low, $2.60 \leq X \leq 3.39$ Intermediate, $3.40 \leq X \leq 4.19$ High, and $X \geq 4.20$ Extremely High.

FINDINGS

This part of the study includes the findings obtained from the analysis of the main problem and sub-problems, For this purpose, in Table 2, the descriptive statistics of the professional motivation of the primary-school teachers during the Covid-19 pandemic are presented according to the sub-dimensions and the general average.

Table 2. Descriptive Statistics Results of Primary-School Teachers' Attitude Scores Towards Profession During the COVID-19 Pandemic.

Dimensions	N	\bar{X}	S
Positive Attitude towards the Profession and Professional Success	258	3,29	1,20
Recognition and Professional Happiness	258	2,61	,96
Job Avoidance	258	3,00	,86
Assimilation of Profession	258	4,17	,79
General Average	258	3,36	,57

As can be seen in Table 2, the descriptive statistics of primary-school teachers' motivation towards the profession were found to have a medium level of motivation in the positive attitude towards the profession and professional success sub-dimension ($\bar{X} = 3.29$).

In the sub-dimension of appreciation and professional happiness, it was determined that the motivation average of the primary-school teachers was at a medium level ($\bar{X} = 2.61$). It is seen that the general average of the professional motivation of the primary-school teachers is at a moderate level ($\bar{X} = 3.36$).

The Independent Samples T-Test was applied to examine the primary-school teachers' attitude scores towards the profession during the COVID-19 pandemic by gender.

Table 3. Independent Samples T-Test Results of Primary-School Teachers' Attitudes Towards Profession During the COVID-19 Pandemic by Gender

Dimensions	Cins	N	\bar{X}	S	Sd	t	P
Positive Attitude towards the Profession and Professional Success	Kadın	130	3,42	1,19	256	1,69	,09
	Erkek	128	3,16	1,20			,09
Recognition and Professional Happiness	Kadın	130	2,66	,98	256	,73	,46
	Erkek	128	2,57	,94			,46
Job Avoidance	Kadın	130	2,96	,79	256	-,66	,50
	Erkek	128	3,03	,94			,50
Assimilation of Profession	Kadın	130	4,25	,75	256	1,52	,12
	Erkek	128	4,10	,82			,12
General Average	Kadın	130	3,44	,56	256	2,31	,02
	Erkek	128	3,28	,57			,02

According to the results of the analysis in Table 3, the motivation levels of the primary-school teachers do not show a significant difference in the sub-dimensions of positive attitudes towards the profession and professional success $t(256)=1.69, p>.05$, appreciation and professional happiness $t(256)=.73, p>.05$, avoidance of occupation $t(256)= -.66, p>.05$ and assimilation of occupation $t(256)=1.52, p>.05$ according to gender. On the other hand, the general average of the primary school teachers' motivation levels towards the profession shows a significant difference according to gender $t(256)=2.31, p<.05$

One-Way Analysis of Variance was applied to examine the Primary-School Teachers' attitude scores towards the profession during the COVID-19 pandemic according to the years of seniority. While expressing the differences, 0-5 years were coded as A, 5-10 years B, 11-15 years C, 16-20 years D, and 21 years and above as E.

Table 4. One-Way Variance Analysis Results of Primary-School Teachers' Attitude Towards Profession During the COVID-19 Pandemic by Placement Year

Dimensions		Sum of Squares	Sd	Mean Square	F	P	Fark
Positive Attitude towards the Profession and Professional Success	Between Groups	13,52	4	3,38	2,38	,052	-
	Within Groups	359,24	253	1,42			
	Total	372,77	257				
Appreciation and Professional Happiness	Between Groups	27,91	4	6,98	8,33	,000	A-D, B-D, C-D, C-E, D-E
	Within Groups	211,98	253	,83			
	Total	239,90	257				
Job Avoidance	Between Groups	7,33	4	1,83	2,49	,043	B-E, D-E
	Within Groups	185,84	253	,73			
	Total	193,18	257				
Assimilation of Profession	Between Groups	13,73	4	3,43	5,91	,000	A-D, C-D, D-E
	Within Groups	146,95	253	,58			
	Total	160,69	257				
General Average	Between Groups	6,32	4	1,582	5,11	,001	B-E, C-E, D-E, B-C, B-D
	Within Groups	78,30	253	,310			
	Total	84,63	257				

As can be seen in Table 4, the results of the analysis indicate that there is no significant difference in the positive attitude towards the profession and the professional success sub-dimension of the primary-school teachers according to their placement years $F(4, 253) = 2,38, p>.05$. However, in the sub-dimension of appreciation and professional happiness, there is a significant difference according to the placement year $F(4, 253) = 8,330 p<.05$. Scheffe Test was conducted to determine between which occupational year groups the difference was. According to the Scheffe Test results, it was determined that the difference was between 16-20 and 0-5; 5-10, 11-15, 21+ and between 11-15 and 21+ placement year groups. A significant difference is observed in the sub-dimension of Job Avoidance regarding the placement year. $F(4, 253) = 2,49, p<.01$. The Scheffe Test results indicate that the obtained difference is between 16-20 and 5-10, 21+ placement years. A significant difference was observed in the sub-dimension of assimilation of the profession according to placement year $F(4, 253) = 5,91, p<.05$. According to the results of the Scheffe Test, it was determined that the difference was between 16-20 and 0-5, 11-15, 21+ placement year groups. On the general average of the motivation of the primary-school teachers towards the profession, there is again a significant difference according to the placement

year $F(4, 253) = 5,11, p < ,05$. According to the results of the Scheffe Test, the difference is between 21+ and 5-10, 11-15, 16-20 and between 5-10 and 11-15, 16-20 placement year groups.

One-Way Analysis of Variance has been applied to examine the Primary- School Teachers' attitude towards the profession during the COVID-19 pandemic according to the grade level.

Table 5. One-Way Analysis of Variance Results of Primary School Teachers' Attitudes Towards Profession During the COVID-19 Pandemic by Grade Level

Dimensions		Sum of Squares	Sd	Mean Square	F	p
Positive Attitude towards the Profession and Professional Success	Between Groups	8,35	3	2,78	1,94	,12
	Within Groups	364,41	254	1,43		
	Total	372,77	257			
Appreciation and Professional Happiness	Between Groups	1,33	3	,44	,47	,70
	Within Groups	238,56	254	,93		
	Total	239,90	257			
Job Avoidance	Between Groups	5,79	3	1,93	2,61	,05
	Within Groups	187,39	254	,73		
	Total	193,18	257			
Assimilation of Profession	Between Groups	1,75	3	,58	,93	,42
	Within Groups	158,94	254	,62		
	Total	160,69	257			
General Average	Between Groups	1,90	3	,63	1,95	,12
	Within Groups	82,72	254	,32		
	Total	84,63	257			

According to Table 5, the analysis results indicates no significant difference in the sub-dimensions of positive attitude towards the profession and professional success $F(3, 254) = 1,94, p > ,05$, Appreciation and professional happiness $F(3, 254) = ,47, p > ,05$, Job avoidance $F(3, 254) = 2,61, p > ,05$ and assimilation of the profession $F(3, 253) = ,93, p > ,05$, according to the grade level.

There is also no significant difference in the general average of the motivation levels of the primary school teachers according to the grade level $F(3, 254) = 1,95, p > ,05$.

One-Way Analysis of Variance was applied to examine the Primary-School Teachers attitude towards the profession during the COVID-19 pandemic regarding the number of students attending the course in the distance education process.

Table 6. One-Way Analysis of Variance Results of Primary-school Teachers' Attitudes Towards Profession During the Covid-19 Pandemic According to the Number of Students Attending the Class in the Distance Education Process

Dimensions		Sum of Squares	Sd	Mean Square	F	P
Positive Attitude towards the Profession and Professional Success	Between Groups	8,463	3	2,82	1,96	,11
	Within Groups	364,311	254	1,43		
	Total	372,773	257			
Appreciation and Professional Happiness	Between Groups	4,73	3	1,57	1,70	,16
	Within Groups	235,17	254	,92		
	Total	239,90	257			
Job Avoidance	Between Groups	2,03	3	,67	,90	,44
	Within Groups	191,14	254	,75		
	Total	193,18	257			
Assimilation of Profession	Between Groups	3,48	3	1,16	1,87	,13
	Within Groups	157,20	254	,61		
	Total	160,69	257			
General Average	Between Groups	1,79	3	,59	1,83	,14
	Within Groups	82,84	254	,32		
	Total	84,63	257			

As in Table 6, in the results of the analysis, positive attitude towards the profession and professional success according to the number of students attending the course in distance education $F(3, 254) = 1,96, p > ,05$, appreciation and professional happiness $F(3, 254) =$ It is seen that there is no significant difference in sub-

dimensions of 1.70, $p > .05$, avoidance of occupation $F(3, 254) = .90$, $p > .05$, and assimilation of occupation $F(3, 253) = 1.87$, $p > .05$. There was no significant difference on the general average of the motivation levels of the primary school teachers according to the grade level. $F(3, 254) = 1.830$, $p > .05$.

As is seen in Table 6, there is no significant difference in the sub dimensions of positive attitude towards the profession and professional success $F(3, 254) = 1.96$, $p > .05$, appreciation and professional happiness $F(3, 254) = 1.70$, $p > .05$, Job avoidance $F(3, 254) = .90$, $p > .05$ and assimilation of profession $F(3, 253) = 1.87$, $p > .05$ according to the number of students attending the course in distance education. There is also no significant difference in the general average of the motivation levels of the primary school teachers according to the class level. $F(3, 254) = 1.830$, $p > .05$.

DISCUSSION, CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

In this study primary-school teachers' motivation levels towards the profession during the COVID-19 pandemic have been examined according to the variables of gender, placement year, grade level and the number of students attending the course during the distance education process in terms of the sub-dimensions of positive attitude towards the profession and professional success, appreciation and professional happiness, job avoidance, professional assimilation. The analyzes were compared with the results of previous research on the motivation levels of primary-school teachers.

The results of the analysis indicated that the general average of the professional motivation levels of the primary-school teachers during the COVID-19 pandemic was moderate. ($\bar{X} = 3.36$) According to the study conducted by Bayraktar & Akın (2019) on primary-school teachers before the pandemic, the professional motivation of primary-school teachers is determined to be at a high level ($\bar{X} = 3.61$). The general motivation levels of primary school teachers for the profession can be said to have decreased compared to the pre-pandemic period.

The results of the sub-dimensions regarding the motivation levels of the primary-school teachers during the COVID-19 pandemic have been found to be as $\bar{X} = 3.29$ in Positive attitude towards the profession and professional success; as $\bar{X} = 2.61$ in Appreciation and occupational happiness, as $\bar{X} = 3.00$ in Job avoidance, and as 4.17 in Profession assimilation. According to the Bayraktar and Akın's study (2019), the sub-dimensions of positive attitude towards the profession and professional success have been found to be as $\bar{X} = 4.29$, appreciation and professional happiness as $\bar{X} = 3.78$, avoidance from the profession as $\bar{X} = 2.62$, and professional assimilation as $\bar{X} = 3.77$.

Similar results are also seen when compared with Demir et al.'s (2017) study, which was conducted with the same scale. When compared with the results before the pandemic, it is seen that the results of the primary-school teachers' positive attitude towards the profession and the sub-dimensions of professional success, appreciation and professional happiness have lower scores. In their study on the factors on teachers' motivation, Ada et al. (2014) concluded that teachers' being appreciated and feeling professionally successful are effective on developing positive attitudes towards the profession. Büyükses (2010) also concluded in his study that the fact that teachers are not appreciated by their administrators negatively affects their motivation.

Considering these results, the problems experienced by teachers about being appreciated for the profession and feeling successful while doing their profession can be said to affect their positive attitudes towards the profession during the COVID-19 pandemic. On the besides, the avoidance scores of primary-school teachers have increased compared to before the pandemic. It can be said that the educational disruptions experienced during the pandemic period, the increase in the workload of teachers and the uncertainties that occur in the process cause an increase in the scores of teachers to avoid their profession. On the other hand, there is an increase in the scores of the primary-school teachers' professional assimilation sub-dimension compared to the pre-pandemic period.

For the first sub-problem of the research, the motivation levels of the primary-school teachers towards the profession have been examined according to the gender variable. The results have shown that there is a significant gender difference on the general average of the motivation levels of the primary-school teachers, and the professional motivation of female teachers during the pandemic is determined to be higher than that of males. No other significant differences are detected in terms of gender in any of the sub-dimensions of the scale. However, while the averages of female teachers in the sub-dimensions of positive attitude towards the profession and professional success, appreciation and professional happiness, assimilation of the profession were higher, the averages of male teachers in the sub-dimension of avoiding the profession were found to be higher. This situation is similar to the results of Demir et al.'s (2017) study on the motivation of primary-school teachers before the pandemic. According to these results, it can be said that female teachers' motivation level averages towards the profession are higher than male teachers before and after the pandemic. In his study on teachers' motivation, Ertürk (2016) determined that female teachers' intrinsic motivation levels are higher than male teachers, and this is due to the fact that female teachers are less affected by external factors and adapt more to their profession if they achieve the feeling of satisfaction and success towards the profession compared to male teachers.

For the second sub-problem of the study, the motivation levels of primary-school teachers in the pandemic have been examined according to their professional seniority years. According to the results, there is a significant difference in the general average of primary-school teachers' attitudes towards the profession according to

professional seniority, and this difference is observed as between 21+ with 5-10, 11-15, 16-20 and 5-10 with 11-15, 16-20. While there was no significant difference according to professional seniority in the sub-dimension of positive attitude towards the profession and professional success, it was determined that the views of teachers differed according to professional seniority among other sub-dimensions. In Demirkol's (2019) study conducted before the pandemic, it is seen that there was a significant difference only in the dimension of assimilation of the profession according to professional seniority. In this case, it can be said that the motivation levels of teachers according to professional seniority have been affected by the pandemic.

For the third sub-problem of the research, the motivation levels of the primary-school teachers during the pandemic have been examined according to the grade level. According to the results, there is no significant difference on the motivation levels of the primary-school teachers according to the grade level. However, while the group with the highest motivation in the general average is the 2nd grade teachers, it is followed by the 1st grade, 4th grade and 3rd grade teachers, respectively. In the studies conducted by Bayraktar and Akın (2019) before the pandemic, it was seen that the motivation levels of the primary-school teachers did not show a significant difference compared to the class level in the grand total and other sub-dimensions.

For the fourth sub-problem of the study, the motivation levels of primary-school teachers during the pandemic have been examined according to the number of students attending the course in distance education. According to the results, it was seen that the number of students attending the course in the distance education process did not make a significant difference on the motivation of the primary-school teachers towards the profession. In the study conducted by Canöz et al (2019) and Demirkol (2019) before the pandemic, it is seen that the motivation level of primary-school teachers does not differ according to the number of students in the classroom.

In order to increase the professional motivation of primary-school teachers, which have been found to decrease in the pandemic, it may be suggested during the COVID-19 pandemic process that detailed research should be carried out by the ministry in order to determine the reasons for this decrease in teachers' motivation. In addition to this, due to the decrease in the appreciation and professional happiness sub-dimension scores of primary-school teachers during the pandemic, it can be suggested that teachers be given certificates of achievement in proportion to their professional dedication.

REFERENCES

- Ada, Ş., Akan, D., Ayık, A., Yıldırım, İ., & Yalçın, S. (2014). Öğretmenlerin motivasyon etkenleri. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(3), 151-166.
- Akbaba, S. (2006). Eğitimde motivasyon. *Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13, 343-361.
- Almanthari, A., Maulina, S., & Bruce, S. (2020). Secondary school mathematics teachers' views on e-learning implementation barriers during the COVID-19 pandemic: the case of Indonesia. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 16(7), 1860.
- Asio, J.M.R., & Bayucca, S.A. (2021). Spearheading education during the COVID-19 rife: administrator's level of digital competence and schools' readiness on distance learning. *Journal of Pedagogical Sociology and Psychology*, 3(1), 19-26.
- Ayık, A., & Ataş, Ö. (2014). Öğretmen adaylarının öğretmenlik mesleğine yönelik tutumları ile öğretme motivasyonları arasındaki ilişki. *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 25-43.
- Bayraktar & Akın (2019). Investigation of motivation levels of primary school teachers. *Eurasian Academy of Sciences Social Sciences*. 24, 37 - 63
- Büyükses, L. (2010). *Öğretmenlerin iş ortamındaki motivasyonunu etkileyen etmenler* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Can, E. (2020). Coronavirüs (Covid-19) pandemisi ve pedagojik yansımaları: Türkiye'de açık ve uzaktan eğitim uygulamaları. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 6 (2), 11-53.
- Canöz, T., Ünlü, İ., Uzunkol, E. (2019). İlkokul öğretmenlerinin mesleki motivasyon düzeyleri ve sınıf yönetimi stillerinin incelenmesi, *Temel Eğitim Dergisi*, 1(2), 40-56.
- De Jesus, S.N., & Conboy, J. (2001). A stress management course to prevent teacher distress. *The International Journal of Educational Management*, 15, 131-137.
- Demirkol, M. (2019). Sınıf öğretmenlerinin öğretmenlik mesleğine yönelik motivasyon düzeyleri. *Academia Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 2019, 4(1), 37-54
- Ertürk, R. (2016). Öğretmenlerin iş motivasyonları. *Eğitim Kuram ve Uygulama Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 1-15.
- İbicioğlu, H., Özdaşlı, K., Dağlar, H., & Yılmaz, T. (2014). Muhasebe meslek mensuplarının içsel ve dışsal motivasyon faktörlerine yönelik bir araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(9), 93-105.
- Karabağ Köse, E., Taş, A., Küçükçene, M., & Karataş, E. (2018). Öğretmen motivasyonunu etkileyen faktörlere ilişkin yönetici ve öğretmen görüşleri üzerine karşılaştırmalı bir inceleme. *Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 48, 255-277.
- Karasar, N. (2006). *Bilimsel araştırma yöntemi* (19th ed.). Nobel Yayın Dağıtım.

- Kılıç, Y., & Yılmaz, E. (2019). İçsel, dışsal ve yönetsel faktörler bağlamında öğretmen motivasyon ölçeğinin geliştirilmesi. *Eğitim Kuram ve Uygulama Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 77-91.
- Klapproth, F., Federkeil, L., Heinschke, F., & Jungmann, T. (2020). Teachers' experiences of stress and their coping strategies during COVID-19 induced distance teaching. *Journal of Pedagogical Research. Advanced online publication*. 4(4), 444-452.
- König, J., Jäger-Biela, D.J., & Glutsch, N. (2020). Adapting to online teaching during COVID-19 school closure: Teacher education and teacher competence effects among early career teachers in Germany. *Eur. J. Teach. Education*. 43, 608–622
- Luthans, F. (1995). *Organizational Behaviour*. Mc-Graw – Hill Company.
- Ryan, R.M., & Deci, E.L. (2000). Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25, 54–67.
- Özdaşlı, K., & Akman, H. (2016). İçsel ve dışsal motivasyonda cinsiyet ve örgütsel statü farklılaşması: Türk Telekomünikasyon A.Ş. çalışanları üzerinde bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 4 (7), 73-81.
- Öztürk, E, Uzunkol, E. (2013). İlkokul öğretmeni motivasyon ölçeğinin psikometrik özellikleri. *Eğitimde Kuram ve Uygulama*, 9(4), 421-435.
- Quezada, R. L., Talbot, C. & Quezada-Parker, K. B. (2020). From bricks and mortar to remote teaching: a teacher education programmes's response to Covid 19. *Journal of Education for Teaching*. 46(4), 472-483.
- Sangeeta, M. A., & Tandon, U. (2020). Factors influencing adoption of online teaching by schoolteachers: A study during COVID-19 pandemic. *Journal of Public Affairs*, e2503.
- Selvitopu, A., & Taş, A. (2020). Lise öğretmenlerinin iş doyum ve mesleki motivasyon düzeylerinin incelenmesi. *Bayburt Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15(29), 23-42.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics* (6th ed.). United States: Pearson Education.
- Uyulgan, M., & Akkuzu, N.(2014). Öğretmen adaylarının akademik içsel motivasyonlarına bir bakış. Dokuz Eylül Üniversitesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 14 (1), 7-32.
- Yazıcı, H. (2009). Öğretmenlik mesleği, motivasyon kaynakları temel tutumlar: Kuramsal bir bakış. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 1 (17), 33-46.
- WHO. (2020). WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19. <https://www.who.int/dg/speeches/detail/who-director-general-sopening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>
- Zhang, W., Wang, Y., Yang, L., & Wang, C. (2020). Suspending classes without stopping learning: China's education emergency management policy in the COVID- 19 outbreak. *Journal of Risk and Financial Management*, 13 (3), 55.
- MEB. (2021). <https://www.meb.gov.tr/>

FİLMSEL ANLATIDA YAPAY ZEKÂ DİSTOPYASININ GÖSTERGEBİLİMSEL ÇÖZÜMLEMESİ: I'M MOTHER (BEN ANNEYİM) FİLMİ ÖRNEĞİ

Prof. Dr. Aytekin İŞMAN
Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi

Ayşe Gül ZEREN KOSAL
Yüksek Lisans Öğrencisi
Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

ÖZET

İnsan var olduğu andan itibaren düşünme kapasitesiyle geleceğe dair öngörüler oluşturarak tasarımlar yapmıştır ve uygarlığını her zaman ileriye taşıyacak buluşlara imza atmıştır. Bunu yaparken de kolektif çalışmanın itici gücünü kullanmıştır. Günümüz postmodern çağı ise bireyselleşen, yalnızlaşan, dijitalleşen teknoloji ile yaratılan sanal dünyaların çağıdır. Yapay zekanın gelişimi ile paralel robotların da insan yaşamının olağan bir parçası olması, yapay zekanın kestirilemez gelişimi gibi durumlar gelecek hakkında distopik düşünceleri de beraberinde getirmektedir. Bu hızlı ve kökten değişimin insanlık üzerine oluşturduğu tehlikeler tartışılırken insanlığa dair tüm konuların işlendiği sinema alanına da bu endişelerin yansımaları kaçınılmaz olmuştur.

Bu çalışmada, insan- makine- yapay zeka arasındaki etkileşimin ortaya çıkaracağı sonuçları işleyen "I'm Mother" filmi, film anlatısına uygun olarak, uzam, zaman ve kişi bağlamında filmsel anlatı çözümlemesinin yanı sıra; hegemonya, otoriteye karşı insan davranışları, süperpanoptik gözetleme, öjeni kavramları, anlamların, gösterge ve kodların distopyan filmlerde ortaya konuş biçimleri ise Barthes'ın göstergebilimsel çözümleme yöntemleri kullanılarak analiz edilmiştir. Filmde yer alan distopik öğelerin aktarımında kullanılan sembollerin, mekanların, çağrışımların hem görüntüsel hem de sözel göstergeler aracılığıyla çözümlenmesi tercih edilmiştir.

Bu araştırma ile birlikte, göstergebilim yöntemiyle analiz edilen I'm Mother filminde yer alan göstergelerin nasıl bir distopya dünyası çizdiği ortaya konulmuştur. Ortaya konan bu göstergeler ışığında dijital çağın ulaşabileceği uç noktalar ile insanlık arasında çıkabilecek sorunların sinemada işleniş biçimi saptanmıştır. Geleceğe dair oluşturulan insan- android yapay zeka arasındaki güç ve iktidar ilişkilerinin çerçevesi çizilmiştir.

Anahtar kelimeler: Filmsel anlatı, Distopya, Dijital çağ, Hegemonya, Gözetleme, Süperpanoptikon, Göstergebilim.

GİRİŞ

Dünyadaki dominant varlığını yüzyıllar boyunca aktardığı kültür aracılığıyla sağlayan insanın bu kültürü yayma şekillerinden biri öykü anlatıdır (Erdoğan, 2011). Öykülerle öğrenilen işitsel algılayış dünyasından, dili ve sesleri gösteren sembollerini öğrenerek görsel algılayış dünyasına geçen insan, teknolojinin gelişmesi ve anın görsel olarak kaydedilebilmesi ve tekrar izlenebilmesiyle bu malzemeleri daha da ileri bir boyutta işlemeye başlamıştır (Bazin, 2011). Filmsel anlatının doğmasına zemin hazırlayan bu durum her dönemde teknolojik gelişmelerine paralel olarak insanın anlatılarını da etkilemiş, geleceğe ortaya çıkan bilimkurgu türünde bir alt tür olarak ütopyalardan distopyalara dönüşüm gerçekleşmesi de kaçınılmaz olmuştur (Cantaş, 2017). Bilim ve teknoloji alanında yaşanan gelişmelerle paralel ortaya çıkan umutlu bakışın yerini olumsuz yaklaşımlara bırakması da böylesine büyük etkiler yaratacak bir durum olduğundan sinemada konu olarak işlenmesi kaçınılmazdır. Buradan hareketle öncelikle filmsel anlatı daha sonra ise distopya türünün ne olduğu açıklanması yerinde olacaktır.

Filmsel Anlatı

Sinemanın ve dolayısıyla filmsel anlatının doğuşu bir dizi keşif ile paralel ilerlemiştir. Tek bir anın kaydedilmesine olanak veren fotoğrafımdan sonra art arda getirilmiş fotoğraf karelerinin gözün hatırlama kusuru sebebiyle hareketli bir izlenim oluşturduğunun keşfi bu alana ilginin artmasına sebep olmuştur (Bazin, 2011). Hareketli görüntünün elde edilmesinden sonra ilk çekilen görüntüler yaşamdan kısa kesitler olarak filme alınırken ilerleyen zamanlarda daha uzun süreli ve konusu olan içeriklerin sinema malzemesi olacağı keşfedilmiştir (Betton, 1986). Bu sebeple film yapımcıları öncelikle öykülere daha sonra ise farklı anlatım biçimlerine yönelmişlerdir (Başol, 2010).

Kavramların daha iyi anlaşılabilmesi için bir tanımlama yapmak gerekirse öykü, başlangıcı ve sonu belli olan sıralanmış olaylar ve durumların gerçek zaman çerçevesinde gerçekleştiği varsayımıyla anlatılması iken anlatım (narration) ise, belirlenen öykünün yazarın üslubu ve dramatik öğelerle, öznel bir zaman çerçevesinde anlatılması olarak ifade edilebilir (Başol, 2010). Bu durumda anlatı (narrative) ise, anlatma eylemini ifade etmektedir. Anlatı, belirli bir nedensellik ilkesi etrafında yapılandırılan giriş, gelişme ve sonuç bölümlerinden oluşur (Bakır, 2008). Edebiyatta kullanılan anlatım aracı yazı dili iken sinemada anlatım aracı çeşitli alanlardan etkilenerek çok daha zengin bir yapı oluşturan göstergebilimsel dildir (Yılmaz, 2014). Bu noktada geçmişten gelen yazılı öykü (fiction) anlatımı ve görsel kompozisyon oluşturma ile ortaya çıkan anlatım eylemi yeni bir sinemasal anlatım biçimini (narasyon) ortaya çıkarmıştır (Adanır, 2003).

Sinema öykü anlatımının gerçekleştiği görsel bir sanat olduğundan zaman ve uzam (mekan) birliği içerisinde eylemler gerçekleştiren kişilerin varlığı kaçınılmazdır. Dolayısıyla film anlatımında kişi, zaman ve uzam birliği bulunmaktadır (Bakır, 2008). Bir filmde uzam (mekan), filmdeki olay örgüsünün içinde gerçekleştiği, görsel anlamda canlılığını koruyan tüm çevreyi kapsamaktadır (Başol, 2010, s. 339). Bu uzamlar, yapay biçimde oluşturulmuş dekorların olduğu stüdyolar ya da gerçek mekanların kullanımı olarak karşımıza çıkar. İster stüdyo islerse de stüdyo dışı olsun, mekân filmin anlamına katkı sağlar (Buttler, 2011, s. 33). Zaman ise, öykü içeriğini kapsayan, gerçek zaman olarak ifade edilebilecek “Diejetik zaman” ve öykünün dramatik öğelerin kullanımına bağlı olarak biçim değiştirmesi ile oluşan “Anlatım Zamanı” olarak iki durumu ifade etmektedir (Başol, 2010, s. 200). Filmsel anlatıda gerçek yaşamda var olmayan mekanlar yaratılabilir, aralarında bir ilişki olmayan, bir araya getirilemeyecek farklı zaman ve mekanlar bir bütünlük çerçevesinde filmsel zaman ve filmsel mekan olarak yeniden kurgulanabilir (Özön, 2008). Filmlerde kişi, başkarakter, yan karakter, karşı karakter ya da figüranlar olarak karşımıza çıkmaktadır (Akkiriş, 2015). Baş karakter filmin ilk karesinde görünen kişi olabileceği gibi anlatımın gelişimine göre daha sonradan da ortaya çıkabilir (Başol, 2010) Baş karaktere belirli kişilik özellikleri vermek, filmin ilerleyen bölümlerinde karakterin olası davranışına dair ipuçları oluşturur (Başol, 2010).

Bilimkurgu Sinemasının Alt Türü Olarak Distopya

Bilim ve teknolojinin getirdiği sanayi devrimi sonrası oluşan kargaşa ve belirsizlik postmodernizm hareketinin doğmasına (Hatipler, 2017) ve bir tür olarak bilimkurgu sinemasının ortaya çıkmasına sebep olmuştur (Butler, 2011). Bilimkurgu, bilimsel rasyonalizm, zamanın doğrusallığı ve tarihsel evrimin kaçınılmaz oluşundan hareketle kökleri günümüze ait eleştirel bir bakışla gelecek senaryoları üretir (Özakın, 2001, s. 82). Bilimkurgu, insan ve teknoloji arasındaki ilişkiyi konu alan anlatılar dizisidir (Butler, 2011, s. 121). Bilimkurgu filmi dendiğinde de, bilimin bugünkü verilerine dayanılarak insanların ilerideki yıllarda gerçekleştirebileceklerini; bu gelişmelerin insan toplulukları üzerinde yol açabileceği etkileri düşlemek, kestirmek, önceden bilmek yoluyla çevrilmiş film anlaşılır (Özön, 2008, s. 248). Bu filmler, yıkımı, sıklıkla dışsal bir sebebe dayandırsalar da bu sebebin kökeninde insanın teknolojiyle kurduğu ilişkinin niteliği yatmaktadır; dünyaya ve yaşama ilişkin bakışın rasyonel niteliği merkezi bir sorun olarak kavranmaktadır (Boz ve Takımcı, 2019, s. 384). Bu sebeple günümüz insanını geleceğe dair uyarıcı bir yapıda olduklarını söylemek mümkündür. Modernizmin getirisi olan çatışma, yalnızlaşma ve yabancılaşma toplumlarda başrolü alırken ideal topluma dair düşünceler ütopyaları beslemiştir (Aşkan ve Altunay, 2018). Ancak 20. yüzyıla doğru gelindiğinde yaşanan hayal kırıklığı, ideal dünyaya dair umutsuzluk anti ütopyalar olan distopyan düşünceleri doğurmuş ve tüm bu duygu ve düşüncelerin edebi alana aktarılmasına sebep olmuştur (Bilis, 2018). Distopya kavramını ilk olarak Mill (1868), “gerçekleşmesi için fazla iyi olan ütopyanın tam aksine gerçekleşmesi için fazla kötü olan karşı ütopya” anlamında kullanmıştır (aktaran Çelik, 2010, s. 30). Distopyalarda, genellikle totaliter rejimler iktidarı ele geçirmiştir, insan hakları ihlali mevcuttur ve birey yalnızlaşmıştır (Bilge, 2015, s. 29). Distopyalar, iktidarın baskısı ve totaliter yapılanma kaygısını dile getirilirken, aynı zamanda “pandoranın kutusu”nu açan karakterlerin teknolojik gelişmelerin karşısında ansızın yenik duruma düşürmelerini anlatmaktadır (Dolgun, 2005, s. 197). Mutluluğa sahip olmak için uyumu vurgulayan ütopyaların aksine distopyalar, uyum düzeni sağlamak adına neden olunan korkuyu ve acıyı aktarmaktadır (Bezel, 1993 aktaran Cantaş, 2017, s. 54).

Sinema tarihi içerisinde distopyalar değerlendirilirken çoğunlukla bilimkurgu türü kapsamında yer almışlardır (Bilis, 2018, s.59). Bilimkurgu filmlerin sinematografik dili, distopyan eleştirileri ve düşünceleri aktarmada görsel öğeleri kullandığından güçlü etkiler yaratacağı söylenebilir. Teknolojik gelişmelere paralel olarak 1980’li yıllardan itibaren, bilgisayarlar, bilişim ağları ve akıllı makinelerin gelişimiyle sosyal düzende oluşan çöküşlerin bilimkurgu türünde distopik alt kültürlerin de ortaya çıkmasına sebep olduğu görülmektedir (Boz, 2018). Distopyan kurguların karakteristik unsurlarını Mahida (2011) şu şekilde sıralar:

- Üst, orta ve alt sınıflardan oluşmuş, kesin ve kırılmaz bir hiyerarşik sınıf sistemi
- Sınıf sistemini koruma amacı taşıyan propaganda ve eğitim sistemi
- Bireyselliğin kaldırılması
- Devletin maçlarını özetleyen ve barındıran, dini inancın da emirleri olarak sunulan semboller
- Devletin sürekli gözetimi
- Dramatik sosyal değişimleri haklı çıkaran bir felaketin ardındaki hikaye
- Toplumdan şüphe eden bir kahraman
- Daha ileri teknolojiler (s. 2).

Distopik anlatımın temaları arasında baskın olarak işlenen felaket senaryoları 2000’lere gelindiğinde ise; postapokaliptik dünyaların inşa edildiği distopik temalar çerçevesinde kurgulanmıştır (Biçer ve Şener, 2020). Baudou (2005) bilimkurgu anlatılarında ortaya çıkan “kıyamet sonrası toplumlar (post-apokaliptik)” alt türünü temalar açısından listelerken “zaman” kategorisi içerisine dahil etmiştir (aktaran Boz, 2018). Postapokaliptik temalı bilim kurgu sahnelerinde; insan nüfusunun artmasıyla birlikte kaynakların tükenmesi, yok olma tehlikesi, nükleer felaketler vb. gibi durumlara dair mesajların oldukça fazla iletildiği söylenebilmektedir (Biçer ve Şener, 2020, s. 1103). Postapokaliptik anlatılarda, kıyamet gerçekleşmekte olan bir süreç olarak değil, gerçekleşmiş ve etkileri hissedilen bir gerçeklik olarak işlenmektedir (Boz ve Takımcı, 2019). Bir filmin türüne ilişkin olarak o

filme birden fazla unsurun yer aldığı söylememiz ve dolayısıyla hem bilimkurgu, hem distopik hem de apokaliptik olduğunu söylemek mümkündür (Butler, 2011).

Göstegebilim ve Temel Kavramlar

Göstegebilim, temel ilgi alanının merkezinde gösterge yer alan, göstergelerin ve onların işleyiş biçimlerini inceleyen bilim dalıdır (Fiske, 2003). Göstegebilim, her nesneyi iletişim açısından verici ile alıcı arasındaki ilişkide anlam yaratma işlevi bakımından incelemeye çalışır (Günay, 2002 s. 173). Göstegebilimin en temel kavramı göstergenin tanımını yapacak olursak, insan iletişimine yönelik olarak var olan “bir başka şeyin yerini alabilecek nitelikte olduğundan, kendi dışında bir başka şeyi gösteren her türlü olgu, nesne ya da varlıktır” diyebiliriz (Günay, 2002, s. 181). Barthes (2018) göstegebilim ilkelerini ikili karşıtlıklar şeklinde dört ana başlık altında toplamıştır; dil ve söz, gösterilen ve gösteren, dizim ve dizge, düzenlam ve yananlam. Burada Barthes’in (2018) öncüsü olduğu ikili karşıtlık düzenlam ve yananlamdır; “yananlam gösterenleri, düzenlam dizgesinin göstergelerinden (bir araya gelmiş gösterenler ve gösterilenlerden) oluşur” (s. 85). Yananlam bir terime ve geniş anlamda bir imgeye, bir metindeki figüre ve hatta bir metne eklenen kültürel anlamı ifade etmek için kullanılan bir terimken düzenlam, bir terimin, figürün, metnin, vb. gerçek anlamını ifade eder (Berger, 2014, s. 92). Fiske’ye (1999) göre göstegebilimin üç temel çalışma alanı; göstergenin kendisi, içinde göstergelerin düzenlendiği kodlar ya da sistemler ve kodlar ve göstergelerin içinde işlediği kültürdür (s.62). Göstegebilimin temel kavramlarından biri olan kod (düzgü), “anlamın açık ya da belli olmadığı iletişim biçimlerinde anlamı yorumlamak için kullanılan sistemler” olarak ifade edilmektedir (Berger, 2014, s.90). Göstegebilim, ele aldığı bütüncedeki anlamın oluşum şeklini ortaya koyarken belli bir bütünlük içindeki göstergeler dizgesini bir arada çözümler, aralarındaki ilişkileri ortaya koyduktan sonra ayrıntılı okuma yapılabilecek derin yapıya doğru bir çözümleme gerçekleştirir (Günay, 2002).

Bu bağlamda incelenen bu filmi, filmsel anlatılarda ayrılmaz unsurlar olarak var olan zaman, uzam ve kişi bağlamında incelerken distopik ve postapokaliptik göstergeleri ortaya koymada göstegebilimsel yöntemleri kullanmanın kolaylık sağlayacağını söylemek mümkündür.

AMAÇ

Var olduğu andan itibaren ölümsüzlüğü arayan insanlık (Campbell, 2010) için, endüstri devrimiyle gelen teknoloji bir kurtuluş olarak görülse de endüstrileşmenin getirdiği toplumsal yapı değişiklikleri, çarpık kentleşme, çevrenin geri dönüşsüz biçimde kirlenmesi gibi durumlar teknolojiye bakış açısının olumsuzlaşmasına sebep olmuştur (Adorno ve Horkheimer, 2014). Bir anlatı aracı olarak sinemanın, toplumda meydana gelen gelişimleri, köklü değişimleri filmler aracılığıyla aktardığı düşünüldüğünde (Adanır, 2003) teknolojiye karşı geliştirilen bu olumsuz bakış açısının filmlere yansması kaçınılmaz olacaktır.

Filmler, gerçeğin bir yorumu olarak izleyicileri duygusal olarak etkilerken sosyal ve kişisel bilgi birikimleri doğrultusunda izlenmekte olana anlam yüklemekte bir lokomotif görevini görmektedirler (Özgökbel Bilis, 2004, s. 54). Görüntü kombinasyonları sayesinde gösterilen şeylerin anlamlarını indirgeyerek yepyeni anlamların oluşması sağlanabilmektedir (Adanır, 2011, s. 58). Filmsel anlatıda, metaforların yarattığı anlamlar veya fikirlerin birleşimi ortak bir kavram ortaya çıkardığında anlam, görüntüden ziyade izleyicinin zihnine yönelik kurgulanmış görüntü gölgesindedir (Bazin, 2011, s.35). Anlam imgelerin kendilerinden öte, resimler arasındaki ilişkilerde saklıdır (Butler, 2011, s. 20). Sinema, genelinde psikolojik ya da simgesel bir anlam taşıyıcı ve aktarıcıdır ancak, sözcükler gibi bu işi bir dayanak aracılığıyla yapabilmektedir (Adanır, 2003, s.53). Göstegebilim, işaretin ne ifade ettiği “atanmış anlam” (denotation) birinci düzey, kültürel boyutta ortaya çıkan çağrışımlar “kültürel/imasal anlam” (connotation) ikinci düzey ve toplumun bu kültürel anlamları kullanmasından ve değerlendirmesinden oluşan üçüncü düzey anlamlandırma biçimlerini ortaya koyar (Erdoğan, 2011). Filmlerde yarartılan anlamların çözümlenmesinde bu anlamlandırma düzeylerinin göz önünde bulundurulması distopyan göstergelerin ortaya konmasında birer araç olacaktır.

Psikoseksüel ve politik bastırmalar konusunda en uygun dışavurumu sağlayan bir tür olarak bilimkurgu filmler her tarihsel dönemde toplum üzerine söylenebilecek şeyler için uygun kültürel dışavurum ortamları olmuşlardır (Özden, 2004, s.222). Bilimkurgu ile yaratılan dünyada, insan özellikleri taşıyan ama insan olmayan, olağan dışı karakterler ile kurgulanmış, gerçek olması olanaksız gibi görünen her şeyin aslında gerçek olduğu, deneysel yolla algılanan dünyadan daha gerçekçi ve daha insanı koşullar mevcuttur (Bayraktar, 2018). Bu açıdan bakıldığında postapokaliptik bilimkurgu filmlerinin “insanın var oluşunu zamansal olarak imgelemesine” olanak sağladığı görülmektedir (Boz, 2018).

Bu postapokaliptik filmlerin yakın ya da uzak geleceği bugünden tasarlayıp açığa çıkabilecek olası etkileriyle geleceğe ve insan devinimlerine, bunların olası nedenlerine ilişkin izleyiciler üzerinde bilişsel bir zemin hazırladıkları söylenebilir (Boz ve Takımcı, 2019). Bu sebeple postapokaliptik temalar içeren distopyalar uzak gelecek olarak betimlemeler yaparken bugün insanın yarına dair korkularını, geleceğe dair bakış açılarını kayda aldıklarını söylemek mümkündür. Bir yandan da postapokaliptik filmlerin aslında bugünün insanını yarında olacıklara karşı uyarma amacı da taşımaktadırlar. Bilimkurgu sinemasının alt türü olan post apokaliptik anlatıların yakın tarihsel olaylar ile ilişkisine değinerek, bu türden vizyonların aktüel yaşamdaki başat korkular ile ilintisi ön

plana alınmıştır (Yürür, 2015, s. 242). Dönemsel sosyal ve siyasal olayların, postapokaliptik filmleri nasıl şekillendirdiği incelenerek; bu etkinin sinemasal alanda hangi türden yeni kaygılara sebep olduğu sorusunun konusuna cevap verilmeye çalışılmıştır.

Bu araştırmanın hareket noktası, postmodern dünyanın bir getirisi olarak ortaya çıkan distopik düşünceleri ve bu düşüncelerin filmsel anlatıdaki temsillerinin ortaya konulması düşüncesidir. Araştırmanın amacı, göstergibilimsel çözümleme yöntemi kullanılarak bilimkurgu türünün bir alt türü olarak distopik filmlerde yer alan unsurların, kodların, göstergelerin ve imgelerin “I’m Mother” filmi üzerinden ortaya koymak ve çözümlemesini yapmaktır. Araştırmada seçilen göstergeler yardımı ile film anlatısının anlam evrenini ortaya koymak amaçlanmıştır.

Araştırmanın bir diğer amacı, geleceğe dair bize çizilen distopik ortamın nasıl olduğu ve bu distopik ortama yakınlık derecemizin ne denli olduğuna dair tespitlerin yapılması olarak belirlenmiştir. Bu araştırma ile birlikte, gelecek hakkında öngörü oluşturmada önemli bir yer tutan dijital teknolojilerin, filmsel uzam tasvirlerinde meydana getirdiği değişimler bilimkurgu sinemasına yansımaları açısından ortaya konulmuştur.

Filmsel anlatıda bilimkurgu türünün aksettirmek istediği duygular, iletmek istediği anlamlı mesajlar ve geleceğe dair olumsuz bakış açısını yansıtan düşünceler üzerinde durulmuştur. Bu çalışma ile birlikte “I’m Mother” filminde yer alan hegemonya, otorite, gözetim ve insan ırkının iyileştirme çabalarına dair duygu, düşünce ve mesajların tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Böylelikle bu filmsel anlatıda yer alan anlam dünyasının kavranması sağlanmıştır.

Bilimkurgu filmlerinin zamanla sınırlı olması, bir zaman sonra bilimkurgu olmaktan çıkmalarından hareketle günümüz filmsel anlatısının geleceğe dair çizdiği dünyanın literatürde bir kaynak olarak kullanılması amaçlanmıştır. Bu çalışma, göstergibilimsel analizin sinema ile olan ilişkisine, göstergelerle oluşturulan üstü örtülü iletilerin varlığına ve bu anlamların nasıl oluşturulduğuna dikkat çekme amacı taşımaktadır. Ayrıca bu araştırmanın, farklı göstergibilimsel çözümleme yöntemlerinin bir arada kullanılması açısından akademik çalışmalara kaynaklık edeceği düşünülmektedir.

ÖNEM

İnsanlık tarihinin her döneminde kendine özgü toplumsal algılayış çerçevesinde imgeler üretilirken bunları aktarmada farklı üretim ve ifade biçimleri geliştirilmiştir. Bunlardan biri de görsel imgelerin ve göstergelerin kullanıldığı sinemadır (Bazin, 2011). Göstergelerin, sinemada da bir temel anlam, (sinemada düz anlam yoktur, çünkü temel anlam yan anlam üretimi için zaten dönüştürülmüş biçimiyle sunulmaktadır) bir de içinde buldukları bağlama göre renk ve ışık aracılığıyla değişen bir ruhsal anlamı vardır (Adanır, 2011, s. 50). Sinema, nesnelerin uzamsallığını ve içinde buldukları uzamı kaydettiğinden insan eli değmemiş hissini yaratmaktadır (Andrew, 2010). Sinema sanatçısı izleyicisinde, izlediği filmin “mekanı ve zamanına” ilişkin olarak, ekranda geçen olayı, sanki o an oluyormuşçasına bir gerçeklik hissiyle yaratmak zorundadır (Aslanyürek, 2004). Görüntünün başlıca öğelerinden olan bezemin (dekorun) görevi, toplumsal çevrenin özdeksel (maddi) çerçevesini oluşturmak iken donatım ise bezemin bütünleyici unsuru olarak yardımcı gereçleri sağlayarak filmin havasını yaratmaktadır (Özön, 2008, s. 100). Yani, bezem filmdeki mekanları, donatım ise o mekanda bulunan nesnelere ifade etmektedir. Görüntüyü oluşturan başlıca öğelerden olan bezem ve donatımın birbiriyle uyumlu şekilde filmin geçtiği zamana ait bilgileri de barındırdığı söylenebilir. Biçemleştirilmiş giysi, tıpkı biçemleştirilmiş bezem gibi, belli bir çağa, belli bir ülkeye, belli bir topluma, belli bir kişiye bağlanamayan, giysi yaratıcısının düş gücüne dayanan bir giysi çeşididir (Özön, 2008, s. 108). Buradan hareketle distopik filmlerde çizilen uzamların insan zihninde gerçek imgeler olarak algılanma olasılığı taşıdığı söylenebilir. Bu çalışmada, filmsel anlatıda distopyan dünyanın uzamsal imgelerinin, donatım ve giysi görünümünün ortaya konulacak olması bir yandan gelecekte var olacak uzamları şekillendirmesi bir yandan da gerçekte olacak olanla karşılaştırma yapabilmek için kaynaklık edebilmesi açısından önem taşımaktadır. Ayrıca filmsel anlatı dilini bu yönüyle incelemek ve bu dile özgü olan anlatım tekniklerini ortaya koymaya çalışması açısından önem taşımaktadır.

Postmodern dünyanın belirsizliği içinde teknolojik gelişmeler, insanlığın ortak yazgısı olarak derinlerde taşıdığı yok olma korkusunu gittikçe arttırırken bu korkunun yansımalarını sanata aktarması beklenen bir durumdur. Sinema sanatına bu korkunun görsel imajlar şeklinde yansıtılması hem sanat aracılığıyla yüceltme hem de bu korkuyla yüzleşebilmek için somutlaştırma imkanı sağlanmış olmaktadır. Teknoloji, bir neden olarak bir yandan teknik katkılarıyla sanat ürününün biçimi üzerinde etkili olurken diğer yandan da bu biçimle içerik/anlam üzerinde yol açtığı çeşitli etkilere sahiptir (Künüçen, 2007, s. 226). Distopyalarda da bilim ve teknolojinin gelişmesine paralel olarak insan gücünün yerini makineler almakta ve bununla beraber insana olan ihtiyaç azalmaktadır (Set ve Lekesiz, 2019, s. 119). Nitekim günümüz postmodern dünyasında insanın yerini alacağı düşünülen yapay zeka teknolojilerinin gelişimi, bu yapay zekaya değim yerindeyse “beden” olacak robotik gelişmelerin hız kazanması, insansı robotların günlük yaşamda yer edinmeye başlaması gibi gelişmeler bu konudaki endişelerin artmasına sebep olmaktadır (Batukan, 2017, s. 22). Bayraktar (2018) bilimsel gelişmelerin sonucu olarak makineleşen dünyanın dilini bilmenin ya da ona sahip olmanın, sadece makinelere değil insanlara yönelik kontrolün sağlanması için bir gereklilik olduğunu söylemektedir (s. 119). Bu açıdan bakıldığında bu çalışmanın, teknolojik ve dijital gelişmelerin, distopya türünün bir alt dalı olan postapokaliptik anlatının şekillenmesine dair öğelerin çerçevesini

çizmesi, bu öğeleri başlıklar altında toplayarak açığa çıkarılması açısından literatüre önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

İnsanlığın özünde yıkıcı olma özelliğini taşımasından hareketle “felaket” getiren yapısına karşı oluşan kaygı ve travmayla başa çıkabilmek için postapokaliptik filmler çeşitli işlevsel yollar sunmaktadır (Boz, 2018). Bilim kurgu filmlerinin kişilik- dışılaştırma konusunda, bir yandan bunu korkunun son boyutu olarak takdim ederler; öbür yandan insanlık-dışılaştırılmış istilacıların şekil ve kılık değiştirilmiş bazı özellikleri (akılın duygular karşısındaki üstünlüğü, takım çalışmasının idealize edilmesi ve bilimin konsensüs oluşturan faaliyetleri, belirgin ölçülerde ahlaki sadeleştirme, vb.) kesinlikle kurtarıcı-bilimcinin hasletleridir (Sontag, 2015, s. 294). Çoğunlukla baskın ideolojik yaklaşımların aynası haline gelmiş olan bilimkurgu sineması, günün siyasal yönelimini tehlikeye soğan unsurlar olarak canavarları, mutantları, uzaylıları ya da bir sınıf modeli olarak kabul edilen makinelerin oluşturduğu alternatif toplumsal yapıları kullanmaktadır (Yürür, 2015, s. 303). Bilim kurgu filmleri günümüzün aşırılığında pek elverişli bulunmayan kimlik, irade, güç, bilgi, mutluluk, toplumsal konsensüs, suçluluk ve sorumluluk gibi klişeleri beslerler fakat bunların entelektüel ve ahlaki bakımdan saçmalaktan ibaret olduklarını göstererek toplu kabuslardan uyanmak mümkün değildir (Sontag, 2015, s. 298). Postapokaliptik filmler, giderek insanlığın ortak kaygısı haline alan yıkımın gelecekteki felaketini, şimdiki zaman dair penceresinden bakarak geleceğe dair bir eleştirilerin göstergesi olma değerini taşırlar (Boz, 2018). Bu sebeple her dönem kendi distopik ve de apokaliptik gerçekliğine farklı bir düzlemde baktığını söylemek mümkündür. Bu çalışmanın, filmsel anlatıda distopyanın inşa edilmiş şekli üzerinden son dönem çekilmiş olan filmi değerlendirmeye alması literatüre yeni veriler sağlayarak kaynak olması açısından önemli olarak görülmektedir.

Bu araştırma yapılırken sinema sanatının kendine has filmsel anlatı bağlamında uzam, kişi ve mekanlar, distopik ve postapokaliptik göstergeler yönünden incelenmiştir. Gelecek öngörülebilir ya da öngörülemez farklı olumsuzluklar içinde vardır. Yapısı gereği sosyal bilimler alanındaki çalışmaların birbirini besleyerek ilerleme sağladığı göz önüne alındığında bu çalışmanın, bilimkurgu türünün alt kategorisinde yer alan postapokaliptik distopyan filmler üzerinde yapılan göstergebilimsel çözümleme ile; sinemada göstergelerin analizine, kullanımına, ve izleyicinin filmi anlamlandırmasına ilişkin kaynaklık etmesi açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Bu çalışma filmlerde gizlenmiş olan göstergelerin varlığına dikkat çekmek, sinemada göstergebilimsel analizin bağına, göstergebilimin sinema alanında taşıdığı öneme gelecekte yapılacak yeni araştırmalara kaynaklık etme potansiyeli sebebiyle önemli görülmektedir. Alan yazında distopik ve postapokaliptik türlere dair yapılan incelemelerin sınırlı olmasından hareketle yeni kaynak oluşturması bakımından bu çalışma önem taşımaktadır.

Bu çalışmada incelemesi yapılan filmde, teknolojiyi algılayış, bilim çağı insanının bugünkü dönemlerini geleceğe dönük bir yönelimle teknolojiyi yorumlama biçimleri, distopya ve postapokaliptik kavramlarına işaret etme derecesi ve doğruluğu açısından araştırılmıştır. Böylece, çizilen bu çerçeve ile gelecek toplumuna dair olası görünümünün bugünün insanını önüne serilmesi sağlanmış olacaktır. Buradan hareketle bu çalışma, sinema sanatında distopik geleceğe karşı bakış açısının ortaya konmasıyla toplumun bu geleceğe karşı hazırlıklı olması, bugünden tedbir alması, yönelimlerini belirlemesi açısından bilgi sağlayacağı düşünüldüğünden önemli görülmektedir. Ayrıca sinema ile ilgili olan kişilerin filmlerde yer alan göstergeleri bulup altında yatan anlamı görebilmesine, filmlerin izleyiciler açısından derinlemesine anlamlandırabilmesine olanak sağlayacağı için toplum açısından önem taşıdığı düşünülmektedir.

KURAMSAL TEMEL

Araştırma konusu, Baudrillard’ın (2020) ortaya attığı “Simülasyon Kuramı” ile ilişkilidir. Söz konusu kuram ve kuramın temelini oluşturan terimler, bir kitle iletişim aracı olarak sinema ve sinemada üretilen filmlerin toplumsal olanla ilişkisini anlayıp analiz edebilmek açısından önemli bir işleve sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Simülasyon kuramı Baudrillard tarafından, günümüz toplumlarının, özellikle Batı toplumlarının, çağdaşlaşma ve ilerleme kavramları ile şekillenen sosyo-kültürel, ekonomik ve politik yapılarının ulaştığı son noktada gerçekliğe dair algının değişimini ifade etmek için geliştirilmiştir (Girgin, 2019). Batı toplumlarındaki bu gerçekliğe dair yıkılışın Aydınlanma düşüncesinin insanlığa getireceği ilerleme ile yaşanacak ütopyaların asla gelmeyeceğinin kabulü sonrası distopyaların inşası ile başladığı söylenebilir. Metalaşan kültür ve sanatın kapitalist sistem içinde yeniden üretilerek özünü kaybettiğini savunan Adorno ve Horkheimer’den (2014) farklı olarak Baudrillard (2019), medya tarafından yönlendirilen kitlenin haz ve eğlence isteğini beslemek amacıyla gönüllü olarak yanılsamaları kabul ettiğini vurgular. Baudrillard’a göre Batı’nın gerçeklikle kurmuş olduğu ilişki, bir daha geri dönüşü olmayan hipergerçekliğe yani simülasyon evrenine yol açmıştır (aktaran Girgin, 2019, 197).

Simülasyon kuramının ana kavramları olan simülakr, simülasyon, dissimuler ve hipergerçeklik kavramlarını açıklamak kuramın derinlemesine anlaşılması açısından yarar sağlayacaktır. Baudrillard (2020) simülakrı, “bir gerçek olarak algılanmak isteyen görünüm” olarak tanımlanmaktadır (s. 7). Adanır (2008) simülasyonu, “gerçeğin tüm göstergelerine sahip olduğu halde, gerçeğin kendisi olmayan” olarak ifade etmektedir (s. 14). Baudrillard (2020), gizlemek (dissimuler) kavramını, gerçeklik ilkesine bir zarar vermeden “sahip olunan şeye sahip değilmiş gibi yapmak” olarak tanımlarken simüle etmeyi ise, “sahip olunmayan şeye sahipmiş gibi yapmak” ve “gerçekle sahte”, “gerçekle düşsel” arasındaki farkı yok etmeye çalışmak olarak tarif etmektedir (s. 15- 16). Simülasyon; “bir araç, bir makine, bir sistem, bir olguya özgü işleyiş biçiminin incelenme, gösterilme ya da açıklanma amacıyla

bir maket ya da bir bilgisayar programı aracılığıyla yapay bir şekilde, yeniden üretilmesi” anlamına gelmektedir (Baudrillard, 2020, s. 14). Böylece simülasyon teknolojisiyle oluşturulabilen simülasyon teknikleri (Adanır, 2008) sayesinde, sonsuz sayıda yeniden üretilebilecek olan gerçeği hipergerçekliğe dönüştürmekte, gerçeklik kavramı ile arasında kurulabilecek bağı ortadan kaldırmaktadır. Bu yeni gerçeklik bir nedenselliğe dayanmamakla birlikte kendisini nispet edebileceği bir gerçeklik de bulunmamaktadır (Aydın, 2019, s. 351). Bu durumda gerçek ve sanat da zaten önceden yeniden üretilen şeyler olarak gerçekliğini kaybetmediğini söyleyen Baudrillard (2016), bunu hipergerçekçiliğin “kendini oluşturan simülakr, ayrıcalıklar ve önyargılar düzeyinde, karşılıklı değiş tokuş yoluyla, hem sanat hem de gerçeğin ulaşabileceği en üst aşamayı temsil etmesi”yle açıklamaktadır (s. 132). Buradan hareketle Simülasyon Kuramı’na ait kavramların bilimkurgu türüne ait olan göstergelerin çözümlenmesinde işlevsellik sağlayacağı açıktır.

Baudrillard (2020) simülakrları üç gruba ayırır;

- Taklit ve kopyalama temelinde yapılandırılan, ideal doğanın ikizini oluşturmaya çalışan doğal simülakrlar,
- Enerji ve güç temelinde yapılandırılan, makinelerle somutlaşmış üretken nitelikteki üretici simülakrlar,
- Hipergerçeklik ve mutlak denetime yönelik olarak, bilgi, model ve sibernetik oyunlardan oluşan simülasyon simülakrları (s. 166).

Birinci gruptaki simülakrlar ütöpler üretirken ikinci gruptakiler bilimkurgu düşselliği içermektedir ancak üçüncü gruptaki simülakrlar ise hayali yapısını kaybeden bilimkurgu düşselliğini tanımlamaktadır. Bilimkurgu üreten sinemada da gerçeklik evrenine özgü yaşama dair kolektif yararlanımların üretildiği bir içerik anlayışından yapay, düşselliğini yitirmiş içerik simülakrı diye adlandırılabilinecek bir anlayışa geçiş kaçınılmaz olmuştur (Adanır, 2008). Yapılacak olan araştırmada da bu anlayışı gözler önüne serebilecek göstergelerin yer aldığı bir film tercih edilmiştir. Böylece sinemada yaratılan simülasyon evrenleri, hipergerçeklik görsel- işitsel göstergelerin incelenmesi yoluyla saptanmış ve gözler önüne serilmiş olacaktır. Sinemada zamansal, mekansal ve gösterge anlamında gerçek evrene paralel biçimde yaratılan öyküler “hem gerçek olabilir hem gerçek olamaz” yapısıyla hipergerçek yani bir simülasyon evreni olarak karşımızdadır (Baudrillard, 2020). Bir sanat üretim aracı olan sinemanın aynı zamanda sosyolojik bağlam yarattığını, bilimkurgu sinemasında oluşturulan içerik simülakrı sayesinde bir simülasyon biçimi olduğunu söylemek de mümkündür. Bilimkurgu sinemasında üretilen distopik unsurlar aynı zamanda geleceğe dair bugün insanın korkularını, beklentilerini ve bakışını ortaya koyması bakımından düşünüldüğünde, oluşan hipergerçeklikte bu göstergeleri aramak için simülasyon kuramına ihtiyaç duyulmaktadır. Bilimkurgu sinemasında yaratılan distopik evrenlerde, iktidar, hegemonya ve gözetim ekseninde, “gerçek, gerçeklik, toplumsal yitirilirken gerçeğin yerine daha çok gerçeğe benzeyen, toplumdaki daha çok topluma benzeyen ikizler oluşturularak hipergerçeklik oluşturulmakta, kitle haline gelme durumu söz konusu olmaktadır” (Adanır, 2008, s. 22). Bu açıdan bakıldığında, distopik filmleri Simülasyon Kuramı çerçevesinde incelemenin, bu türde yaratılan göstergelerin daha açık biçimde okunmasını ve anlamlandırılmasını sağlayacağı düşünülmektedir. Baudrillard (2020) bu kuramla postapokaliptik filmler ile günümüz çağı arasındaki gerçekliğe dair görünür farkın nasıl ortadan kaldırıldığının ortaya çıkarılmasını sağlamaktadır. Kuramda yer alan simülakr, simülasyon evreni ve hipergerçeklik kavramlarının incelenecek olan filmde yer alması bu kuramın çalışmayla bağlantısını oluşturmaktadır. Gerçekle düşsel arasındaki çelişkinin giderek silikleştiği bu hipergerçeklikte (Adanır, 2008), gerçek ve sanat da zaten önceden yeniden üretilen şeyler olarak gerçekliğini kaybetmediğini, bunu hipergerçekçiliğin “kendini oluşturan simülakr, ayrıcalıklar ve önyargılar düzeyinde, karşılıklı değiş tokuş yoluyla, hem sanat hem de gerçeğin ulaşabileceği en üst aşamayı temsil etmesi” olarak açıklamaktadır (Baudrillard, 2016, s. 132). Bu kuram çerçevesinde, birey- gerçeklik- sibernetik ilişkilerini, filmlere özgü yaratılan simülasyon evreni içinde analiz etmek, bu çalışmanın kurama ait kavramlara somut bir görünüm kazandırmasını sağlayacağı düşünülmektedir. Bu filmin Simülasyon Kuramı perspektifinden göstergebilimsel çözümlenmesiyle ortaya çıkan sonuçlar üzerinden, bilimkurgu sinemasında, gittikçe hiperrasyonelleşen bir distopik evrenin sinemasal ve toplumsal sonuçlarının portresi çizilmeye çalışılmıştır.

LİTERATÜR TARAMASI

Filmsel anlatıda distopik temsiller konusu ile ilgili çeşitli araştırmalar bulunmaktadır. Bu araştırmalardan ilkinin Ceyhan (2019) sinema filmlerindeki distopik anlatı örneklerinin incelenmesi konusunda yapmıştır. Bu araştırmada, sinema sanatında özgün distopik anlatı örneklerinden biri olan “Alphaville” filmi, ideolojik yapısı bağlamında nitel içerik analizi yöntemi ile çözümlenmiştir.

Araştırmada yapılan çözümlenmelerle Godard’ın çağının sorunları olan yabancılaşma, tektipleştirme, otomatlaşma ve yalnızlığa götüren otoriter yönetim anlayışını Kapitalizmin bir sonucu olarak gördüğü, bunları eleştirdiği ve toplumu yönlendiren, bölen yöntemleri açığa çıkardığı sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmanın bulgularına göre Godard “Alphaville” filminde, distopik anlatıların karamsar sonuçlarına karşıt olarak daha iyimser bir bakış açısıyla yapaylığın, sanal gerçekliğin ve parçalanmışlığın aşılabileceğini, iyiliğe, doğruluğa ve hakikate olan inancın yitirilmemesi gerektiğini işlemiştir. Bu çalışmaya göre Godard bu filmde, sinematografik anlatım unsurlarını, sinemada var olan geleneksel estetik yapıya karşıtlık oluşturacak biçimde, seyircinin sorgulamasını ve fikir

geliştirmesini sağlayacak şekilde kullanmıştır. Buradan hareketle, Alphaville filmi ile Godard'ın sinema sanatında, hem içeriksel hem de biçimsel düzeyde yenilikler getirerek, geleneksel sanat anlayışı kurallarını değişime uğrattığı sonucuna ulaşılmıştır.

Ceyhan'ın (2019) yapmış olduğu bu çalışma, distopyanın filmsel anlatıda geleneksel ve geleneksel olmayan yapıları dikkat çekmektedir. Bu bağlamda yapılan çözümleme, bu çalışmaya kaynaklık etmektedir. Ancak bu çalışmadan farklı olarak distopik unsurların göstergeleri de ortaya konmuştur. Böylece hem izleyicilerin hem de araştırmacıların bu göstergeleri anlamlandırmasında kolaylık sağlamaktadır.

Bu konuda yapılan ikinci bir araştırma ise Can ve diğerleri (2017) tarafından yapılmıştır. Bu çalışmada, bir çizgi romandan uyarlanan "V For Vendetta" filmi, iktidar ilişkilerinin kuruluş biçimleri, otorite karşısında insanların sergiledikleri davranışlar bakımından film anlatısına egemen olan mitolojik, simgesel dil ve imgelere yönelik okuma, tematik içerik analizinin yanı sıra göstergibilimsel yöntem kullanılarak çözümlenmiştir.

Çalışmanın bulgularına göre distopik anlatıda, teknolojik gelişme, ona bağlı ekonomik güçler, içinde oldukları felaketlerle pasifleşmiş insanlara kitlesel kontrol uygulamaktadır. Bu çalışmaya göre distopiklerin ortak özelliği, gelecekte toplumu bekleyen tehlikeleri göstermeleridir. Bazen bu tehlike, insan duygusu ve düşünce sistemleri tahrip edildiği makineleşmiş bir toplum haline gelmesi bazen totaliter bir sistem tarafından insan özgürlüklerinin yok edilmesidir. Çalışmanın bulgularına göre, insan ve güç ilişkileri değerlendirildiğinde, filmlerdeki statükonun bireyin davranışını yöneterek bir nesnenin nasıl pasif hale getirilebileceğini ortaya koymaktadır. Bu çalışmanın sonuçlarına göre bu filmin kendi distopik dünya temsili, kendi naratif anlatı yapısına sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Filmin anlatısında kayıp kimlikler, diğerleri, azınlıklar, yasaklanmış ve hatta hiç yaşamadıkları düşünülen kişilerin kaostan devrimci bir güçle kahramanlaştıkları görülmektedir.

Bu araştırma kapsamında filmsel anlatıdaki distopyan temsiller hem kahraman perspektifinden hem de koşullar açısından ortaya konmuştur. Bu film 1990'da çekilmiş olduğundan günümüze kadar olan 30 yılda distopik temsillerin değişmiş olma olasılığı yüksektir. Bu çalışmada, bu çalışmadan farklı olarak 2019 yılında gösterime giren bir film incelendiğinden, filmsel anlatıda son dönem distopik temsillerin ortaya konması sağlanmıştır ve böylece dönemsel farklılıklar görünür hale getirilmiştir.

Distopik filmlerle ilgili bir diğer çalışmayı ise Bilis (2018) yapmıştır. Çalışmasında eleştirel bir güce sahip sinema ile distopya arasındaki ilişkiyi, yönetmen Lanthimos filmlerindeki distopyan temsiller ile ortaya koymuştur. Çalışmada The Lobster filmini analiz etmek için nitel araştırma yöntemlerinden olan betimleme tekniği kullanılmıştır.

Bu çalışmada yapılan analizlere göre, The Lobster filminde, toplumun birey üzerindeki dayatmaları, bu dayatmaların anlamsız gerekçeleri ve bireylerin düzen içerisindeki çaresizlikleri sunulan distopyan bir anlatı türü olduğu ortaya konmuştur. Bu anlatı, günümüzle hemen hemen aynı bilimsel ve teknolojik evrende geçmekte iken, bilimkurgu yönü evlenemeyen insanların hayvana dönüştürüldüğü bir dünyada dönüşüm olgusu ile oluşturulmaktadır. Filmde yer alan karakterler isimleri yerine özellikleriyle izleyiciye sunulmuş, karakterlerle özdeşleşme ihtimali düşük olan izleyicinin bağlarını kopardığı, böylece bireysel kimliklerin yitirilmesine dikkat çektiği sonucuna varılmıştır. Bu çalışmaya göre, günümüz toplumundaki değerler, dostluk ve arkadaşlık gibi kavramların içinin boşaltıldığı bir toplumsal yaşamda, kendine ve çevresine yabancılaşan bireyler gösterilerek eleştirilmektedir. Çalışmada bu filmde, düzenin dayatması ve zorlaması sonucu insanların birbirlerine düşman olması av- avcı metaforu ile dile getirirken, insanlar arasında bölünmelere yol açan gerekçelerin anlamsızlığı gösterilmek istendiği aktarılmıştır. Çalışmadaki bir diğer bulguya göre çoğu distopyan filmde doğa bir kaçış ve kurtuluş alanı iken bu filmde doğayı ve şehri kendi gerçeklikleri ile değerlendirmektedir. Çalışmada Bilis (2018), Lanthimos'un, filminde robotlara veya insan görünümü androidlere değil, robotize olmuş karakterlere yer vererek distopik düzenleri günümüze daha yakın bir gerçeklikle anlatmayı başardığı sonucuna varmıştır.

Bu araştırma ile, bu çalışmada betimleme yöntemi ile ortaya konan distopyan temsillerin göstergeleri de açığa çıkarılmıştır. Ayrıca bu çalışmada, incelenen filmde filmsel anlatı unsurları olan kişi, zaman ve uzam bağlamında temsiller de çözümlenmektedir.

Bu konuda yapılan dördüncü çalışma ise Set ve Lekesiz (2019) tarafından yapılmıştır. Bu çalışmada distopya kavramının tanımlanması yapılmıştır ve "Şarküteri" (Delicatessen) filmi distopya kavramının sinema ile olan ilişkisini bağlamında değerlendirilmiştir. Distopyaya ait genel özelliklerin filmde ortaya konuş biçimleri sunulmuş ve bu film, türsel eleştiri yaklaşımıyla incelenmiştir.

Bu çalışmada, distopyanın, bulunduğu dönemin toplumsal, sosyokültürel ve politik alanlardaki sorunlarından yola çıkarak karamsar bir gelecek kurgusu ortaya koymakta olduğu saptanmıştır. Yapılan çalışmada distopya türünün ortaya koyduğu karanlık gelecek tasviri ile yaşadığı dönemin endişelerini yansıtırken, günümüz tüketim toplumuna ait sistemin yıkılmaz oluşuna dair algının distopya türü ile kırılabileceği sonucuna varılmıştır. Her dönem, kendi sorunları ekseninde şekillendiğinden, distopya filmlerinin konusunun da o döneme ait sorunların oluşturduğu aktarılmaktadır. Çalışmaya göre, distopya türü içerisinde kapitalizmin geleceğine yönelik eleştiriler sıklıkla yer almaktadır. Son dönemde çekilen distopya filmlerinde ise dünyayı felakete sürükleyen ve tehdit eden insanın vermiş olduğu zararlar ağırlıklı olarak işlenmektedir. Çalışmada yer alan filmin kapitalist sisteme yönelik eleştirileri açlık teması ekseninde güçlü insanların güçsüz insanları yemesi ile oluşturduğu aktarılmıştır. Ayrıca mahremiyet olgusunun ihlali, özel hayatın olmayışının da eleştirildiği aktarılmıştır. Distopik filmlerde yer alan

direnişin, yem olmamak için gösterilen mücadele ile aktarıldığına, güçsüz görünen karakterin kapitalizmi temsil eden kasabı öldürülmesinin ise insanların bu sistemi yıkabileceklerine dair bir gönderme olduğuna değinilmiştir. Çalışmada varılan sonuç insanoğlunun dünyadaki felaketlerin yaratıcısı olmasına rağmen mücadele ve direnişle kendi yarattığı bu sistemi yıkacak güce sahip olduğudur.

Bu çalışmada yapılan analiz türsel eleştiri yaklaşımıyla olduğundan sadece distopik görünümler ortaya konmuştur. Yapılan bu araştırma ile bu distopik unsurlar filmsel anlatı bağlamında da incelenmiştir. Ayrıca bilim ve teknolojinin distopyayı şekillendirme biçimi de saptanmaya çalışılmıştır.

Distopik anlatıların incelendiği beşinci çalışma ise Aşkan ve Altunay (2018) tarafından yapılmıştır. Bu çalışmada, Black Mirror televizyon dizisinde kitle iletişim araçlarının ele alınış biçimleri, kitle iletişim araçlarının yol açtığı küresel-güncel sorunlar niteliksel durum çalışması yöntemiyle analiz edilmiştir. Ütopyanın distopyaya dönüşme koşulları ve distopya türünün gelecek öngörüsünü anlamaya çalışmak çalışmanın çıkış noktası olarak belirlenmiştir.

Çalışmanın sonuçlarına göre, Aydınlanma ile 17. yüzyılda insanların sahip olduğu akılcı, eşitlikçi, demokratik, mutlu ve refah içinde yaşayacağı toplum hayalleri olan ütopyalar, 20. yüzyılın başında savaşlar, yıkımlar ve milyonlarca insanın yok olmasıyla distopyalara dönüşmüştür. Çalışmada “Black Mirror” dizisi, teknolojik gelişmelerin getirisi olarak iletişim araçlarındaki radikal değişikliklerin insanlığı etkileyiş biçimlerini farklı bakış açılarından göstererek çağın distopik gerçekliğini yansıtan bir distopya olduğu belirtilmiştir. İnsanların hayatlarını kolaylaştırdığına dair algının hakim olduğu teknolojinin, aslında bu hayatları nasıl sınırlandırıp yok ettiğini gösteren bir dizi olarak aktarılmaktadır. Bu çalışmanın sonuçlarına göre Black Mirror, kitlelerin iletişim araçlarıyla nasıl manipüle edildiğini ve toplumsal yaşamı dönüştürmede nasıl belirleyici bir güce dönüştüğünü göstermeye çalışan bir distopik kurgudur. Çalışmada ortaya konan bir diğer bulgu ise dizinin, her anın izlendiği sinoptik bir sisteme ve dolayısıyla toplumun bir bütün olarak gözetlenmesinin mümkün olduğu bir panoptik sistemin kaçınılmaz varlığına dikkat çektiğidir.

Bu çalışmada niteliksel durum çalışması ile ortaya konan dijital teknolojinin insan yaşamı üstündeki olumsuzlukları, yapılan bu çalışmada göstergeler yardımıyla çözümlenmiştir. Böylece bu olumsuzlukların görünümüne dair göstergeler kayda geçirilmiştir.

Filmsel anlatıda distopik temsillerin analiz edildiği bir diğer çalışma ise Yücel (2017) tarafından yapılmıştır. Bu çalışmanın konusu, mitolojik bir kahramanın bir distopya kahramanına dönüşmesi olarak belirlenmiştir. Bunun için başkahramanı Yunan mitinde yer alan Thesus’dan esinlenerek oluşturulan bir film serisi seçilmiştir. Bu çalışmada, filmdeki başkarakter Katniss’in bir kahraman olarak geçirdiği dönüşüm göstergebilimsel yöntemden faydalanılarak çözümlenmiştir.

Bu çalışmanın bulgularına göre çalışma kapsamında incelenen Thesus mitinin distopik bir gelecekte yeniden hayat bulmuştur. Bu çalışmada film serisinin senaristinın sorgulanmasını istediği gerçeklikten birinin iktidarın gözetimi olduğu sonucuna varılmıştır. Film serisinde, iktidarın gözetim vasıtasıyla bedenleri metalaştırdığı görülmektedir. Çalışma kapsamında, zorbalayan ve despot olan iktidarın zulmüne direnecek olan kişinin Yunan mitolojisindeki Thesus mitinin Katniss karakterine ilham olduğu konusunda değinilmiştir. Her iki kahramanın da iktidara direnerek toplumda yapıcı değişikliklere sebep olduğu sonucuna varılmıştır. Çalışmada, distopik bir dünyada dahi, umutsuzluğa sürükleyen unsurlara karşı kişisel sorgulamalar yapan tek bir kahraman sayesinde tüm düzen değişebileceğine dair bulgulara yer verilmiştir. Çalışmaya göre, sorgulayan kahramanların temsillerini filmlerde gören izleyicilerin de kendi çevrelerinde olup bitenlere dair eleştirel bakışla görerek anlamlandırabilmesi için bir fırsat doğmaktadır. Bu noktada da mitolojik bir kahramanın güncel uyarlaması izleyiciye yeni bir rol model oluşturarak sinema ile mitolojinin işbirliğini başarıya ulaştırmış olacağı aktarılmıştır.

Bu çalışmada mitoloji ve sinemadaki karakterler bağlamında ortak noktalar distopik temsiller üzerinden aktarılmıştır. Dolayısıyla yapılan göstergebilimsel temsiller kahramanın dönüşümü üzerinden incelenmiştir. Yapılan çalışmada da filmin başkarakterinin distopya evreni içerisindeki dönüşümüne yer verilmiştir. Ancak bu dönüşüm bir mit kahramanı ile bağdaştırılarak değil göstergeler çerçevesinde çözümlenmiştir.

Bir diğer çalışmayı Diken Yücel (2019), distopik bir evrenin göstergelerini analiz etmek üzerine yapmıştır. Çalışma, kültürel uzlaşımlar dâhilinde oluşturulan göstergelerin taşıdığı gizil anlamları sinemanın kendine ait dili çerçevesinden açığa çıkarması temelinde inşa edilmiştir. Bu çalışma kapsamında “The Giver” filminin görüntüsel göstergeleri analiz edilerek distopya türüne ait özellikler ortaya konmuştur.

Çalışma kapsamında incelenen The Giver filminde, filmsel anlatılarda çizilen distopik evrene gönderme yapan ve film metninde anlam yaratan uzlaşımsal göstergeler bulunduğu tespit edilmiştir. İktidar tarafından uygulanan gözetime dair göstergeler ve bu iktidara karşı direnişini sembolize eden göstergeler tespit edilen uzlaşımsal göstergelerden bazılarıdır. Çalışmanın bulgularına göre, sevgi, başarı, aile olma, çocuk sahibi gibi insani duyguların vereceği doyum ve hazzın geri plana atılıp yok sayıldığı film, ilk başta ortaya konan rekabetin, hırsların, acıların olmadığı bir dünya ile distopik olmanın aksine ütopyik olarak değerlendirilmiştir. Çalışmada başkarakter Jonas’a aktarılan anılarda, renkleri hatırlarken elma ve ağaç, savaşı hatırlarken bir savaş meydanı, aşkı hatırlarken genç bir çift, çocuk sahibi olmayı hatırlarken yeni doğum yapmış bir anne göstergeleri kullanılarak aktarıldığı ortaya konmuştur. Çalışmaya göre, filmde yer alan bazı göstergeler, karşıtlıklar kurularak verilmiştir. Bunlardan biri siyah beyaz başlayan filmin Jonas’a aktarılan anılarla birlikte renklenmesidir. Bu da göstergeleri

anlamlandırma izleyici açısından kolaylık sağlamaktadır. Çalışma kapsamında, Wollen'ın ikon, belirti ve simge olarak ifade ettiği üçlü karşıtlıklar, gösterge/gösteren/gösterilen olarak ifade edilmiştir. Bu çalışmada yapılan analiz ile göstergeler, başta ütopya gibi algılanabilecek olan bir evrenin özünde bir distopya olduğunu gözler önüne sermiştir.

Bu çalışmada simge, belirti, ikon bağlamında incelenen distopyan göstergeler yapılan araştırmada mekanlar, çağrışımlar ve semboller hem görüntüsel hem de sözel göstergeler düz anlam ve yan anlam boyutları ile incelenmiştir.

Yapılan çalışmalardan sekizincisini Aşılıoğlu ve Özcan (2019) yapmıştır. Çalışma, iletişim çağında bireyin yalnızlığını konu edinmektedir. Çalışmada distopik toplumsal düzenlerin kurulduğu kıyamet sonrası evren tasvirleri yapılan postapokaliptik film olan "Bird Box", distopik türünün kültürel ve tarihsel derinliği temelinde analiz edilmiştir.

Çalışmada yer alan analize göre, kıyamet sonrası insan topluluklarının yaşamlarına yer veren gerilim ve bilim-kurgu sineması türlerinin bir karışımı olan filmlerin, ilahi bir kıyamet anlatısı olmaktan çıkarak çoğunlukla insanın kendi yarattığı bir kıyamet düşüncesine dönüştüğü görülmektedir. Çalışmaya göre Bird Box filminde, modern çağ imkanlarını terk etmek zorunda kalan insanların yeni bir düzen kurabilmeleri için, toplumsal üst-yapı kurumlarının yokluğundan kaynaklı olarak kendi kararlarını alarak eylemde bulunma gibi bir takım zorunluluklarla karşılaştıkları, doğaya (İlahi Cennet'e) geri dönme gerekliliğinde oldukları vurgulanmaktadır. Bird Box ve benzeri filmlerde kitlesel korkuların, toplumların baskıladıkları toplumsal canavarlar olarak sunulduğu sonucuna varılmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre, geçmiş dönemlerde bireysel korkulara seslenen canavarlar, doğadan kaynaklanan güçler taşıyan (kurt adamlar, vampirler gibi) varlıklardan; günümüzde canavarlar, kitleler üzerinde tehdit oluşturan ve kitlesel korkuları (zombiler, salgınlar ya da muğlak canavarlar gibi) yansıtan yaratıklar olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla modern dünya toplumlarındaki tüketim ve iletişim koşullarının ortadan kalkması ile canavarların aslında toplumun kendisi olabileceği mesajı filmlerde sıkça yansıtılmakta olduğu söylenmektedir.

Bu çalışma ile distopya türünün bir alt türü olan postapokaliptik filmlerdeki tehdit unsurunun zaman içerisindeki dönüşümü ortaya konurken betimleyici bir analiz yöntemi kullanılmıştır. Yapılan bu araştırma ile filmde yer alan tehdit unsurlarının göstergeleri de açığa çıkarılarak göstergebilimsel incelemeye uygun olarak düz anlam ve yan anlam bağlamında da değerlendirilmiştir.

Bu konuda yapılan araştırmalardan dokuzuncusu ise Mısırcı (2017) tarafından yapılmıştır. Çalışmanın konusu distopik filmlerde kadın temsillerinin, toplumsal cinsiyet ve rol dağılımı açısından eril ideolojinin ötesine geçilip geçilemediği oluşturmaktadır. Bu sebeple bu çalışmada, iktidara, ekonomik sisteme ve Aydınlanmacı, bilimsel akla eleştirile yaklaşımında olan, Metropolis, Fahrenheit 451, 1984, Brazil, Equilibrium filmlerindeki kadın kahramanların toplumsal rol ve cinsiyet açısından temsil edilmiş biçimleri feminist kuramlar çerçevesinde incelenmiştir.

Çalışmaya göre, geleceği dair kötü tasvirlerle çizilen bu filmler modernizmi yansıtırken aynı zamanda yine modernizmin idealleri ile hesaplaşmaktadır. Çalışmanın sonuçlarına göre, modernist, akılcı dünyadan hareketle insanlığı, bilim ve teknik bilinçle ulaşılan ilerlemiş bir dünyaya taşıyan bu filmler, insanlığa olumsuz sonuçlar getirirse bile gelecekte bilimsel ve teknik olarak insanlığın ilerleyeceğini varsaymaktadır. Çalışmada, büyük felaketler yaşansa bile bilim ve teknolojinin dinamik bir süreç içinde ele alındığı, dağıtılan yeni toplumsal roller ile kadının kamusal yaşama katılımının durağan bir biçimde ele alındığı; bu sebeple kadının durumu günümüz temsillerinin daha da gerisinde olduğu aktarılmaktadır. Bu çalışmanın diğer bir bulgusu ise bu filmlerde, tüketim kültürünün ya da otoriter düzenin insanlar üzerindeki kitleselleştirici etkisi, en abartılı şekli hep kadın karakterler üzerinden işlemektedir. Çalışmada, kadının bağımsız bir varoluşla işlenmemesinin ve düzeni değiştirecek, tarihi yeniden yazacak sarsıcı eylemi, hep erkek karakterin gerçekleştiriyor olması kadını bu filmlerde nesne olmaktan kurtaramaz ve mevcut hiyerarşik eril düzene denk düşen bir görünümün içine yeniden yerleştirilmekte olduğu üzerinde durulmuştur.

Yapılan bu çalışmada, distopik türde olan filmlerde yer alan kadın karakterler feminist kuram çerçevesinde analiz edilirken yapılan araştırmada sadece kadın karakterlerin ve bir robotun yer alması, hiç erkek karakterin olmaması, kadın temsillerinin değişimine işaret etmekte olduğundan çıkacak sonuçları da etkileyeceği düşünülmektedir.

Filmsel anlatıda distopik temsiller konusunda yapılan onuncu araştırmayı Çatalbaş ve Kaya (2017) yapmıştır. Bu çalışmanın konusu distopik filmlerdeki "göz"ün iktidarı ve gözetim toplumu arasındaki bağ olarak belirlenmiştir. Bu çalışmanın amacı, özellikle günümüz süper-panoptik işleyişini gözler önüne sermek, iktidarın gözetim ve denetim güçlerini kullanma biçimlerini ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda, distopik unsurlar taşıyan Istakoz (The Lobster) ve İsyan (Equilibrium) filmleri, çizdikleri dünyaların toplumsal düzeni ve gözetim ağı kapsamında içerik analizi yöntemiyle çözümlenmiştir.

Çalışmanın sonuçlarına göre, geleceğin tasviri olarak kurgulanan distopik senaryolar, gözetim olgusunun sıkça işlenmesinin sebebi artan gözetime karşı her dönem hissedilen korkunun izlerini taşımaktadır. Çalışmada varılan diğer bir sonuç, Equilibrium ve The Lobster filmleri farklı dönemlerde ve farklı kurgularla işlenmiş olsalar da taşıdıkları ortak distopik özellik iktidarın bireyleri otomatikleştirmesi, edilgenleştirilmesi adına yaptığı gözetimidir. Çalışmaya göre, iki filmde de sistemin dışında kalmak kesinlikle iktidar tarafından bastırılması gereken davranış

biçimleri olarak sunulmuştur. Her iki filmde de bireyselleşme yönünde adımlar atan ve gözetimden kaçan marjinal gruplar sistemle sürekli bir savaş halindedir. Çalışmanın bir diğer sonucu ise, gözetim bağlamında günümüz gerçek dünyası ile distopik iki filmin evreni arasında kuvvetli benzer özellikler olduğu doğrulanmıştır. İktidarların gözetimi, güç ve denetim mekanizması olarak kullanılırken bireyler gönüllü olarak gözetlenmeye ikna olmuştur ancak buna direnen ve isyan eden kitleler de ortaya çıkmıştır. Sistem dışında, alternatif yaşam kurmaya çalışan bu kitleler ise iktidarlar tarafından çeşitli zor aygıtları ile zor kullanılarak yok edilmeye çalışılmaktadır.

Bu çalışmada içerik analizi ile çözümlenen distopik unsurlar yapılan araştırmada göstergebilimsel yöntemle incelenerek yan anlam, düz anlam bağlamında da değerlendirilmiştir. Bu çalışmadan farklı olarak yapılan araştırmada iktidarın, insan eliyle yaratılmış olan yapay zeka sistemine geçtiği postapokaliptik bir film analiz edilmiştir.

Literatür taraması yapıldığında distopik filmlerin farklı yöntemler kullanılarak analiz edildiği, kimi zaman sinemasal anlatı olarak kimi zaman kadın temsilleri kimi zaman da distopik unsurlar açısından çözümlendiği görülmektedir. Yapılan bu araştırma ile, kendi sonunu hazırlamaya yatkın olan insanoğlunun, bugüne dair korkularını gelecek teknolojisiyle olan ilişkisine yansıttığı, insanlığın yok olup yeniden inşa edilmeye çalışıldığı makine egemenliğindeki distopik bir evrene ait olan "I'm Mother" filmindeki göstergelerin ortaya konması ve filmsel anlatı bağlamında incelenmesi literatüre yeni kaynak kazandırmış olacağı düşünülmektedir.

YÖNTEM

Yakın tarihte gösterime giren distopik filmlerden biri olan I'm Mother filminin incelendiği bu araştırmada, sinemaya özgü filmsel anlatı unsurları ortaya konarak filmde yer alan distopik unsurlara ait göstergeler açığa çıkarılmıştır. Ayrıca Simülasyon Kuramı bağlamında film öyküsü analiz edilmiştir.

Problem cümlesi

Filmsel anlatılarda bilimkurgu sinemasının alt türü olan distopik evrenlerde insan-makine- yapay zeka arasındaki etkileşimin göstergeleri ne şekilde sunulmaktadır?

Araştırma modeli

Nitel araştırma yöntemi kullanılan bu araştırma, I'm Mother filmi araştırma kapsamına alınarak durum analizi modeliyle desenlenmiştir. Bu araştırmada, bilimkurgu sinemasının alt türü olan distopyalarda, hegemonya, otoriteye karşı insan davranışları, süperpanoptik gözetleme, öjeni kavramları, anlamların, gösterge ve kodların ortaya konuş biçimlerinin saptanması hedeflenmiş olduğundan elde edilen veriler Barthes'ın düz anlam ve yan anlamsal göstergebilim modeli kullanılarak çözümlenmiştir. Göstergebilimle kültür çözümlenmeleri üzerinde duran Barthes'ın çözümleme yöntemi bildirişim amacı içermeyen fakat anlam taşıyan çeşitli olguları inceler (Karaman, 2017, s. 34).

Evren

Bu araştırmanın evrenini, bilimkurgu sinemasının bir alt türü olan distopya filmleri oluşturmaktadır.

Örneklem

Bu çalışmada olasılığa dayalı olmayan amaçsal örnekleme yönteminden olan tipik durum örnekleme kullanılmıştır. Bu yöntem, araştırma problemi ile ilgili olarak evrende yer alan çok sayıdaki durumdan tipik olan bir durumun belirlenerek bu örnek üzerinden bilgi toplanmasını gerektirir (Büyüköztürk ve diğerleri, 2008, s. 89). Amaçsal örnekleme yöntemi ile belirlenen çalışma örneklemini ise bilimkurgu sinemasının alt türüne ait distopik filmlerden biri olan "I'm Mother" filmi oluşturmaktadır.

Örneklem olarak bu filmin seçilmesinin sebebi, bilimkurgu öğeleri taşıması, insanlığın neredeyse yok olup yapay zekanın iktidarı ele geçirdiği bir evren barındırması ile birlikte postapokaliptik öğelerin baskın olması, yapılacak olan araştırmaya uygun bir distopya evreni çerçevesi oluşturduğu belirlenmiş olmasıdır. Bu görünümünün oluşmasını sağlayan faktörlerin oluşturduğu yeni siyasal ve sosyal düzeni işaret eden postapokaliptik filmlerdeki yönetim modellerinin insan- makine- yapay zeka üçgeninde, günümüzde insanlığın siyasal yaklaşımlarının yapay zekanın yükseldiği bir geleceğe yansımalarının nasıl olduğu ortaya konulmaktadır.

Veri Toplama Aracı

Araştırmada, veri toplama aracı olarak dokümanlar kullanılmıştır. Bu araştırmada I'm Mother filmi görsel-işitsel temelli olan dokümanlardan biri olarak kabul edilerek göstergebilimsel yöntemle incelenmiştir. Bu film, internet tabanlı bir video akış platformu olan Netflix'in orijinal yapımı olarak gösterime girmiştir. Filme ulaşım yine bu platformdan sağlanmıştır. Filmde yer alan göstergelerin tespitinin yapılabilmesi için ekran görüntüsü alınmıştır ve çalışmaya eklenmiştir.

Veri analizi

Veri analizi yöntemi olarak göstergebilim kullanılmıştır. Göstergebilimsel analiz yönteminin kullanılmasındaki temel sebep ise görsel verilerin toplanmasında en elverişli çözümleme tekniği olduğunun düşünülmesidir.

Barthes'ın (2018) göstergebilim kuramından hareketle, toplanan verilerin düzanlam ve yananlam boyutları çözümlenerek göstergelerin ardındaki derin anlamlar da açığa çıkarılmıştır. Bu araştırmada örnek olarak seçilen filmin göstergebilimsel çözümlenmesi için temel alınan üç düzlem şu şekilde belirlenmiştir;

1. Anlatı çözümlenmesi: Dilsel ileti analizi
2. Düzanlam boyutu: Şifrenlenmemiş görüntüsel ileti analizi
3. Yananlam boyutu: Şifrenlenmiş görüntüsel ileti analizi

Varsayımlar

1. Filmsel anlatıda göstergebilimsel çözümlenme yöntemi uygulama alanı bulabilen bir yöntemdir.
2. Filmlerde yer alan göstergelerin taşıdıkları mesaj ile sinemasal bir gerçeklik algısı inşa edilmektedir.
3. Filmsel anlatıda yer alan göstergelerin, filmlerdeki distopik anlamın oluşmasına görsel etkisi bulunmaktadır.
4. Göstergelerle sağlanan gerçekliğin inşasında, görünenin ardındaki ifade eden yananlamın oluşmasında kültürel kodlar göstergelerle birlikte aktif rol oynamaktadır.
5. Distopya türüne ait olan bu filmde geleceğin toplumsal yapısına dair postapokaliptik ipuçları bulunmaktadır.
6. Simülasyon kavramı bağlamında bu filmde, gerçeğin üretimi yapay zeka tarafından gerçekleştirilmektedir.
7. Simülasyon evreni ve hipergerçeklik ile dijital çağ arasında bir ilişki vardır.

Sınırlılıklar

Bu araştırma, bilimkurgu sinemasının distopya alt türüne ait filmlerden biri olan "I'm Mother" filmi ile sınırlıdır. "I'm Mother" filminde yer alan göstergeler ile ilgili sahnelerdeki görseller ve metinler/diyaloglar distopya türü çerçevesinde göstergebilimsel açıdan yorumlanacaktır.

Tanımlar

Filmsel anlatı: Zaman (sürem), uzam (mekan) ve kişi bağlamında sinematografik unsurları içinde barındıran bir öykünün görsel içerikle anlatım biçimidir.

Distopya: Bilimkurgu türüne ait, toplumun ve insanlığın geleceğine olumsuz bir bakış açısı ile yaklaşan kurgusal anlatılardır.

Dijital çağ: İnternet teknolojisi ile yapay zekâ, robotlar, sensörlerin gelişmesi ve tüm bulut teknolojileri sayesinde etkileşime girmesi sonucunda oluşan dijital platformların açığa çıkardığı bir çağ.

Hegemonya: İktidarın toplum üzerinde ideolojik ve kültürel kontrol elde etmek amacıyla ideolojisini, kültürünü, ahlakını rıza yoluyla topluma kabul ettirmesidir.

Gözetim: Toplumsal denetim mekanizması olarak iktidarların toplum bireylerini sürekli olarak izlemesidir.

Panoptikon: İktidarın otomatik işleyişini sağlamak amacıyla, kişilerde bilinçli ve sürekli bir görülebilirlik durumunu yaratarak onları izlemesidir.

Süperpanoptikon: Teknolojinin gelişimi ile ortaya çıkan veri tabanları, biyometri ve genomlar aracılığı ile elde edilen bilginin, toplum bireylerinin, tanımlanması, sınıflandırılması ve değerlendirilmesi için kullanılmasıyla gözetim ve denetim altında tutularak disipline edilmesini, programlanmasını sağlayan sistemdir.

Göstergebilim: Temelinde gösterge olan, göstergeleri ve göstergelerin işleyiş biçimlerini sistematik olarak inceleyen bilim dalıdır.

Droid: Yapay zeka ile donatılmış, kısmen insansı görünümü olan robot türüdür.

BULGULAR

Bu bölümde öncelikle, Simülasyon Kuram'ı bağlamında incelemesi ve filmin bir özeti yapılmıştır. Daha sonra incelenen filmdeki filmsel anlatı unsurları olan zaman, mekan ve uzam bağlamında yer alan göstergeler tablolar aracılığı ile ortaya konmuştur. En son bölümde ise distopya türüne ait unsurlara ait göstergeler belirlenerek elde edilen veriler Barthes'ın yan anlam, düz anlam boyutunda göstergebilimsel analiz yöntemiyle çözümlenmiştir.

I'm Mother Filminin Simülasyon Kuramı Çerçevesinde Çözümlenmesi ve Özeti

I'm Mother filmi, bir gelecek tasviri olan distopik bir filmidir. Filmin açılış sahnesinde insanlığın yok olmasıyla devreye giren UNU- HWK Yeniden Nüfuslandırma Tesisi görülmektedir. İleri teknoloji sayesinde yapay zeka kullanılarak hazırlanan bu tesiste 63.000 adet embriyo olduğu bilgisi de verilmektedir. Sistemin devreye girmesiyle bir droid olan Anne'nin parçalarının birleştirilmiş ve hazır hale getirilmiştir. Doğadaki canlıların gözeticisi, bakıcısı olarak annenin bir simülakra dönüştüğünün bir göstergesi olarak dirod Anne görevine başlamaktadır. Bunun için öncelikle doğum anının bir simülasyonu olan doğum kapsüllerine embriyoyu yerleştirilmesi gerekmektedir. Anne karnının bir simülakrı olan bu kapsüller 24 saat içerisinde embriyoyu büyütebilmekte ve doğuma hazır hale getirmektedir. Doğum ise Anne'nin hazır olan bebeği kapsülden çıkarıp

temizlemesiyle gerçekleşmektedir. Bir doğumu andıran ama doğumdan daha çok doğum haline gelen bu işlemler doğum anının da hipergerekliği olarak karşımızdadır.

Doğal bir simülakra dönüşen Anne'nin, annelik özelliklerini kopyalayarak ocuk yetiştirmesiyle bir hipergerçeklik oluşmaktadır. Onun yetiştirdiği Kız (APX03)'ın bu hipergerçeklik içinde yaşarken gerçeğe dair anlam araması mümkün olmamaktadır. Kız için, yaşadığı bu tesis, içinde uyuyup uyandığı, oyun oynayıp dans ettiği, okula gidip bilgileri öğrendiği, her türlü ihtiyaını karşıladığı bir simülasyondur. Doğduğu andan itibaren onu yetiştiren Anne'nin sağladığı teknoloji sınırında tabletinden izlediği ve aslında hiç görmediği insanların görüntüleri onun için bir simülasyondur zira gerçek bir insanla hiç yüz yüze gelmemiştir.

Anne'nin öğretilerine göre dışarıda bir virüs tüm yaşamı yok etmiş ve yeryüzünü insanlar için tehlikeli bir hale getirmiştir. Bu algıdan hareketle Kız tesis içinden başka hiçbir mekan deneyimlememiştir. Ancak bir gün dışarıdan içeri giren bir farenin güç kablolarını kemirmesi sonucu Anne'nin gücünün kesilmesi ve devre dışı kalmasıyla Kız ilk kez bir canlı ile temas kurmuştur. Ancak Kız'ın kabloları tamir edilmesiyle yine çalışmaya başlayan Anne bu fareyi virüs taşıma ihtimali sebebiyle ocakta yakarak yok etmiştir. Bu noktada Kız için, yaratılan simülasyonun ilk kırılımı gerçekleşmiştir. Sonraki gün ise kapıya bir insan gelmiştir ve merak duygusuyla keşfetmek isteyen Kız, o güne kadar güneşi penceresinden izlediği ve hiç açılmamış olan kapıyı açarak Anne'den gizlemek pahasına Kadın'ı içeri almıştır. Kadın ise Kız'a dışarıda olan dünyadan bahsetmiş ve aslında virüsün olmadığı anlaşılmıştır. Diroidler tarafından vurulduğunu ve yaralandığını söyleyen Kadın, Anne'ye de güvenmediğinden tedavi teklifini reddetmiştir çünkü biraz farklı görünse de Anne de bir diroidtir. Kadın'ın gelişiyle yaşadığı simülasyonu sorgulamaya başlayan Kız sonunda Kadın ile daha fazla insanın olduğunu düşündüğu dış dünyaya gitmeyi planlamıştır. Ancak bu sırada Anne, son testinde yüksek not alan Kız'ın bir kardeşe seçebileceğini söylemiştir. Kız gitmek istemese de Kadın tarafından zorla dışarıya, sahildeki evine götürülür. Kız'ın dışarıda karşılaştığı ise terk edilmiş kurak, zorlu bir yaşam biçimidir ve Kadın'ın söylediği gibi başka insanlar da yoktur. Bu sebeple Kız Yuva'ya geri döner ve Anne'nin onu tekrar kabul etmesini ister. Kardeşine de kavuşan Kız, Anne'yi işlemcisinden vurarak yok eder. Ancak öncesinde Anne, Kız'ın anne olarak algıladığı şeyden çok daha fazlası olduğunu söylemiştir. Aslında dışarıdaki, Kadın'ı vuran diroidlerin de kendisi olduğunu Kız'a açıklamıştır. Burada Anne'nin ölümü onu somut olarak oluşturan diroid bedeninin yok oluşuna denk gelmektedir. Kadın ise evinde yalnız otururken diroidlerden biri onu yok etmek için gelmiştir.

Filmsel Anlatı Unsurlarının özömlenmesi

Bu bölümde, filmsel anlatı unsurları olan zaman, uzam ve karakterler incelenmiştir. Bu unsurlar incelenirken öncelikle bu unsurlara dair betimleme yapılırken film karelerinden yararlanılarak tablolar hazırlanmıştır.

Zaman

Filmin giriş sahnesinde insanlığın yok olduğuna dair bir yazı belirlemek ve yok oluştan sonraki ilk gün başlamaktadır (Bkz Fotoğraf 1). İlerleyen sahnelerde ise bu yok oluştan 13.867 gün, yani 37 yıl 362 gün geçtiği bilgisi ekranda belirir (Bkz Fotoğraf 2). Distopyaların bir özelliği olarak bu yok oluşun, insanların laboratuvar ortamında üretilebildiği, teknolojiye ileri bir seviyeye gelinmiş bir zamanda gerçekleştiği görölmektedir.



Fotoğraf 1. Yok oluştan sonra geçen gün: 001




Fotoğraf 2. Yok oluştan sonra geçen gün: 13.867

Uzam


Filmde hem i uzamlar hem de dış uzamlar yer almaktadır. Ancak filmin çoğunluğu i uzamda geçmektedir. Özellikle devinimler, Anne ve Kız'ın Yuva dedikleri UNU- HWK Yeniden Nüfuslandırma Tesisi içinde geçmektedir. Bu tesiste uzamlar, doğum laboratuvarı, doğumhane, yatakhane, derslik, hastane odası, laboratuvar, kazan dairesi, koridorlar, arşiv ve dramatik bir mekan olarak çıkış kapısı olarak belirlenmiştir. Dış uzamlar ise dünyanın bir tasviri olarak yer almaktadır. Kurak, sisli ve terk edilmiş bir görünüm çizilmiştir. Bir tek robotların sulama yaptığı mısır tarlaları yeşil görünmektedir. Filmin son sahnelerinde Yuva'nın dışarıdan görünümüne de yer verilmiştir. Bu tasvirde Yuva'nın dağ içerisine oyulduğu ve girişinin diroidler tarafından korunduğu görölmektedir. Bir diğer dış uzam ise Kadın'ın konteynırdan olan evinin de yer aldığı sahilidir. Ancak dış uzamlarda geçen zaman filmin geneline oranlandığında çok kısa sürelidir.

İç uzam		Dış uzam	
Gösterge	Uzam	Gösterge	Uzam
	UNU- HWK Yeniden Nüfuslandırma Tesisi/ Yuva		UNU- HWK Yeniden Nüfuslandırma Tesisi/ Yuva
	Doğumhane		
	Yatakhane		
	Derslik		
	Çıkış Kapısı		
	Hastane odası		
	Laboratuvar		Mısır tarlaları
	Kazan dairesi		Sahil
	Doğum Laboratuvarı		Terk edilmiş santral
	Koridorlar		Kadın'ın evi
	Arşiv		

	Kadının Evi		
---	-------------	--	--

Tablo 1. İç ve dış uzamlar**Karakterler**

Bu filmde üç karakter bulunmaktadır; Kız (Dauther), Kadın (Woman) ve Anne (Mother). Filmde karakterlerin isimleri yoktur ancak Kız'ın bir kodu bulunmaktadır; APX03. Bunların dışında filmin sonunda APX02 kodlu bir de çocuk (Child) karakteri olduğu görülmektedir. Bu çocuk karakter, Anne tarafından uygulanan testlerde yeterince başarılı olmadığı için yok edilmiştir. Filmin bir sahnesinde yok oluştan 13.867 gün, yani 37 yıl 362 gün geçtiği bilgisi aktarılmaktadır. Buradan hareketle Kadın'ın fiziksel özelliklerinden yaklaşık bu yaşlarda olduğu, APX03'e fiziksel olarak benzediği ve dolayısıyla APX01 olabileceği düşünülmektedir.

Karakter	Adı	Türü	Kod Numarası
	Anne (Mother)	Droid	-
	Kız (Dauther)	İnsan	APX03
	Kadın (Woman)	İnsan	- APX01(?)
	Çocuk (Child)	İnsan	APX02

Tablo 2. Filmde yer alan karakterler






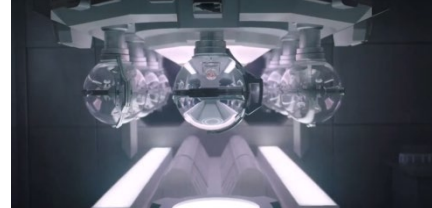
Diroid olan Anne, büyüttüğü bebeğe ninni dinletebilen bir oynatıcıya, insansı uzuvlara ve yumuşak bir ses tonuna sahiptir. Ayrıca, droid Anne'nin, anne sıcaklığı verebilmesi için bebeği tutarken temas ettiği yüzeyler ısı veren bir materyalle kaplanmıştır (Bkn Fotoğraf 3 ve Fotoğraf 4).




Distopya Unsurlarının Çözümlemesi

Filmde distopya türüne ait olan bazı unsurlar ortaya konmuştur. Bunlar; denetim, nüfus kontrolü, yok oluş, ileri teknoloji, biyolojik denetim, teknolojinin insan varlığına müdahalesi, gözetimden kaçış, izolasyon, iktidar tarafından kurgulanan evrende kırılma, kuralcılık, aynılık yanılması, hegemonya, gözetim ve denetime karşı çıkış, ötekinin inşası, yeniden başlangıç ve gözetim yoluyla denetim olarak belirlenmiştir.


Fotoğraf 3. Droid Anne'nin sıcaklık veren yüzeyi**Fotoğraf 4.** Anne'nin ses dinletme cihazı



Gösterge	Gösteren	Gösterilen Düzanlam	Gösterilen Yananlam	Distopik Unsur
	“UNU-HWK_REPOPULATION_FACILITY”	Nüfus kontrol tesisi	İnsan nüfusunun kontrol altında olduğu	Nüfus kontrolü, postapokaliptik
	“DAYS SINCE EXTINCTION EVENT: 001”	İnsanlığın sona ermesinden sonraki gün	İnsanlığın sona erdiği	Yok oluş, postapokaliptik
	“HUMAN EMBRYOS ON SITE: 63,000”	Tesiste var olan embriyo sayısı	Tesiste var olan embriyolarla insanlığın devam edeceği	İleri teknoloji
	Droid	İnsanlığın yok oluşundan sonra tekrar bebek yetiştirecek olan makine	İnsan yetiştirmek için insana gerek olmadığı	İleri teknoloji
	“Famele” “APX01”	Embriyonun cinsiyeti ve kodu	Yetiştirilecek olan embriyonun seçimi	Biyolojik denetim, teknolojinin insan varlığına müdahalesi
	Doğum kapsülleri	Embriyoların içinde yetiştiği kapsüller	Bebek yetiştirmek için biyolojik varlığa ihtiyaç duyulmaması	İleri teknoloji, teknolojinin insan varlığına müdahalesi

	"23:59:44"	Bebeğin doğumunun geri sayımı	Embriyonun bebek haline gelmesi için geçmesi gereken sürenin 24 saate indirildiği	İleri teknoloji, teknolojinin insan varlığına müdahalesi
	Boş küvezler	Çok sayıda boş küvez	Aynı anda yetiştirilebilecek bebekler için tesis kapasitesi	İleri teknoloji, postapokaliptik
	Güneş ışığının camdan içeri süzülmesi	Anne ve Çocuk'un yan yana oturması, kapıdan süzülen güneş ışığı	Tesis dışına çıkılmadığı, tesiste yetişen insanların izolasyonda olduğu	Denetim
	İnsan hayatını kurtarmaya ilişkin soru	Anne'nin Kız'a bilgi öğrettiği	Anne'nin doktrinlerinin Kız'a aktarılması	Hegemonya, Denetim
	Anne'nin ışıklarının yanmaması	Anne'nin çalışmadığı	Sistemin devre dışı kalabileceği	Gözetimden kaçış
	Kız'ın yakaladığı fare	Dışarıdan içeri girmiş bir fare	Dışarıda canlıların yaşıyor olduğu	İzolasyon, Anne tarafından kurgulanan evrende kırılma
	Yanan ocak	Anne'nin fareyi yakarak imha etmesi	Anne'nin katı kuralcılığı	Biyolojik denetim
	"Karantina" yazısı	Bölgenin karantinada olduğu	Anne'nin katı kuralcılığı	Denetim, kuralcılık

	Pijama takımı	Anne'nin Kız'ın doğum gününde bir öncekinin aynısı olan bir pijama hediye ettiği	Tek tip üretim	Aynılık yanılması
	Açık kapı	Kız'ın kapıyı açması	Kız'ın kapının ardını keşfetmesi	Gözetim ve denetime karşı çıkış, Anne tarafından kurgulanan evrende kırılma
	Pencerenin altında saklanmış Kız'ın görüntüsü, Anne'nin geçip gitmesi	Kız'ın Anne'den saklanması	Kız'ın Anne'den gizli eylemlerde bulunması	Gözetim ve denetimden kaçış
	Kadın'ın elindeki demir çubuk	Kadın'ın saldırgan olduğu	Kadın'ın Anne'den korktuğu	Biyolojik denetim
	Kadın'ın elindeki örgü haç	Hıristiyan inancına ait bir sembol	Kadın'ın dini inancı	İnançlara karşı
	Bir kısmı yenmiş mısır koçanı, eski bir kutu, bant	Kadın'ın çantasından çıkan malzemeler	Yuva'nın dışında olan Kadın'ın zor yaşam koşulları	Ötekinin görünümü
	"APX03" "%98" Yeşil ışık	APX03'ün testten başarılı olduğu	Anne'nin kriterlerine ulaştığı	Hegemonya, Denetim ve gözetim

	Sürüntü çubuğu	Gözetimin nesnesi olarak insan	Kız'ın biyolojik verilerinin sistematik olarak toplandığı	Biyolojik denetim
	APX02 yazılı kayıt tabletleri	APX02'nin verilerinin depolandığı	APX02'nin denetim ve gözetim altında olduğu	Denetim ve gözetim
	“APX02” “%74” “Başarısız” Kırmızı renk	APX02'nin testten başarısız olduğu	APX02'ye ne olduğunun sorgulanması	Denetim ve gözetim
	Çene kemiği	Çene kemiğinin küçük olmasından hareketle burada bir çocuk yakıldığı	Anne'nin APX02'yi burada yaktığı	Biyolojik iktidar, öjeni
	Kuru ağaçlar, Sisli gökyüzü	Kurak bir alan	Yuva'nın dışının verimsiz, belirsiz bir yer olduğu	Yok oluş, postapokaliptik
	Anne'nin parmağındaki optik okuyucu	Anne'nin parmağındaki optik okuyucunun bir anahtar görevi gördüğü	İşlemlerin yapılabilmesi için Anne'nin onayına, iznine gerek duyulduğu	Denetim
	“DAYS SINCE EXTINCTION EVENT: 13.867”	Yok oluştan 13.867 gün geçtiği	Tesisin faaliyete geçmesinden sonra geçen gün süre	Yeniden başlangıç, postapokaliptik

	Kız'ın Anne'nin elini tamir etmesi	Kız'ın tamir yapabildiği	Kız'ın Anne'ile olan bağı	Teknoloji
	Droidler	Anne'nin Yuva dışındaki gözü	Anne'nin gözetiminin her yerde olduğu	Gözetim, denetim
	Ses kaydı	Kadın'ın ses kaydının yapıldığı	Kadın'ın Anne tarafından gözetim altında olduğu	Gözetim yoluyla denetim
	Takip cihazı	Gözetim teknolojileri	Anne'in Kadın'ın yerini bulmak istediği	Gözetim yoluyla denetim

Tablo 3. Distopya unsurlarının gösterge tablosu

SONUÇ

Yapılan çözümlenmeler sonucunda incelenen I'm Mother adlı filmde, sinemasal anlatımlara özgü olarak distopik ve postapokaliptik evrene gönderme yapan, filmsel anlatıda anlam oluşturan uzlaşım sal göstergeler tespit edilmiştir. Kıyamet sonrası bir zamanda, insan eliyle oluşturulan yapay zeka donanımlı diorid bir annenin yeniden bir insan nüfusu oluşturmasında, insana özgü denetim, gözetim, öjeni ve hegemonya oluşturma pratiklerinin göstergeleri saptanmıştır. Ancak bu durum karşısında insan yapısının bu iktidara karşı direnişini sembolize eden göstergelerin de yer aldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Film anlatısında yer alan ilginç bir nokta ise karakterlerin bugünün dünyasından algıladığımız şekilde isimlendirilmemiş olmasıdır. Karakterlerin isimleri aslında sıfatlarıdır; Anne, Kız, Kadın, Çocuk. Distopya türüne ait postapokaliptik bir dünyada oldukça sınırlı sayıdaki insanın varlığı isimlere olan ihtiyacı ortadan kaldırmakta olduğu söylenebilir. Bu da gelecek toplumunda var olabilecek bir durumu ortaya koymaktadır.

Postmodern dünyanın kötü görünümünün çizildiği distopyalara özgü olarak bu filmde insan teknolojik ilerleme ile varılan noktada kendi sonunu getirmiştir. Bu filmde, insanların tasarladığı, yok oluş sonrasında yeniden insan üretecek olan sistemin devreye girmesiyle, sistemin yapay zekası tarafından dünya üzerinde var olan doğal insan biyolojisinin yok edilerek laboratuvar ortamında yeniden üretimi ve bu süreçlerin bir simülakra dönüşümü anlatılmıştır. İnsanın daha iyisi ve mükemmelini arayışı ekseninde kendi biyolojik varlığının yok olmasına yol açtığı ama yeniden üreyebilmek için yine bu mükemmel arayan algoritmaların karar mekanizması olduğu, "üstün insanı" üreten bir sistem ile annelik metaforu arasında bağ kurulduğu sonucuna varılmıştır.

Film anlatısında tespit edilen en önemli unsurlardan biri, gelişen teknoloji ile bir insanın doğumunun simüle edilebilmesi ve teknolojinin ortaya çıkardığı diorid olan robotlarla insan yetiştirilebilmesi düşüncesidir. Ancak bir insanın bu sistemde yetiştirilmesinin, o insanın, insana özgü gerçeklikten koparak bir hipergerçeklik evrenin içinde hapsolmesine sebep olduğu aktarılmıştır. Filmde, günümüz dünyasında var olan gözetleme, denetim, hegemonya gibi iktidara yönelik kavramların, artık insanların değil yapay zekaya sahip dioridlerin üzerinden gerçekleştiği bir evren çizilmiştir. Bu kavramlar, insan aktarımı olarak yapay zekaya kodlanmıştır. Böylece insanlık doğasında var olan iktidar olma özelliğini de dioridlere aktarmıştır. Ayarıca denetim ve gözetimin algoritmalara bırakılmış olmasının bazı sorunlara yol açtığı da görülmektedir. Bu sistemin, duygudan yoksun olarak, yapay zekaya kodlanan algoritmalarla karar veriyor olmasıyla, yapılan testlerde yeterince "mükemmel" olmayan bir insanın

yaşamına son verebileceği de gösterilmiştir. Bu günümüzde öjeni olarak adlandırılan insan ırkının ıslahı düşüncesinin bir aktarımı olarak karşımıza çıkmaktadır. Böylece bu film senaryosu ile, sonunu hazırlamakta olan insanın, yapay zeka ve makine ile arasında güç dengesinin sağlanmasının önemine dikkatler çekilmektedir.

KAYNAKÇA

- Adanır, O. (2003). *Sinemada anlam ve anlatım*. Alfa Basım Yayın.
- Adanır, O. (2008). *Simülasyon kuramı üzerine notlar ve söyleşiler*. Hayalet Kitap.
- Adarno, T.W ve Horkheimer, M. (2014). *Aydınlanmanın diyalektiği*, Kabalıcı Yayıncılık.
- Aşkan, H. ve Cemiloğlu Altunay, M. (2018). Teknolojik ilerlemenin distopik imgesi: Black mirror televizyon serisi. *İNİF E - Dergi*, 3(2), 49-62.
- Başol, Ö. (2010). *Senaryo Kitabı: Senaryo Yazım Teknikleri ve Film Öyküleri*. Pana Film Yayınları.
- Baudrillard, J. (2016). *Simgesel değiş tokuş ve ölüm*. (Adanır, O. Çev.), Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Baudrillard, J. (2019). *Sessiz yığınların gölgesinde*. (Adanır, O. Çev.), Doğu Batı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2020). *Simülarklar ve simülasyon*. (Adanır, O. Çev.), Doğu Batı Yayınları.
- Bazin, Andre. (2011). *Sinema nedir?* (Şener, İ. Çev.), Doruk Yayınları.
- Berger, A. A. (2014). *Kültür eleştirisi*, (Emir, Ö. Çev.), Pinhan Yayıncılık.
- Betton, G. (1986). *Sinema tarihi* (Tekeli, Ş. Çev.), İletişim Yayınları.
- Biçer, S. ve Şener, Y. (2020). Post apokaliptik temalı video oyunlarında öteki'nin inşası: Metro 2033 adlı dijital video oyununun göstergebilimsel analizi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(2), 1101-1125. DOI: 10.17680/erciyesiletisim.724809
- Bilge, M. S. (2015). *Sinemada Ütopya ve Distopya: Children Of Men Filminin Göstergebilimsel Çözümlemesi*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi.
- Bilis, A. (2018). Yorgos lanthimos filmlerinde distopyan temsiller. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (29), 54-72. DOI: 10.31123/akil.395605
- Boz, M. (2018). *2000 sonrası Amerikan post-apokaliptik bilimkurgu sinemasında kıyamet ideolojisi*, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ege Üniversitesi.
- Boz, M. ve Takımcı, D. (2019). Amerikan post-apokaliptik bilimkurgu sinemasında kıyamet ideolojisi (1924-2000). *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (31), 377-403 . DOI: 10.31123/akil.591331
- Butler, A. M. (2011). *Film çalışmaları*, Kalkedon Yayıncılık.
- Cantaş, A. (2017). *Distopik filmlerin göstergebilimsel analizi Terry Glliams Sineması*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi.
- Castells, M. (1997). An Introduction to The Information Age, *City*, 2(7), 6-16.
- Çatalbaş, S. ve Kaya, B. (2017). Gözetim toplumu ve distopik filmlerde göz'ün iktidarı: The lobster ve equilibrium filmlerinin analizi. *AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 8(30), 21-43.
- Çelik, A. B. (2010). *Distopyalarda iletişim araçlarının kullanımı*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi.
- Dolgun, U. (2005). *Enformasyon toplumundan gözetim toplumuna: 21. yüzyılda gözetim, toplumsal denetim ve iktidar ilişkileri*, Ekin Kitabevi.
- Erdoğan, İ. (2011). *İletişimi anlamak*, Pozitif Matbaacılık.
- Fiske, J. (2003). *İletişim çalışmalarına giriş*, (İrvan, S. Çev), Bilim ve Sanat.
- Michel Foucault, (1992). *Hapishanenin Doğuşu*. (Kılıçbay, M. A. Çev), İmge Kitabevi.
- Girgin, Ü. (2019). Simülasyon evrenine özgü sinema. *SineFilozofi*, 4(8), 196-225. DOI: 10.31122/sinefilozofi.411670
- Gramsci, A. (2018). *Hapishane defterleri*, (Özüpek, A. Çev.), Dorlion Yayınları.
- Günay, Y. D. (2002). *Göstergebilim yazıları*, Multilingual Yayınları.
- Hatıplı, M. (2017). Postmodernizm, tüketim, popüler kültür ve medya. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, (1), 32-50.
- Mahida, C. (2011). "Dystopian Future in Contemporary Science Fiction." *Golden Research Thoughts* (1). 1-4.
- Özakın, E. Ö. (2001). Bugünün Dünyasını Geleceğe Yansıtma. *Arredamento Mimarlık*, (11), 82- 87.
- Özden Z. (2004). *Film Eleştirisi*, İmge Kitabevi.
- Özgökbel Bilis, P. (2004). *Doksanlı yıllar sonrası alman sineması'nda Türk temsili*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi.
- Özön, N. (2008). *Sinema sanatına giriş*, Agora Kitaplığı.
- Sontag, S. (2015). *Yoruma karşı*. Agora Kitaplığı.
- Sunal Kızıl, G. (2015). *Yeni gözetim ve Jung'un kolektif bilinçdışı kuramı arasındaki ilişkinin filmsel anlatım olanakları açısından değerlendirilmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi.
- Yılmaz, S. (2017). *Filmsel anlatıda güç/iktidar ilişkisinin gözetim ve simülasyon kavramları bağlamında simgesel aktarımı: Göstergebilimsel çözümleme örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Kültür Üniversitesi.

- Yılmaz, R. (2014). *Anlatı Yoluyla Dünyanın Zihinsel Yeniden Kurulumu: “Palto”, “Dönüşüm” ve “Hayvan Çiftliği” Romanlarının Alımlama Pratikleri Üzerine Bir İnceleme*, Yayınlanmış Doktora Tezi, Kocaeli Üniversitesi.
- Yürür, F. (2015). *Bilimkurgu sinemasında güncel korkuların yansıması: Post apokaliptik filmler*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi.

GENERIC COMPETENCES AT UNIVERSITY. AN INNOVATIVE CURRICULAR SUBJECT PROPOSAL FOR THEIR DEVELOPMENT

Paula CRESPI

Instituto de Acompañamiento, Universidad Francisco de Vitoria, Madrid. Spain

p.crespi.prof@ufv.es

ABSTRACT

This study suggests a curricular subject on personal competences valid for any university study plan. Its objective is to develop the most demanded generic or transversal competences both in the personal-social and academic-professional spheres. In this sense, it can be said that this subject contributes to respond to the mission of the university and the European Higher Education Area, since the development of transversal competences favors the integral formation of the university student. Training that puts students at the center and makes them protagonist of their own learning. The aim of this study is to demonstrate how students who take this subject make more progress in the development of generic competences than students who do not take it. To this end, this research works with a total sample of 610 undergraduate students, of whom those who take the subject form the experimental group and those who do not take it form the control group. All the students answered, at the beginning and end of the course, the same questionnaire about generic competences, which was sufficiently valid and reliable. The contrast of hypotheses confirms that those students who have taken the course improve significantly more in the development of generic competences than those who have not taken the course. In this sense, it confirms the validity of this type of subject as suitable for the development of transversal competences; competences that are in great demand both in higher education and in the business world. For this reason, universities should think about incorporating this type of subjects in their curricula.

Keywords: competence, generic competences, subject, questionnaire, higher education.

INTRODUCTION

Universidad Francisco de Vitoria (UFV), through the subject: Personal Competences (PC), develops personal competences, especially those of a transversal nature. This subject tries to give an answer to the demand of the business world and higher education, as indicated by the European Higher Education Area (EHEA).

In the labor field, competences emerged in the 1970s with the contributions of David McClelland (1973), who warned of a serious problem regarding the predictive capacity of aptitude and intelligence tests with respect to excellent performance. McClelland (1973) observes that behaviors hold the key to being able to predict excellent performance (and not intelligence as previously thought). In this sense, McClelland (1973) seems to refer to competences as those characteristics and behaviors or ways of doing things of those who present, in a given position or activity, an excellent performance.

Since then, relevant authors on competences in the workplace, such as Boyatzis (1982), Spencer and Spencer (1993), Bunk (1994), Mertens (1996), Levy-Leboyer (1997), Le Boterf (1998), Miranda (2005), Cardona and García-Lombardía (2007), Gutiérrez Tobar (2010) and González Ariza (2017), have observed how competences have been gradually introduced in business management, to such an extent, that nowadays not only talk about competency-based training, but also about competency-based selection and assessment; for both job-specific competences, known as hard skills, and generic competencies, common to different jobs, known as soft skills.

In the field of higher education, it is noted that since 1956 several predecessor theories of competencies have emerged, such as Bloom's taxonomy (1956), Goldstein's social skills (1980), Gardner's multiple intelligences (1983), the emotional intelligence studied by Salovey and Mayer (1990) and disseminated by Goleman (1995, 2018) and the Delors Report (1996); until 2000 when the Tuning project includes the need to train in competencies at university, both: specific (those that are specific to each area or degree) and generic (those that are common to different subjects or degrees) (González and Wagenaar, 2006).

Therefore, it seems that training in personal competencies, especially those of a transversal nature, is a relevant issue for the university educational community since its reason for being is to be able to respond to this social, educational and labor need. In addition, this proposal is innovative; since it is proposed a specific subject to develop and train especially these competences. A compulsory subject for all first year university students, regardless of the degree or qualification.

Thus, this research has two objectives: 1) to make a formal proposal of a subject for the development of generic competencies, and 2) to demonstrate how this type of course is valid for the development of these competencies.

THE STUDY

Research question and design

This research aims to answer the question: are there significant differences in the degree of development of generic competences between first-year university students who take the PC subject and those who do not?

The type of research is quasi-experimental, with a non-equivalent control group. The main independent variable

of this study refers to taking or not taking the PC course. The secondary independent and control variables are age, sex and faculty. The dependent variable refers to the degree of development of generic competences.

Population and Sample

The population is made up of all first-year university students of Madrid. The sample is made up of first-year university students taking PC (students of the Universidad Francisco de Vitoria: UFV) and first-year university students not taking PC (students of the Universidad Complutense de Madrid: UCM). The former will be referred to as the Experimental Group (EG) and the latter as the Control Group (CG).

The Ene.3.0 statistical program was used to calculate the sample size; and as can be seen in the following table, in general terms, the sample was larger than that indicated by the Ene 3.0 program; with a total of 166 more subjects (Table 1).

Table 1. Ideal vs. actual sample

Total ideal sample (Ene 3.0)		Total final sample	
UFV Students	227	UFV Students	387
UCM Students	217	UCM Students	223
Total sample	444	Total sample	610

HCP subject design (educational intervention)

PC is a subject specifically designed for the development of personal competences, especially of a generic nature, for all first-year students, regardless of the degree. The ultimate goal of this course is to accompany students on their path to maturity, excellence and fulfillment, through the development of personal competences, especially the transversal ones (Crespí & García-Ramos, 2021).

We understand personal competences as “the dynamic set of knowledge (knowing), skills or abilities (knowing how to do), attitudes, values and universal principles (knowing how to be) that, internalized and embodied in our acts, behaviors or ways of doing, put us on the path of our own maturity, excellence and fullness” (Crespí, 2019, p.98).

PC mainly develops transversal competences; that is, those that allow us to perform excellently in any situation or area of life, whether personal, social, academic or professional; generic competencies for higher education and soft skills for the company.

The course, focusing mainly on the development of generic, intrapersonal and interpersonal competencies, is developed in two main areas:

1. Mentoring: individual development space for the student, in which he/she is accompanied by a mentor for six meetings of one hour each.
2. The classroom: a space for community development for all students, in which they are accompanied by their teacher and the rest of their classmates.

The CP teaching guide includes the description, the general and specific objectives, the syllabus, the competencies to be developed, the learning outcomes, the methodology, the distribution of work time, the activities to be carried out, the evaluation system and the bibliography.

Measuring instrument

To measure the dependent variables (generic competences), defined in different dimensions and subdimensions, a questionnaire on generic competences was designed with a Likert-type scale (1-6), which was first validated by a panel of 18 experts.

Subsequently, the usual validation analyses were carried out: reliability, validity, homogeneity and item validity analyses and, finally, exploratory factor analyses. Thus, it was possible to conclude that the questionnaire is highly reliable (with a satisfactory assessment of all dimensions and subdimensions, as well as of all items with respect to their intra- and interpersonal dimensions), acceptably valid and whose factor analyses show an evident relationship between its theoretical and empirical structure (Table 2).

Table 2. Reliability and validity of the instrument

Dependent variables (competences)		Intra-personal Dimension	Deep look Sub-dimension	Excellence pursuit Sub-dimension	Inter-personal Dimension	Teamwork Sub-dimension	Communication Sub-dimension
Reliability (rxx)		0,90	0,83	0,83	0,90	0,83	0,86
Validity (rxy)		0,64	0,60	0,59	0,65	0,54	0,63

FINDINGS

The results of the main hypotheses of the research are presented below.

First hypothesis

The first hypothesis states that there are significant differences in the degree of development of generic competences among university students who have taken the PC subject (UFV students) compared to those who have not taken it (UCM students). This hypothesis involves 7 implicit assumptions; the results are presented below (Table 3).

Table 3. First fundamental hypothesis

H.1. There are significant differences in favor of the students who followed the PC course (UFV>UCM):			Averages differences UFV-UCM	T Student	Sig. (bilateral)	E.S. partial eta squared	Significant differences
Total Score. UFV superior			20,81	13,64	0,00	0,25	Yes
Intrapersonal superior	Dimension.	UFV	12,73	15,78	0,00	0,31	Yes
Deep look superior	Subdimension.	UFV	5,92	13,18	0,00	0,24	Yes
Excellence pursuit UFV superior	Subdimension.	UFV	6,81	15,13	0,00	0,30	Yes
Interpersonal superior	Dimension.	UFV	8,08	9,56	0,00	0,14	Yes
Teamwork superior	Subdimension.	UFV	2,85	5,97	0,00	0,07	Yes
Communication UFV superior	Subdimension.	UFV	5,22	10,56	0,00	0,17	Yes

As can be seen, there are statistically significant differences in all cases in favor of the students who attended the training program (PC subject) in all dimensions and subdimensions of the generic competencies measured. Furthermore, the effect size (E.S) is large in all cases, except in the subdimension of teamwork, where the effect size (0.07) is medium or moderate.

Second hypothesis

The second hypothesis states that there are significant differences in the degree of development of transversal personal competences between the Education students of the UFV (who took PC subject) and the Education students of the of the UCM (who did not). This hypothesis involves 7 implicit assumptions; the results are presented below (Table 4).

Table 4. Second fundamental hypothesis

H.2. There are significant differences in the faculty of education in favor of the students who followed the PC course (UFV>UCM):			Averages differences UFV-UCM	T Student	Sig. (bilateral)	E.S. partial eta squared	Significant differences
Total Score. UFV superior			27,65	11,19	0,00	0,33	Yes
Intrapersonal superior	Dimension.	UFV	16,24	12,67	0,00	0,39	Yes
Deep look superior	Subdimension.	UFV	7,83	10,37	0,00	0,30	Yes
Excellence pursuit UFV superior	Subdimension.	UFV	8,41	11,58	0,00	0,35	Yes
Interpersonal superior	Dimension.	UFV	11,40	9,08	0,00	0,20	Yes
Teamwork superior	Subdimension.	UFV	5,05	7,74	0,00	0,14	Yes
Communication UFV superior	Subdimension.	UFV	6,36	8,52	0,00	0,18	Yes

As can be seen, again there are statistically significant differences in all cases in favor of those who took the

training program (PC subject). Furthermore, it can be added that the effect size is very relevant in all cases. Therefore, it can be affirmed that:

The final development of transversal competences in students who took the subject is significantly higher than that achieved by students who did not take the course in all cases.

The final development of the transversal competences in the students of the Faculty of Education of the UFV (who took the course) is also significantly higher than that achieved by the students of the Faculty of Education of the UCM (who did not take the course) in all cases.

CONCLUSIONS

As mentioned above, both business and higher education allude to the need for training in this type of generic competences (also known as soft skills or transversal competencies).

This study presents results that demonstrate the effectiveness of training in personal competences, especially transversal competences, at university. And this is done through the teaching of a subject aimed at their training in the first year of degree.

The results obtained allow us to affirm that:

1. Personal competencies can be effectively trained in the university.
2. A specific training course (CP subject) is validated for the development of personal competencies, especially those of a transversal nature, at the university.
3. Students who take the course develop generic competencies in a higher level than students who do not take the course.

In this sense, it is proposed that the university community evaluate the possibility of including this type of subject in the study plans, so that the generic competencies proposed by the EHEA through the Tuning project can be developed; since, if the development of this type of competencies is so important, they should be given a specific space for their development.

At the moment, among Spanish universities, only the UFV teaches a curricular subject in this direction, and in all its university curricula. A subject that, precisely, tries to train in these competencies and does so effectively.

REFERENCES

- Bloom, B. S., Engelhart, M. D., Furst, E. J., Hill, W. H., & Krathwohl, D. R. (1956). *Taxonomy of Educational Objectives: The Classification of Educational Goals. Handbook 1: Cognitive Domain*. London: Longmans, Green and Co.
- Boyatzis, R. (1982). *The Competent Manager: A Model for Effective Performance*. New York: John Wiley and Sons.
- Bunk, G. P. (1994). La transmisión de competencias en la formación y perfeccionamiento profesionales de la RFA. *Revista Europea de Formación Profesional*, 1, 8-14.
- Cardona, P., & García-Lombardía, P. (2007). *Cómo desarrollar las competencias de liderazgo* (3 ed.). Navarra: Ediciones Universidad de Navarra, S. A. (EUNSA).
- Crespí, P. (2019). *La necesidad de una formación en competencias personales transversales en la universidad. Diseño y evaluación de un programa de formación*. Madrid: Fundación Universitaria Española.
- Crespí, P., & García-Ramos, J. M. (2021). Competencias genéricas en la universidad. Evaluación de un programa formativo. *Educación XXI*, 24(1), 297-327. <https://doi.org/10.5944/educxx1.26846>
- Delors, J., Al Mufti, I., Amagi, I., Carneiro, R., Chung, F., Geremek, B., . . . Nanzhao, Z. (1996). *La educación encierra un tesoro. Informe a la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la educación para el siglo XXI*. Madrid: Santillana.
- Gardner, H. (1983). *Frames of Mind. The Theory of Multiple Intelligences*. New York: Basic Books.
- Goldstein, A. P., Sprafkin, R. P., Gershaw, N. J., & Klein, P. (1980). *Skillstreaming the Adolescent. A Structured Learning Approach to Teaching Prosocial Skills*. Illinois: Research Press.
- Goleman, D. (1995). *Emotional intelligence*. New York: Bantam Books.
- Goleman, D. (2018). *La inteligencia emocional en la empresa*. Barcelona: Conecta.
- González Ariza, A. L. (2017). *Métodos de compensación basados en competencias* (3 ed.). Área metropolitana de Barranquilla: Editorial Universidad del Norte.
- González, J., & Wagenaar, R. (2006). *Tuning Educational Structures in Europe II. La contribución de las universidades al Proceso de Bolonia*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Gutiérrez Tobar, E. (2010). *Competencias gerenciales: habilidades, conocimientos, aptitudes*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Le Boterf, G. (1998). *La ingeniería de las competencias*. Paris: D'organisation.
- Levy-Leboyer, C. (1997). *Gestión de las competencias: cómo analizarlas, cómo evaluarlas y cómo desarrollarlas*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- McClelland, D. C. (1973). Testing for Competence Rather Than for "Intelligence". *American Psychologist*, 28(1), 1-14.

- Mertens, L. (1996). *Competencia laboral: sistemas, surgimiento y modelos*. Montevideo: Cinterfor.
- Miranda, M. (2005). *Aprendizaje Técnico en un Enfoque de Competencias Laborales*. *Pensamiento Educativo*, 36, 233-246.
- Salovey, P., & Mayer, J. D. (1990). Emotional Intelligence. *Imagination, Cognition and Personality*, 9(3), 185-211.
- Spencer, L. M., & Spencer, S. M. (1993). *Competence at work: models for superior performance*. New York: John Wiley and Sons.

HOW CAN THE UNCONSCIOUS MIND of THE NEW PSYCHOLOGICAL DEFINITION BE ANALYZED and CAN THE FORMATION OF THOUGHT BE CLOSED TO PERCEPTION AND MANIPULATION AT THE BEGINNING BY USING ALGÜL DIGITAL-MANUAL/ANALOG PSYCHO-SEMIOTIC LANGUAGE PARSERS?

Nevin ALGÜL

Marmara University, Communication Faculty, Department of Radio, Television and Cinema/Visual Communication Design
nevinalgul@marmara.edu.tr

ABSTRACT

The aim of this article is to examine and research the unconscious reactions of the new psychological definition and also can the formation of thought be closed to perception and manipulation at the beginning by using Algül Digital-Manual/Analog Psycho-Semiotic Language Use Parser? It is to show how it can be done by using Algül Digital-Manual-Analog Psycho-Semiotic Language Use Parsers to motivate and be awareness large masses through the psychological unconscious area, that is, the experiences formed as a result of their life period.

To create awareness and realization for the humankind about their attitudes and behaviors which are coming from their psychological unconscious area that they gained them their life period unconsciously so they can control their behaviors by easily.

Keywords: Psychological Unconscious Area, Algül Digital-Manual-Analog Psycho-Semiotic Language Use Parsers, Perception, Thought Formation, "Humankind in the Circle", awareness.

INTRODUCTION

"Everything that's happened to us is subliminal. A few roles in our daily lives it may seem like it's playing. But these are our conscious thoughts are invisible roots(Mlodinow, 2013:11)." Carl Jung

"Over the past two decades of neurological research, it has become increasingly clear that the way we experience the world--our perception, behavior, memory, and social judgment--is largely driven by the mind's subliminal processes and not by the conscious ones, as we have long believed. In *Subliminal*, Leonard Mlodinow employs his signature concise, accessible explanations of the most obscure scientific subjects to unravel the complexities of the subliminal mind. In the process he shows the many ways it influences how we misperceive our relationships with family, friends, and business associates; how we misunderstand the reasons for our investment decisions; and how we misremember important events--along the way, changing our view of ourselves and the world around us(2021, <https://www.kobo.com/ww/en/ebook/subliminal-4>) ." Leonard Mlodinow named his book as: *Subliminal: How Your Unconscious Mind Rules Your Behavior*.

Great Brain!

"Let me love my mind." His sentence is one of the examples used anonymously in Turkish culture. It is impossible not to really like the 'mind' 'brain' and not admire the working principles, not work to make further analyses. Of course, in this mind, whether you are aware of it or not; The contribution of science at the time is inevitable. The love of loving minds is science beneath the minds. A view that manages to remain neutral can do science good. In fact, it's not easy for a human being to be impartial. When we consider our acquires in this article, science makes us realize the difficulty of being isolated and able to look at the universe, which is now its meaning, which is besieged from the moment it is born.

According to a textbook on human psychology, the human perception system sends eleven million pieces of information to the brain every second. However, anyone who has had to deal with a few children, all of whom are trying to speak at once, will testify that the amount of information that your conscious mind can process cannot even get close to this limit. The amount of information we can process in one second has been found to be between sixteen and fifty pieces. If your conscious mind had to process this information, your brain would be held like an overloaded computer. Also, even if we are not aware of this, we can make a large number of decisions every second. Should I spit out the bite in my mouth because I smell something bad? What's the meaning of that word that guy sitting across from me at the table said? And what's that guy like?

Evolution has given us an unconscious mind because it is what allows us to survive in a world that requires the entry and processing of subconscious amounts of information. Our sensory perception, our memories, our daily decisions and activities seem to be happening without effort in its entirety, but the only reason for this is that the effort required by them is spent outside of our brain's awareness(Mlodinow, 2013:51).”

What is the New Definition of Unconscious?

In the first quarter of 2000, scientists redefined the subconscious and the unconscious. They redrawn their boundaries. In a nutshell Carl Jung writes: "What we didn't consciously realize was that we didn't realize it. there are certain events. They fall below the threshold of consciousness, so to speak. These have happened, but they have been perceived as subliminal. The word 'subliminal' is Latin and means 'below the threshold'. Psychologists use the term 'below the threshold of consciousness'. Subliminal effects that expand our perception, our unconscious mind processes and how these processes affect people.... In order to fully comprehend human life, we need to understand both of our conscious and unconscious selves and how they interact with each other.

The subliminal parts of our brain are invisible to us. Nevertheless, how we consciously experience life, how we see ourselves and others, the meanings that we place on what happens every day in our lives, our ability to reach quick opinions and decisions that can sometimes be a matter of life and death, and what we do as a result of all these insightful experiences affect very fundamentally (Mlodinow, 2013:13).

Is he/she responsible for human behavior? On the basis of the attitudes and attitudes that we unwittingly exhibit, our experiences in our life process or the customs, traditions, etc. that are passed down from generation to generation, which have been repeated over and over and even centuries, thousands of years. But it comes from teachings we weren't aware of. If we can scientifically open up and clarify this field and open up the space for people to examine their own thoughts, and therefore their attitudes and attitudes, humanity can expect a better world.

First, Subliminal: Complex new technologies have revolutionized our understanding of the parts of our brain that work under our conscious mind (the subliminal world). These technologies, for the first time in human history, made it possible to study the unconscious by truly scientific methods. Here is the concept of modern unconsciousness based on studies and measurements based on new science (Mlodinow, 2013:14) that examines the unconscious, often called 'The New Unconscious' in order to distinguish it from the subconscious definition made famous by Sigmund Freud, a neurologist who preferred clinicianship. These technologies, for the first time in human history, made it possible to study the unconscious by truly scientific methods. Here is the concept of modern unconsciousness based on studies and measurements based on new science (Mlodinow, 2013: 14) examining the unconscious, often called 'The New Unconscious' in order to distinguish it from the subconscious definition made famous by Sigmund Freud, a neurologist who preferred clinicianship. Unconscious is order to distinguish it from the subconscious definition made famous by Sigmund Freud, a neurologist who preferred clinicianship. Human behavior is the product of an infinite flow of perception, emotion and thought, both consciously and unconsciously, and the idea that we are not aware of the causes of most of our behaviors is a difficult thing to accept. Freud and his followers have long distanced themselves from the idea that beliefs, research psychologists (p.27) and the idea that knowledge is important in our behaviors, and this approach has been characterized as pop-psychology(Mlodinow, 2013:28).

How Can You Analyze Your Unconscious Mind That Rules Your Behavior With Using Algül Digital-Manuel(Analog) Psycho- Semiotic Language Use Parsers?

"The seeing eye is not just a physical organ,
At the same time, the person to whom
He/She belongs, Conditioned by the tradition
in which he/she grew up

It is a means of perception(Mlodinow, 2013:47).” Ruth Benedict

When we look at the history of semiotic, we see that it is multidisciplinary. This branch of science, which is clearly full of science related to the formation of thought from the beginning, continued its work relentlessly during both world wars and began to create a widespread culture in this field in the 1800s with the environments in which activities celebrated for weeks were held in Europe and America. The historical journey of Derrida's "Destructible Criticism" Conception and the scientists who contributed to this journey; P. de Man, M. Bakhtin, R. Barthes, U. Eco, Kristeva... (Rifat, 2009:45-69). This branch of science, which is related to many scientists, can create the idea that it is related to all other branches of science and covers them like a large roof.

If semiotics can be designed as a branch of science to study the life of indicators (linguistics and visual) in society, and this science forms part of social spirituality and therefore general spiritual science (Rifat, 2009:33). Although the importance of linguistic indicators is undeniable, the idea that 21st century people are designed visually more than ever may not be far away because the harsh capitalist environment can be determined to be far from deep readings, so it is determined that people who do not think, who act with impulsivity like a child and tend to consume very and very quickly, are moved towards the majority. In fact, large audiences that can be easily manipulated, manipulated and driven through images...

With the Algül Digital Manual/Analog Psycho-Semiotic Language Usage parsers, in the individual dimension, dismantling and dismantling, in other words, parsing the linguistic and visual indicators of the universe of meanings surrounding the individual, can begin to find out how it understands the unconscious area of the universe of meanings surrounding it, and how this understanding is reflected in its attitude and behavior. Now you may have the management knowledge of how you're being guided. In other words, the key. It can also prevent legal or illegal data obtained from the digitalized universe of meanings of the individual from digitizing it from being digitized because it will now be aware of which private information is surrounded by linguistic and visual encirclement. Before

“ what does Semiotic / Semiology / Semiotics mean?

First, the definition of the indicator should be made. An indicator, "In general, is defined as all kinds of forms, objects, phenomena, etc., which may represent anything except itself and which therefore have the characteristics of being able to replace what it represents. Semiotics is the branch of science that examines indicators (Rifat, 2009: 11)."

Göstergebilim is used as the Turkish equivalent of the words semiotic/semiologic.

Semiotic is used as the base for the choice of the word semiotics. The word Semiotic (Rifat, 2009: 27) comes from French, and when the etymology of the word is examined, it is seen that it fulfills both visual and linguistic meaning. When it comes to the use of psycho-semiotic language use, only the visual elements come to the mind of the general majority and this is the case even for the well-educated people. The problem arises from this point because languages are actually visual elements based on the indicative (letters)/indicated (meaning), so each of them is indicators. They construct a semantic through indicatives. For this reason, the word "semiotic" has been preferred while creating the noun phrase Psycho-Semiotic Language Use. Although the word semiotic contains both visual and linguistic meaning, it cannot put an end to the usage confusion. An introduction of word or noun phrase that will eliminate the usage confusion here and create the perception in the majority of the public that words can also be designed with fictional "narrative strategies", but that can come out only with a book, will not be included in this article(Algül, 2020:797).”

How can we use thoughts that exist in the unconscious field to solve the connection between thought and attitude relationship?

Charles Sanders Peirce, who is one of the two pioneers of contemporary Legend. The other is Ferdinand de Saussure. (Rifat, 2009:30). He compared saussure's ability to accurately decipher a theft in his cabin, even though he had never seen it in his cabin, "and just like birds sing and fly, this ability is the greatest of our instinctive powers." In other words, the function of the unconscious is a very important part of our evolutionary survival mechanism." More than a hundred years later, research and clinical psychologists have realized the fact that we all now have a rich and effective unconscious life that continues in parallel with our conscious thoughts and feelings and has powerful effects on the ways through which we can only begin to measure them with a certain degree of accuracy (Mlodinow, 2013:13)

“Raising Awareness and Proposed Solutions

1. Linguistics courses can be scheduled in Communication Faculties. Thus, the formation of the perception that each language is based on one formula becomes easier. Those who know the quite mathematical formula quite will get it. In this way, the perception that the natural languages are indicators will become accustomed and this will naturally affect the form of thinking. Gaining a general view of all languages to the individual can create the thought that they can also be used as a design tool. This view will create a new perception, which can influence the way of thinking.
2. If Communication Faculties are transformed into the Faculty of Communication Design, this can contribute to change the point of view and to form a new perception on behalf of the vast majority and to the formation of a new thought. Communication is closely related to design in the reality of our age. (Algül , 2020: 800).”

3. Activities can be carried out by the relevant faculties to create a culture of semiotics in the society so that the public can begin to consciously understand the fact that it is surrounded by linguistic and visual indicators. Consciously looking at the universe of meanings surrounding itself is a prerequisite for analyzing attitudes and behaviors.

How the Formation of Thought be Closed to Perception and Manipulation at the Beginning by Using Algül Digital-Manual/Analog Psycho-Semiotic Language Use Parsers?

Here, the meaning loaded into the word psycho refers to linguistic visual indicators that affect the attitude, attitude and behavior of the individual. These linguistic and visual indicators can be from social and/or individual memory, as well as towards the inner world of the individual; it can be done through data obtained from the legal-looking field, which is illegally protected by the KVKK (Personal Data Protection Law) or from the digitalized universe of meanings of the individual. By carrying a handbook containing the information written in this field, the individual can benefit from this hand/pocket book, which provides a collection of weeds that remind us where the root thought that gives rise to behavior and behavior can originate. That's what manual means. What the analogue version can be requires expertise and collaboration with different disciplines; should be discussed for development.

Digital Parser, on the other hand, is a digital device that the individual will carry out from a very early age, by performing all these operations with artificial intelligence, on the screen, at the end of the day and/or during the day and night, within the time period that the individual desires to learn, how much psycho-lingual and visual indicators are exposed and which root thoughts these psycho-visual and linguistic indicators are aimed at, It can provide a kind of transcript of the history of root thoughts formed in this unconscious space. This parser can be a special and important device in itself; lower volume and/or full-range samples can be added to mobile phones.

“What is the psycho-Semiotic Usage Parser?

1. A Psycho-Semiotic Language Parser that tracks, records and separates the digital traces that the individual left behind in digital environments. In this way, one will be able to differentiate and even measure the language uses, which can paralyze him with the evil Psycho-Semiotic Language Use about what he has written.
2. Psycho-Semiotic Language Parser with immediate penal sanctions approved by digi-law. If its measurement and assessment say that there is evil use, this determination will be processed and finalized instantly by digital law.
3. Advanced versions can also be designed: A complete Psycho-Semiotic Language Usage decoder.
4. Maybe, this century is the right time for legally deciphering the genetic-cultural habit that paralyzes this goal that evil interest-group entities have made for hundred of years and now transferred into digital environments and legalizing this process, what do you think?
5. In fact, looking at the profile should be included in this psycho-Semiotic Language Use and since its content should be capable of digi-tracking, moods such as ‘what did he/she write,’ ‘who looked end when did he/she/foundation look,’ ‘how did this look feel in terms of Psycho-Semiotic Language Use’ should also be presented in the reporting section.
6. In fact, looking at the profile should be included in this Psycho-Semiotic Language Use and since its content should be capable of digi-tracking, moods such as "what did he write", "who looked and when did he look", "how did this look feel in terms of Psycho-Semiotic Language Use" should also be presented in the reporting section.
7. A Psycho-Semiotic Language Parser that, tracks, records and separates the digital traces that the individual left behind in digital environments. In this this way, one will be able to differentiate even the measure the language uses which can paralyze him with the evil Pyscho-Semiotic Usage Language Use about what he has written.
8. Digital Trace Equipments/software (Transcripts) must work together with Psyscho-Semiotic Language Usage Parser
9. If there are people who attack the posts made by the individual on digital media in terms of Psycho-Semiotics, a Psycho-Semiotic Language Use Parser that can measure and evaluthe digital traces, that the individual left behind in digital environments ate this use Immediately(Algül,2020:801).”

CONCLUSION

“Man decides to paint the world.

Over the years, there has been a gap in the cities,
kingdoms, mountains, bays, ships, islands, fish,
rooms, appliances, stars, horses and people pictures.

Shortly before he died. The image of the persevering
lines of the labyrinth on its own face discovers

that it follows (Mlodinow,2013:75).” Jorge Luis Borges

Imagine that the general public performs this 'discovery' and 'awareness' within their own life processes; What and where does human development evolve? From the moment we are born, it is done through the experiences they have gained throughout their own life processes to reach and make sense of the universe of meanings that human children are surrounded by. In the field they unconsciously delusionally, the teachings conveyed throughout their life processes, their own lives, life experiences; it consists of the degrees of influence. Innate genetic traits; Intelligence, ability, ability, as well as the nature of the education he receives: Critical, questioning or not, of course, plays a role. Finding and giving answers to the question of what the human being does and why with the mind provided by the current science, increasing awareness through scientific data when evaluating the universe of meanings, can make it clearer to reach the material in this field. If individuals start following their own thought formations, we can create a field of analysis indexed to science, removing the universe of meanings from being individual.

As a result, it is added to the education of the general people of the world; Even the use of Algül Manual Psycho-Language Use parsers can create awareness in this field, spread the light of science to a wide audience, and a culture of monitoring the return of personal thought formations, attitude and attitude, and behaviors, such as second and third parties, can be given and this culture can be passed on to generations if it is maintained. In other words, large masses of people may begin to become conscious about the formation of thoughts. If they gain the ability to follow personal thought formations in this way, they can observe others from the same perspective and be problem-solving oriented. One feature of the language is that it can be passed down from generation to generation. Once this culture is introduced, it may also be possible to process it into the genetic code.

In summary: Algül Digital-Manual/Analog) Psycho-Semiotic Language Use Parsers can be a device in itself, but they can also be an application that can be added to mobile phones with little scope or fully equipped. Thus, people will be able to see how psycho-language use affects their attitudes and attitudes, gain access to their unconscious acquire and control their attitudes and attitudes. Thus, individuals will be able to start to follow and monitor their attitudes and attitudes that are not aware of the psycho-semiotic (linguistic and visual indicators) they are exposed to during the day and night, but which are actually formed as a result of a cause-and-effect, effect-reaction, causality relationship.

In other words, the human being is more responsible than ever. Don't be responsible for yourself, don't know yourself. Just like Leonardo di ser Piero da Vinci's "Man in Circle"... Man and woman in the circle. If we can observe, follow and measure the unconscious space on an individual basis, in other words, the area where the root thoughts that we acquire as a result of our lives but are not aware of turn into attitudes and attitudes, then we have started to control the area.

To summarize further: The unconscious field can be individually scaled, observed, observed tracked, controlled, briefly measured, which can lead to many improvements. For example: the "getting fired up" thing can end, like less fighting, more truth, less buying, more happiness, etc.

To analyze unconscious mind by using Algül Digital-Manual/Analog Psycho-Semiotic Language Use Parsers in numbers:

1. By adding to all digital devices used to measure the use of digital psycho-semiotic language from digital/civilian environments.
2. In order to measure the use of Manual-Analog psycho-semiotic language in civilian-everyday life, in order to raise awareness, the classic hand/pocket book as we know it, through classical knowledge acquisition.
3. A digital device (mobile phone, computer) with intelligent, digital glasses or lens articulated differentials will be included in everything it sees in everyday life, as it is possible to measure the universe of meanings surrounding the individual.
4. Is it possible to control 100% unconscious space only by voluntarily chipping individuals? It seems obvious that we will be able to measure the success rate on the application site, but can we foresee this? A digital glasses or lens that can voluntarily plug in chips and/or detect all semiotic uses and

transfer all of them synchronously to the digital devices they use, in order to measure 100 percent all psycho-semiotic uses that the individual will be exposed to. Individual rights and freedoms are sacred. Even these small-scale, sustainable awareness studies will be very useful. Chip will be able to create advanced and dangerous situations. As a result, each digital apparatus can be remotely seized and used to serve against its intended purpose.

5. One last repetition; With The Algül Digital Manual/Analog Psycho- Semiotic Language Use Parsers, “unconscious mind that rules our behaviors” (Mlodinow, 2013:BookTitle) are observed, observed tracked, monitored, controlled on an individual scale; can be briefly measurable, which can lead to many improvements.

REFERENCES

- Mlodinow, Leonard(2013). Subliminal: Bilinçdışınız Davranışlarınızı nasıl Yönetir?(How Your Unconscious Mind Rules Your Behavior?(pp. Okuyan Us Yayın Eğitim Danışmanlık Tıbbı Malzeme ve Reklam Hizmet-leri San. Ve Tic. Ltd. Şti., İstanbul: Şişli.
- Rıfat, Mehmet(2009). Göstergibilimin ABC’si,(pp.....) Say Yayınları, İstanbul.
- Algül, Nevin(2020). What is Psycho-Semiotic Language Use and Its Parser, as a New Concept? How can the Example Modeling for Use in Digital Media and the Process of Creating Digi-Slave Proceed?
http://www.iste-c.net/publication_folder/inte/inte-istec-iticam-ietc-iwsc-2020.pdf. Cyprus International University, INTE,ISTEC,ITICAM,IWSC,2020, Lefkoşa, TRNC.
<https://www.kobo.com/wv/en/ebook/subliminal-4>), 2021, Semptember, 18th.

İLKOKUL 4. SINIF ÖĞRENCİLERİNİN ÖDEV MOTİVASYONLARI İLE AİLE KATILIMI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ: RİZE İLİ ÖRNEĞİ*

Ayşegül ŞEKER
Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Eğitim Fakültesi
aysegul_seker18@erdogan.edu.tr

Nermin KARABACAK
Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Eğitim Fakültesi
nermin.karabacak@erdogan.edu.tr

ÖZET

Aile katılımı, çocuğun eğitimini ve gelişimini bütüncül bir şekilde destekleyerek evde ve okulda yaptığı çalışmalarda aile ile okulun çok yönlü işbirliği sürecidir. Ailelerle birlikte ya da ailenin yönlendirmesiyle yapılan ödevlerin işlevlerinden biri de çocukların motivasyonunu sağlamasıdır. İlkokul öğrencilerinin ödev motivasyonları ile aile katılımı arasında ilişki olduğu söylenebilir. Bu bağlamda araştırmanın amacı, ilkök 4. sınıf öğrencilerinin ödev motivasyonları ile aile katılımı arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Bu araştırma, nicel araştırma yöntemlerinden betimsel tarama modelinde planlanmıştır. Araştırmanın örneklem grubu, Rize ilinde farklı sosyo-ekonomik statüdeki küme örnekleme tekniği ile belirlenen 710 ilkök 4. sınıf öğrencisi ve 721 velidir. Araştırma, 2020-2021 öğretim yılında yürütülmüştür. Veriler, nicel yolla “İlköğretimde Okul ve Aile İşbirliği-Veli Formu” ve “Ödev Motivasyonu ve Ödev Stilleri Belirleme Ölçeği” ile toplanmıştır.

“Ödev Motivasyonu ve Ödev Stilleri Belirleme Ölçeği” ve “İlköğretimde Okul ve Aile Katılımı-Veli Formu” ile çoktan seçmeli sorulardan elde edilen veriler, IBM 24 SPSS programı ile analiz edilmiştir. Bu süreçte ailelerin görüşlerine ilişkin ortalama puanlar ve standart sapma değerleri hesaplanmıştır. Ortalama puanların ailelerin çocuklarının cinsiyeti açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemede bağımsız t-testi kullanılmıştır. Ailelerin görüşlerinin, ailelerin sosyo-ekonomik düzeyine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemede ANOVA testi kullanılmıştır. 4. sınıf öğrencilerinin ödev motivasyonlarına ilişkin ortalama puanlar ve standart sapma değerleri hesaplanmıştır. Ortalama puanların öğrencilerin cinsiyeti açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemede bağımsız t-testi kullanılmıştır. Öğrencilerin ödev stillerinin sosyo-ekonomik düzey açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için ANOVA testi kullanılarak analiz yapılmıştır. Öğrencilerin ödev motivasyonu ile aile katılımları arasındaki ilişki ANOVA testiyle analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda öğrencilerin ödev stilleri ve motivasyonlarının sosyolojik uyaran, motivasyon, algısal, organizasyon, yerleşim türüne ve cinsiyete göre değişmediği görülmektedir. Öğrencilerin ödev motivasyonlarının sosyo-ekonomik düzeye göre farklılık gösterdiği görülmektedir. Farklı sosyo-ekonomik statüdeki ailelerin ilkökullerde aile katılımına ilişkin görüşlerinde ortalama puanlar incelendiğinde; okul-aile iletişimi ve okul ikliminin orta düzeyde veli katılımı, anne-babann sorumluluğu ve aile desteğinin düşük düzeyde ve aileler arası iletişimin orta düzeyde olduğu görülmektedir. Ailelerin eğitim seviyesine göre aile katılımının arttığı görülmektedir. Öğrencilerin aile katılımı ile ödev motivasyonları arasında ise bir ilişki bulunmamıştır.

Okul içinde ve okul dışında gerçekleştirilen aile katılımı çalışmalarının ilkök düzeyindeki çocuklar için kritik bir öneme sahip olduğu Covid 19 sürecinde yaşanan deneyimler sonucu ortaya konulmuş durumdadır. Temel eğitimdeki aile katılımı çalışmaları çocukların okul içi ve okul dışındaki yaşam becerilerinin kazandırılmasında güçlü bir katalizör görevi görmektedir. Öğrencilerin ödev motivasyonları, okul içi ve okul dışı aile katılımı çalışmalarıyla yükseltilmeye çalışılmalıdır. Burada sorumluluk okul ve aileler arasında paylaşılmalıdır. Sınıf öğretmenleri, okula aile katılımını artırarak öğrencilerin ödev motivasyonlarını yükseltmeye çalışmalıdır. Bu nedenle sınıf öğretmenleri, ailelerle iletişimlerini geliştirmeye çaba göstermelidir.

Anahtar Kelimeler: İlkokul, 4. sınıf, ödev, motivasyon, aile katılımı, ödev tutumu

EXAMINING THE RELATIONSHIP BETWEEN 4TH GRADE ELEMENTARY SCHOOL STUDENTS' HOMEWORK MOTIVATION AND PARENTAL INVOLVEMENT: THE CASE OF RIZE

ABSTRACT

Family involvement is a multi-faceted cooperation process between the family and the school in the work they do at home and at school, supporting the education and development of the child in a holistic way. One of the functions of homework done with families or with the guidance of the family is to provide children with motivation. It can

*Bu bildiri, Ayşegül Şeker'in devam eden “İlkokul 4. Sınıf Öğrencilerinin Ödev Motivasyonları İle Aile Katılımı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Rize İli Örneği” 2209 A TÜBİTAK projesinden üretilmiştir.

be said that there is a relationship between primary school students' homework motivation and family involvement. In this context, the aim of the research is to examine the relationship between 4th grade primary school students' homework motivation and family involvement. This research was planned in the descriptive survey model, which is one of the quantitative research methods. The sample group of the research consisted of 710 4th grade primary school students and 721 parents determined by cluster sampling technique among the coming from families with different socio-economic status in Rize. The research was conducted in the 2020-2021 academic year. Data were quantitatively collected using "School and Family Cooperation in Primary Education-Parent Form" and "The Scale of Determining Homework Motivation and Homework Style".

The data obtained from the multiple choice questions in the Scale of Determining Homework Motivation and Homework Style and the School and Family Cooperation in Primary Education-Parent Form were analyzed through the IBM 24 SPSS program. At this stage, the average scores and standard deviation values regarding the opinions of the families were calculated. Independent t-test was used to determine whether the mean scores showed a significant difference in terms of the gender of the children of the participants. ANOVA test was used to determine whether the views of families differed according to their socio-economic level. The mean scores and standard deviation values regarding the homework motivation of the 4th grade students were calculated. Independent t-test was used to determine whether the mean scores showed a significant difference in terms of the gender of the students. ANOVA test was used to determine whether students' homework styles showed a significant difference in terms of their socio-economic level. The relationship between students' homework motivation and family involvement was analyzed through ANOVA test.

As a result of the research, it was seen that the homework styles and motivations of the students did not change according to sociological stimuli, motivation, perceptual, organization, type of settlement and gender. It was found that students' homework motivations differed according to socio-economic level. When the average scores of families with different socio-economic status regarding family involvement in primary schools were examined, it was seen that school-family communication and school climate were at a medium level; parent involvement, parental responsibility and family support were at a low level; and communication between families was at a medium level. It was seen that family involvement increased as the education level of the families increased. However, there was no relationship between family involvement and students' homework motivation.

It has been revealed as a result of the experiences in the Covid 19 process that family involvement activities implemented in and out of school have a critical importance for children at primary school level. Family involvement activities in basic education act as a powerful catalyst for children to gain life skills in and out of school. It should be tried to increase students' homework motivation through family involvement in and out of school. The responsibility here should be shared between the school and the families. Primary school teachers should try to increase students' homework motivation by increasing family involvement in school. For this reason, primary school teachers should make an effort to improve their communication with families.

Anahtar Kelimeler: Elementary school, 4th grade, homework, motivation, parental involvement, homework attitude

GİRİŞ

Ders dışı öğretim faaliyetleri olarak yer alan ev ödevleri, öğretmenlerin kullandığı yöntemlerin başında gelmektedir. Ev ödevleri, sınıfta öğretmen tarafından yapılan çalışmaların tekrarlanması ve pekiştirilmesi amacıyla okul dışında öğrenci tarafından yapılmak üzere verilen çalışmalar ve görevlerdir (Keith ve Keith, 2006). Öğretmenlerin, öğrencilere ev ödevi verme amaçları:

- 1) Sınıfta öğrenilenlerin evde tekrarlanması ve pekiştirilmesi,
- 2) Öğrencilerin derse hazırlıklı gelmesini sağlamada bir sorumluluk aracı,
- 3) Akademik başarıyı arttırma aracı,
- 4) Öğretmen, öğrenci ve veli arasındaki iletişimin sağlanmasıdır (Duban, 2016).

Bursuck (1994) ve Hallam (2004) tarafından yapılan araştırmalarda, ev ödevlerini öğrencilerin yaşına ve bireysel ihtiyaçlarına göre düzenleyen öğretmenlerin öğrenciye yüklü ödev veren öğretmenlere göre başarılı olduğu, ev ödevlerinin öğrenciler için fayda sağladığı ve öğrencilerin akademik çalışmalara ayırdığı süreyi arttırdığı ortaya konulmuştur. Alan yazın tarafından ev ödevlerinin öğrencilerin yaşına ve bireysel ihtiyaçlarına göre düzenlenmediği durumlarda öğrencinin sosyalleşme ve dinlenmek için kullanacağı zamanı azalttığı, ödev yapımında öğrenciye yardımcı olmaya çalışan ailelerin pedagojik olmayan uygulamaları nedeniyle öğrencinin öğrenme isteğine zarar verdiği ve fayda sağlamadığı ortaya konulmuştur (Katz, Kaplan ve Buzukashvily, 2011; Cooper, 2001).

İlkokul seviyesinde eğitim gören öğrenciler için ev ödevlerinin fayda sağlayabilmesi için alan uzmanları tarafından sınıf düzeylerine göre önerilen süreler bulunmaktadır. Strother'e (1984) göre günde en az bir saat, Woolfolk Hoy'a göre (2015) 10-20 dakika, Cooper'a göre (2001) birinci sınıfta 10, ikinci sınıfta 20 ve sonraki her sınıf için 10'ar dakika ilave edilmesi şeklindedir. Rinashe (1997) tarafından ev ödevlerinin en önemli işlevlerinden biri olarak aile ile okul arasındaki iletişimin sağlanması olduğu ifade edilmiştir. Alan yazında yapılan araştırmalar tarafından ilkökul eğitimi sürecinde etkili biçimde yürütülen aile katılımı çalışmalarının, öğrencilerin gelişimine olumlu katkı

sunmanın yanı sıra sonraki eğitim kademelerindeki başarısını da boylamsal olarak olumlu etkilediği tespit edilmiştir (Şad, 2012; Weber, 2010). Araştırma bulguları, aile katılımının öğrencilerin okula devamını arttırdığını, öğrencilerin okula ve öğrenmeye karşı olumlu tutum geliştirdiklerini göstermektedir. Aile katılımıyla ortaya çıkan sosyal destek aracılığıyla öğrencilerin duyuşsal ve davranışsal olarak okula bağlılıkları artmaktadır. Ayrıca okul ile sürekli iletişim içinde olan ailelerin, yeterli iletişim içinde olmayan ailelere göre okul-aile işbirliği konusunda daha olumlu tutum sergiledikleri görülmektedir (Özgan ve Aydın 2010).

Ev ödevlerini de kapsayan aile katılımı çalışmalarının özellikle ilkokul döneminde kritik bir öneme sahip olduğu söylenebilir. Eccles ve Harold (1993) tarafından yapılan araştırmada ailenin eğitime katılımının, küçük çocuklar için temel eğitimde/ilkokulda daha güçlü ve daha olumlu olduğu tespit edilmiştir. Son yıllarda, eğitimciler ve eğitimde politika yapıcılar tarafından öğrencinin okul başarısında önemli rol oynayan faktörlerden biri olan aile katılımı çalışmaları üzerinde önemle durulmaktadır (Graue ve Brown, 2003). Domina (2005) tarafından yapılan araştırmada aile katılımının öğrencilerin akademik başarılarını desteklediği ve istedik davranışlar sergileme eğilimlerini arttırdığı ortaya konulmuştur. Bundan dolayı, eğitim öğretim uygulamalarına ilişkin yönetmeliklerde, eğitimde program dışı etkinliklerin uygulama sürecine ailelerin katılımını özendirilen düzenlemelere yer verilmesi oldukça önemlidir.

Okulun; toplum, aile, okul ve sınıf gibi sosyal yapıların içinde yer aldığı, sosyo-ekonomik koşullar ve kültürden etkilendiği göz önünde bulundurulduğunda, okullarda aile katılımı, ailelerin sosyo-ekonomik koşulları ve okul kültüründen etkilenmektedir (Pala-Günkan, 2007). Alan yazındaki aile katılımına ilişkin araştırmaların çoğunda, Türkiye’de aile katılımının yeterli düzeyde olmadığı sonuçları yer almaktadır (Saban ve Şeker, 2010; Kıvrak ve Yıldırım, 2020). Domina (2005) tarafından yapılan araştırmada alt sosyo-ekonomik düzeydeki aile katılımı çalışmalarının çocuğun gelişim ve başarısında oldukça önemli görüldüğü ortaya konulmuştur. Yukarıda alan yazın tarafından öğrencilerin ödev motivasyonları ile aile katılımı arasında bir bağ olduğu ortaya konulmuştur. Öğrencilerin ödev motivasyonları ile aile katılımı arasındaki ilişkinin temel eğitimde çok daha önemli olduğuna da dikkat çekilmiştir. Alan yazında aile katılımının, ailelerin sosyo-ekonomik özellikleri bağlamında çocukların ödev motivasyonlarını inceleyen çalışmaya rastlanamamıştır. Bundan dolayı aile katılımıyla çocuklarının ödev motivasyonlarının ilişkili olup olmadığı merak edilen bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu araştırmanın sonuçlarının, ailelerin sosyo-ekonomik statülerinin aile katılımına ve çocuklarının ödev motivasyonlarının etkisini ortaya koyarak, üst düzey eğitim yöneticilerine, okul yöneticilerine, öğretmenlere ve velilere geçerli ve güvenilir veri sağlayacağı öngörülmektedir. Bu araştırmanın genel amacı, sosyo-ekonomik değişken bağlamında Rize ili ilkokul 4. sınıf öğrencilerinin ödev motivasyonları ile aile katılımı arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Bu temel amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır;

1. Rize ili ilkokul 4. sınıf öğrencilerinin ödev motivasyonları nasıl bir dağılım göstermektedir?

2. Rize ili ilkokul 4. sınıf öğrencilerinin aile katılımı nasıl bir dağılım göstermektedir?

3. Rize ili ilkokul 4. sınıf öğrencilerinin ödev motivasyonları ile aile katılımı puanları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

YÖNTEM

Araştırma Modeli

Bu araştırmada, ilkokul 4. sınıf öğrencilerinin ödev motivasyonları ile aile katılımı çalışmalarının farklı değişkenler açısından incelenmesi amaçlandığı için araştırma, nicel araştırma deseninde planlanmıştır. Araştırmada var olan bir duruma müdahale edilmeden olduğu gibi betimlemek amaçlandığı için tarama modelinde yapılmıştır (Karasar, 2015).

Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın iki evreni bulunmaktadır. 2020-2021 öğretim yılında Rize ili ve merkez ilçelerinde bulunan farklı sosyo-ekonomik statüdeki aileler ve bu ailelerin ilkokul 4. sınıfta eğitim gören çocuklarının tamamı araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Rize ilinde 4. sınıf şube sayısı 218 ve şubelerde toplam 4067 4. sınıf öğrencisi bulunmaktadır. Örneklem grubunu ise bu evrenden seçilen farklı sosyo-ekonomik statüdeki öğrencilerin eğitim gördüğü ilkokul 4. sınıf öğrencileri arasından küme örnekleme tekniği ile belirlenen ilkokul 4. sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Farklı sosyo-ekonomik statüdeki okullara 800 aile ve öğrenci formu ulaştırıldığı halde Covid-19 süreci nedeniyle aile ve öğrencilere ulaşımında sorunlar yaşanması nedeniyle toplamda 710 öğrenci, 721 ailenin görüşlerinden araştırmanın verileri elde edilmiştir. Tablo 1’de, örneklem grubuna ilişkin demografik özelliklere yer verilmiştir.

Tablo 1. Ailelerin demografik özellikleri

Değişken	Gruplar	f	%
Çocuk Sayısı	1	500	69.3
	2	185	25.7
	3	36	5.0
Cinsiyet	Kadın	507	70.3
	Erkek	214	29.7
Yakınlık Düzeyi	Anne	508	70.5
	Baba	210	29.1
	Diğer	3	0.4
Çocuğunun Cinsiyeti	Kız	373	51.7
	Erkek	348	48.3
Medeni Durumu	Birlikte	692	96.0
	Boşanmış	25	25.0
	Ayrı Yaşıyor	4	0.6
Yaş	20-29	15	2.1
	30-39	357	49.5
	40-49	310	43.0
	50 ve üzeri	39	5.4
Eğitim Durumu	İlkokul/Ortaokul Mezunu	243	33.7
	Lise Mezunu	204	28.3
	İki Yıllık Üniversite Mezunu	110	15.3
	Dört Yıllık Üniversite Mezunu	131	18.2
	Yüksek Lisans-Doktora	33	4.6
Sosyo-Ekonomik Düzeyi	Alt	179	24.8
	Orta	239	33.1
	Üst	303	42.0

Tablo 2. Öğrencilerin demografik özellikleri

Değişken	Gruplar	f	%
Cinsiyet	Kız	387	54.5
	Erkek	323	45.5
Sosyo-Ekonomik Düzeyi	Alt	194	27.3
	Orta	213	30.0
	Üst	303	42.7

Veri Toplama Araçları

Bu çalışmada veriler iki farklı ölçme aracı kullanılarak toplanmıştır. Bunlar, Ahioğlu-Lindberg ve Oğuz tarafından (2016) geliştirilen “İlköğretimde Okul ve Aile İşbirliği-Veli Formu” ve “Ödev Motivasyonu ve Ödev Stilleri Belirleme Ölçeği”dir. Sheldon ve Epstein (2007) tarafından geliştirilen ve Ahioğlu-Lindberg ve Oğuz (2016) tarafından Türkçeye uyarlanan “İlköğretimde Okul ve Aile İşbirliği-Veli Formu” 11 boyut ve 95 maddeden oluşmaktadır. 7. boyut; 8, 9 ve 11. boyuttaki tüm alt soruları kapsamaktadır. Aile Katılımı Veli Formunda, anne-babaların okul-veli iletişimi, okul iklimi, aile katılımı, anne-babanın sorumlulukları, aile desteği ile aileler arası iletişim konularına yönelik tutumları değerlendirilmektedir. “Ödev Motivasyonu ve Ödev Stilleri Belirleme Ölçeği”, Hong ve Milgram (1996, 1998, 2001) tarafından geliştirilmiş olup İflazoğlu (2005) tarafından uyarlanmıştır. 6 temel boyut ve 21 alt boyuttan oluşan ölçeğin Türkiye’deki geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları İflazoğlu (2005, 2007) tarafından yapılmıştır. Uyarlama çalışmaları sonunda ölçek 4 temel ve 9 alt boyuttan oluşmaktadır.

Verilerin Analizi

Ödev Motivasyonu ve Ödev Stilleri Belirleme Ölçeği ve İlköğretimde Okul ve Aile Katılımı-Veli Formunda çoktan seçmeli sorulardan elde edilen veriler, IBM 24 SPSS programı ile analiz edilmiştir. Bu süreçte ailelerin görüşlerine ilişkin ortalama puanlar ve standart sapma değerleri hesaplanmıştır. Ortalama puanların ailelerin çocuklarının cinsiyeti açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemede bağımsız t-testi kullanılmıştır. Ailelerin görüşlerinin, ailelerin sosyo-ekonomik düzeyine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemede ANOVA testi kullanılmıştır. 4. sınıf öğrencilerinin ödev motivasyonlarına ilişkin ortalama puanlar ve standart sapma değerleri hesaplanmıştır. Ortalama puanların öğrencilerin cinsiyeti açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemede bağımsız t-testi kullanılmıştır. Öğrencilerin ödev stillerinin sosyo-ekonomik

düzye açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemede ANOVA testiyle analiz edilmiştir. Öğrencilerin ödev motivasyonu ile aile katılımları arasındaki ilişki pearson korelasyon katsayısıyla hesaplanmıştır.

BULGULAR

Tablo 3. Ödev motivasyonu ve ödev stilleri alt boyutlarına ilişkin betimsel sonuçlar

	N	\bar{x}	ss
Motivasyon kaynağı	710	14.37	5.15
Organizasyon	710	12.00	4.03
Algısal fiziksel	710	15.46	5.11
Sosyolojik uyaran	710	19.51	4.95

Tablo 3’de, öğrencilerin ödev motivasyonu ve ödev stillerinde en düşük ortalama puanın (\bar{x} =12.00, ss=4.03) ‘organizasyon’ ve en yüksek ortalama puanın ise (\bar{x} =19.51, ss=4.95) ile ‘sosyolojik uyaran’ olduğu söylenebilir. Bu sonuçlara göre, öğrencilerin motivasyonu organizasyon boyutunda en alt düzeyde gerçekleşirken sosyolojik uyaran boyutunda en üst düzeyde gerçekleşmektedir.

Tablo 4. Aile katılımı alt boyutlarına ilişkin betimsel sonuçlar

Değişken	N	\bar{x}	ss
Okul- veli iletişimi	721	1.62	.48
Okul- veli ilişkisi	721	1.56	.53
Veli katılımı	721	1.80	.51
Anne-babanın sorumluluğu	721	1.41	.41
Aile desteği	721	1.68	.50
Aileler arası iletişim	721	1.93	.68

Tablo 4’de, aile katılımında en düşük ortalama puanın (\bar{x} =1.41, ss=.41) ile ‘anne-babanın sorumluluğu’ alt boyutuna ait olduğu görölmektedir. Bu sonuca göre, anne-babaların aile katılımı bağlamında sorumluluklarını yeterince yerine getirmedikleri söylenebilir. En yüksek ortalama puanın ise (\bar{x} =1.93, ss=.68) ile ‘aileler arası iletişim’ alt boyutuna ait olduğu görölmektedir. Bu sonuçlara göre, anne-babanın sorumluluğu alt boyutunda aile katılımı en alt düzeyde gerçekleşirken aileler arası iletişimde en üst düzeyde gerçekleşmektedir.

Tablo 5. Öğrencilerin ödev stillerinin sosyo-ekonomik düzeyine göre ANOVA sonuçları

Değişken		KT	sd	KO	F	p
Organizasyon	Gruplar arası	2.675	2	1.337	.082	.921
	Gruplar içi	11540.32	707	16.323		
	Toplam	11543.00	709			
Motivasyon kaynağı	Gruplar arası	227.952	2	113.976	4.324	.014*
	Gruplar içi	18634.89	707	26.358		
	Toplam	18862.84	709			
Sosyolojik uyaran	Gruplar arası	89.399	2	44.700	1.825	.162
	Gruplar içi	17319.86	707	24.498		
	Toplam	17409.26	709			

p<.05

Tablo 5 incelendiğinde öğrencilerin ödev stillerinin, öğrencilerin sosyo-ekonomik düzey değişkenine göre organizasyon alt boyutunda istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermemektedir [$F_{(2-707)} = .082$, p>.05]. Motivasyon kaynağı alt boyutunda istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermektedir [$F_{(2-707)} = 4.324$, p<.05]. Sosyolojik uyaran alt boyutunda istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermemektedir [$F_{(2-707)} = 1.825$, p>.05].

Tablo 6. Ailelerin eğitim seviyesi değişkenlerine göre aile katılımı ANOVA sonuçları

Değişken		KT	sd	KO	F	p
Okul-aile iletişimi	Gruplar arası	1.624	4	.406	1.701	.148
	Gruplar içi	170.896	716	.239		
	Toplam	172.521	720			
Okul-aile ilişkisi	Gruplar arası	.699	4	.175	.613	.653
	Gruplar içi	203.914	716	.285		
	Toplam	204.613	720			
Aile katılımı	Gruplar arası	3.672	4	.918	3.541	.007*
	Gruplar içi	185.640	716	.259		

	Toplam	189.312	720			
Anne-babanın sorumluluğu	Gruplar arası	.614	4	.154		
	Gruplar içi	123.957	716	.173	.887	.471
	Toplam	124.571	720			
Aile desteği	Gruplar arası	.569	4	.142		
	Gruplar içi	182.526	716	.255	.558	.693
	Toplam	183.096	720			
Aileler arası iletişim	Gruplar arası	4.345	4	1.086		
	Gruplar içi	331.677	716	.463	2.345	.053
	Toplam	336.022	720			

p<.05

Tablo 6 incelendiğinde ailelerin eğitim seviyesi değişkenine göre okul-aile iletişimi alt boyutunda anlamlı bir farklılık göstermemektedir [$F_{(4-716)} = 1.701, p > .05$]. Okul-aile ilişkisi alt boyutunda anlamlı bir farklılık göstermemektedir [$F_{(4-716)} = .613, p > .05$]. Aile katılımında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermemektedir [$F_{(4-716)} = 3.541, p < .05$]. Anne-babanın sorumluluğu alt boyutunda anlamlı bir farklılık göstermemektedir [$F_{(4-716)} = .887, p > .05$]. Aile desteği alt boyutunda anlamlı bir farklılık göstermemektedir [$F_{(4-716)} = .558, p > .05$]. Aileler arası iletişim alt boyutunda anlamlı bir farklılık göstermemektedir [$F_{(4-716)} = 2.345, p > .05$].

Tablo 7. Ödev motivasyonu ile aile katılımı ANOVA sonuçları

Değişken		KT	sd	KO	F	p
Aile katılımı	Gruplar arası	217.028	50	4.341		
	Gruplar içi	2752.396	659	4.177	1.039	.403
	Toplam	2969.424	709			

p<.05

Tablo 7 incelendiğinde öğrencilerin ödev motivasyonu ile aile katılımı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır [$F_{(50-659)} = 1.039, p > .05$].

Tablo 8. Aile katılımı ile çocuklarının ödev motivasyonu arasında korelasyon analiz sonuçları

		Aile Katılım	Motivasyon Ölçeği
Spearman's rho	Aile Katılım	Korelasyon Katsayısı	1.000
		Sig. (2-tailed)	-
		N	721
Motivasyon Ölçeği	Motivasyon	Korelasyon Katsayısı	.054
		Sig. (2-tailed)	.150
		N	710

p<.05

Tablo 7 incelendiğinde aile katılımıyla çocuklarının ödev motivasyonları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Farklı sosyo-ekonomik statüdeki ailelerin ilkokullarda aile katılımına ilişkin görüşlerinde ortalama puanların incelendiği bu çalışmada, dikkat çekici sonuçlara ulaşılmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre: okul-aile iletişimi ve okul ikliminin orta düzeyde, aile katılımı, anne-babanın sorumluluğu ve aile desteğinin düşük düzeyde ve aileler arası iletişimin orta düzeyde olduğu görülmektedir. Ailelerin eğitim seviyesine göre aile katılımının arttığı görülmektedir.

Alanyazın incelendiğinde, okul-aile işbirliğinin istenilen düzeyde gerçekleşmediği görülmektedir. Araştırmalardan elde edilen sonuçlar, bu durumun aile katılımının öğrencilerin okul ve yaşam başarısındaki önemini göz ardı edilmesinden kaynaklandığını ortaya koymaktadır (Hornby ve Lafaele, 2011). Öte yandan aile katılımı, bir aile sorumluluğu olarak algılanmamaktadır (Kaya ve Bacanlı, 2016). Ailelerin geçmişteki okul yaşantılarının olumsuz olması, aile katılımını azaltan faktörler arasında yer almaktadır (Jones, 2001). Ayrıca okul yöneticileri ve öğretmenlerin velilere yeterince ilgi göstermemesi, velilerin işlerinin yoğunluğu ve eğitim düzeylerinin düşük olması gibi faktörler, okula aile ilgisini azaltmaktadır (Anthony, 2008). Aile katılımına ilişkin çalışmaların çoğunda, okul-aile işbirliğinin yeterli düzeyde olmadığı bulguları yer almaktadır (Çıkar, 2019; Saban ve Şeker, 2010; Kıvrak ve Yıldırım, 2020).

Erdoğan ve Demirkasımoğlu (2010) ve Hornby ve Lafaele (2011), okula aile katılımını engelleyen faktörler arasında aile, öğretmen ve okul çalışanlarının aile katılımı ile ilgili bilgilerinin yetersiz olmasını göstermektedir. Benzer şekilde Çakar (2017), Goodall ve Montgomery (2014), Moroni vd.'nin (2015) yaptıkları çalışmalarda,

ailelerin çocuklarının öğrenmelerini nasıl destekleyeceklerini bilememeleri nedeniyle aile katılımı çalışmalarına katılmakta isteksiz oldukları bulgularına yer vermektedir. Crites (2008) ve Hornby ve Lafaele (2011) yaptıkları çalışmalarda, ailelerin ve öğretmenlerin aile katılımının önemine yeterince inanmıyor olmalarının da aile katılımı çalışmalarına ilgiyi azalttığını belirlemiştir. Epstein (2008), öğretmenlerin, ailelerin ve öğrencilerin aile katılımının önemine inanmadığı sürece, aile katılımı çalışmalarının uygulanabilirliğinin azalacağını ve etkilerinin daha sınırlı kalacağını belirtmektedir.

Farklı sosyo-ekonomik statüdeki ilkokullardaki öğrencilerin ödev motivasyonuna ilişkin görüşlerinde ortalama puanların incelendiği bu çalışmada, dikkat çekici sonuçlara ulaşılmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre öğrencilerin ödev stilleri ve motivasyonlarının sosyolojik uyaran, motivasyon, algısal, organizasyon, yerleşim türüne ve cinsiyete göre değişmediği görülmektedir. Öğrencilerin ödev motivasyonlarının sosyo-ekonomik düzeye göre farklılık gösterdiği görülmektedir. Öğrencilerin aile katılımı ile ödev motivasyonları arasında ise bir ilişki bulunmamıştır.

İyiöz (2019) tarafından yapılan araştırmanın sonuçları, öğrencilerin ödev yönetim stratejilerinden çevre, zaman, dikkat dağılıklığı ile başatma, dikkati odaklama stratejilerini etkin bir şekilde uygulayabilmelerine karşın öğrencilerin motivasyon stratejilerini orta düzeyde ve duygu kontrol stratejilerini düşük düzeyde uygulayabildikleri ortaya koymaktadır. Bu çalışmada, öğrencilerin ödev amaçlara yüksek düzeyde sahip oldukları, ödev ilgi düzeyleri, ödev tamamlama düzeyleri, öğretmen geri bildirim, algılanan ödev tutum ve başarı düzeylerinin yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir. Cinsiyet ve ödev tamamlama, ödev ilgi, algılanan ödev başarı ve tutum arasında anlamlı bir fark belirlenmiştir. Sosyo-ekonomik düzey ile sadece çevre ve duygu kontrol stratejileri ile öğrenen odaklı ödev amaç arasında anlamlı bir fark olduğu anlaşılmıştır.

Hizmetçi (2007) tarafından yapılan araştırmanın sonuçları, öğrencilerin büyük bir kısmının; aileleri ve öğretmenleri tarafından motive edilmeyi, ödev yaparken bir şeyler atıştırmayı ve ödev yapma ortamında fazla ışığı tercih ettikleri belirlenmiştir. Ayrıca çoğu öğrencinin çalışırken yanlarında otorite figürünün olmasını, yapılandırılmış ödevleri ve akranlarıyla çalışmayı tercih ettikleri görülmüştür. Öğrencilerin ödev stilleri ile akademik başarıları arasındaki ilişki; motivasyon, atıştırmaya, görsel ve yapılandırma alt faktörleri açısından anlamlı bulunmuştur. Ödev stilleri ile algılanmış ödev başarısı ve tutumu, cinsiyet ve sosyo-ekonomik düzey arasında motivasyon, dokunsal, yapılandırma, görsel ve otorite figürü alt faktörlerinde istatistiksel olarak farklılaşmalar olduğu tespit edilmiştir.

İflazoğlu-Saban ve Arslanhan (2015) tarafından yapılan araştırmanın sonuçları, öğrencilerin algısal öğrenme stillerinden en çok işitsel öğrenme stilini tercih ettiklerini, öğrenme sırasında yüksek motivasyon düzeyine sahip olduklarını, farklı yolları kullanmayı ve ılık ya da serin bir ortamda çalışmayı tercih ettiklerini ortaya koymaktadır. Öğrencilerin çoğunun algılanmış başarı ve ödevle ilişkin tutumlarının orta düzeyde olduğu gözlenmiştir. Ödev sürecinde, öğrencilerin büyük bir kısmının kendileri, aileleri ve öğretmenleri tarafından motive edilmeyi ve dokunsal ödevleri tercih ettikleri görülmüştür.

Baynazoğlu (2018) tarafından yapılan araştırmanın sonuçları, sınıf öğretmenlerinin ev ödevlerinin öğrencilerin akademik başarısını artırdığı görüşünde olduğunu ortaya koymaktadır. Duban (2016) tarafından yapılan araştırmanın sonucunda, sınıf öğretmenlerinin ev ödevi vermenin öğrencinin akademik başarısını artırdığı tespitidir.

KAYNAKÇA

- Ahioğlu-Lindberg, E. N. ve Oğuz, K. (2016). İlkokul ve ortaokullarda aile katılımı: Bir geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Journal of Human Sciences*, 13(3), 4135-4151.
- Anthony, C. M. (2008). *Parental involvement: An examination of barriers, perceptions, and strategies that effect the relationship between parent and school* (Unpublished doctoral dissertation). Walden University, College of Education.
- Baynazoğlu, L. (2018). Sınıf öğretmenlerinin ev ödevleri hakkındaki görüşlerinin incelenmesi. *Milli Eğitim*, 48(221), 51-71.
- Bursuck, W. (1994). Introduction to the special serious on homework. *Journal of Learning Disabilities*, 27(8), 466-469.
- Cooper, H. (2001). *The battle over homework: Common ground for administrators, teacher, and parents*. Thousand Oaks, CA: Corwin Press.
- Crites, C. V. (2008). *Parent and community involvement: A case study* (Unpublished doctoral dissertation). Liberty University, Lynchburg, VA.
- Çakır, E. (2017). *Ortaokullarda aile katılımına yönelik okul müdürlerinin görüşlerinin değerlendirilmesi (Karaman ili örneği)* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi) <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> adresinden edinilmiştir.
- Çıkar, İ. (2019). *İlkokul ve ortaokul düzeyinde aile katılımının veli görüşleri doğrultusunda incelenmesi: Van ili örneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi) <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> adresinden edinilmiştir.

- Domina, T. (2005). Leveling the home advantage: Assessing the effectiveness of parental involvement in elementary school. *Sociology of Education*, 78(3), 233-233.
- Duban, N. (2016). Sınıf öğretmenlerinin ev ödevleri hakkındaki görüşleri. *International Journal of Education Technology and Scientific Researches*, 1(1), 55-67.
- Eccles, J. S., & Harold, D. H. (1993). Parent-school involvement during the early adolescent years. *Teachers College Record*, 94(3), 568-87.
- Epstein, J. L. (2008). Improving family and community involvement in secondary schools. *Principal Leadership*, 8(2), 16-22.
- Erdoğan, Ç. ve Demirkasimoğlu, N. (2010). Ailelerin eğitim sürecine katılımına ilişkin öğretmen ve yönetici görüşleri. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 16(3), 399-431.
- Goodall, J., & Montgomery, C. (2014). Parental involvement to parental engagement: A continuum. *Educational Review*, 66(4), 399-410.
- Graue, E., & Brown, C. P. (2003). Preservice teachers' notions of family and schooling. *Teaching and Teacher Education*, 19(7), 719-735.
- Hallam, S. (2004). Current findings-homework: The evidence. *British Educational Research Association Research Intelligence*, 89, 27-29.
- Hizmetçi, S. (2007). *İlköğretim 5. sınıf öğrencilerinin ödev stilleri ile akademik başarıları arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi) <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> adresinden edinilmiştir.
- Hornby, G., & Lafaele, R. (2011). Barriers to parental involvement in education: An explanatory model. *Educational Review*, 63(1), 37-52.
- İflazoğlu-Saban, A. ve Arslanhan, Ş. (2015). İlköğretim 5. sınıf öğrencilerinin öğrenme stilleri ile ödev stilleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(40), 540-547.
- İflazoğlu-Saban, A. (2007). A study of the validity and reliability study of the homework purpose scale: A psychometric evaluation. *Measurement*, 46(10), 4306-4312
- İyiöz, D. (2019). *Öğrencilerin ödev amaçları ile algılanan başarı ve tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi) <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> adresinden edinilmiştir.
- Jones, R. (2001). Involving parents is a whole new game: Be sure you win! *The Education Digest*, 6(3), 36-43.
- Karasar, N. (2015). *Bilimsel araştırma yöntemi* (28. Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Katz, I., Kaplan, A., & Buzukashvily, T. (2011). The role of parents motivation in students autonomous motivation for doing homework. *Learning and Individual Differences*, 21(4), 376-386.
- Kaya, Ö., & Bacanlı, H. (2016). Eğitim yaşantısına ebeveyn katılım algısını açıklamaya yönelik bir model geliştirme. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 31(2), 410-423.
- Keith, T. Z., & Keith, P. B. (2006). Homework. In G. G. Bear & K. M. Minke (Eds.), *Children's Needs III: Development, Prevention, and Intervention* (pp. 615-629). Washington, DC: National Association of School Psychologists.
- Kıvrak, Z., & Yıldırım, K. (2020). Öğretmenlerin gözünden birinci sınıf öğrencilerin okuma ve yazma becerilerini öğrenim süreçlerine ailelerin katılımı. *Ana Dili Eğitimi Dergisi*, 8(2), 447-468.
- McGee, C. (2007). *A descriptive study of teacher and parental attitudes towards parent involvement at an elementary school in Delaware* (Unpublished doctoral dissertation). Wilmington University, Delaware.
- Moroni, S., Dumont, H., Trautwein, U., Niggli, A., & Baeriswyl, F. (2015). The need to distinguish between quantity and quality in research on parental involvement: The example of parental help with homework. *Journal of Educational Research*, 108(5), 417-431. <https://doi.org/10.1080/00220671.2014.901283>
- Pala-Günkan, H. E. (2007). *Ailenin ilköğretim öğrencilerinin eğitimi üzerindeki etki düzeyinin belirlenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi) <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> adresinden edinilmiştir.
- Rinashe, H. M. (1997). Parental involvement in the education of children with special needs. *Zimbabwe Bulletin of Teacher Education*, 5(2), 20-27.
- Saban, A. İ. ve Şeker, M. (2010). İlköğretim 5. sınıf öğrencilerinin performans görevlerindeki başarıları ile ailelerinin eğitim öğretim çalışmalarına katılım düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(3), 361-390.
- Strother, D. B. (1984). Homework: Too much, just right, or not enough? *Phi Delta Kappan*, 65(6), 423-426.
- Şad, S. N. (2012). Investigation of parental involvement tasks as predictors of primary students' Turkish, math and science/technology achievements. *Eurasian Journal of Educational Research*, 48, 173-196.
- Weber, A. (2010). Can family involvement improve educational outcomes in developing countries? <http://hdl.handle.net/10419/37533>
- Woolfolk Hoy, A. (2015). *Eğitim psikolojisi* (Çev. Edt. Duygu Özen). İstanbul: Kaknüs Yayınevi.

İLKÖĞRETİM OKULLARINDA GÖREV YAPAN ÖĞRETMENLERİN ÖRGÜTSEL BAĞLILIKLARI ALGILARININ İNCELENMESİ

Figen YAMAN LESİNGER,
Kıbrıs Sağlık ve Toplum Bilimleri Üniversitesi, Güzelyurt, KKTC
0000-0002-9556-4305

Gamze PELER ŞAHOĞLU,
Kıbrıs Sağlık ve Toplum Bilimleri Üniversitesi, Güzelyurt, KKTC
0000-0003-4609-9109

Behcet ÖZNACAR,
Yakın Doğu Üniversitesi, Lefkoşa, KKTC

ÖZET

Bir ülkenin geleceği, yetişmekte olan nesillerin eğitime bağlıdır. Ancak eğitimle ülkemizin gelişmesine ve daha refah düzeyine gelmesini sağlayabiliriz. Buradaki en büyük sorumluluk ise öğretmenlerimize aittir. Öğretmenlerimizin daha hevesli, azimli ve üretken olması örgütsel bağlılıklarına bağlıdır. Çalışmada KKTC İlköğretim Okullarında görev yapan öğretmenlerin örgütsel bağlılıklarının eğitim kurumlarının amaçları doğrultusunda olup olmadığı incelenmekte ve bireylerin demografik ve mesleki özelliklerinin örgütsel bağlılıkları üzerinde etkisi olup olmadığı araştırılmıştır. Bu amaçla KKTC'deki ilköğretim okullarında görev yapan öğretmenler seçilmiştir. Öğretmenlere ilgili anket formundaki sorular sorulmuştur.

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada öğretmenlerin demografik özelliklerinin, örgütsel bağlılık tutumları arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmadığı ancak öğretmenlerin ekonomik kaygı ve beklentilerinin örgütsel bağlılıklarını önemli derecede etkilediği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Öğretmen Adanmışlığı, Örgütsel Bağlılık, Demografik Özellik.

ABSTRACT

The future of a country depends on the education of the next generation. However, with education, we can ensure that our country develops and becomes more prosperous. The biggest responsibility here belongs to our teachers. In the study, it is examined whether the organizational commitment of teachers working in TRNC Primary Schools is in line with the aims of educational institutions and whether the demographic and professional characteristics of individuals have an effect on their organizational commitment. For this purpose, teachers working in primary schools in TRNC were selected. Teachers were asked questions in the relevant questionnaire form.

Qualitative research method was used in this study. In the study, it was seen that there was no statistically significant difference between teachers' demographic characteristics and organizational commitment attitudes, but teachers' economic concerns and expectations significantly affected their organizational commitment.

Key Words: Teacher Dedication, Organizational Commitment, Demographic Feature

GİRİŞ

Eğitim örgütlerindeki etkinlik seviyesi birden fazla unsura bağlı olmanın yani sıra içerisindeki en önemli olanlar öğrenme faaliyetindeki yönetici, öğrenci, öğretmen öğelerinin birbiri ile olan etkileşimidir. Yani okulun etkililiği öğretmen faktörünün, eğitim kurumuna, öğrencilere, meslek arkadaşlarına bağlılığını olumlu yönde etki edebilmektedir.

Eğitim örgütünün bulunduğu birçok ülkede eğitiminin önemi ile ileriye yönelik yapılacak yeniliklere ağırlık verilmesine rağmen, her geçen gün eğitim sistemindeki problemlerin giderek çoğaldığı görülmektedir. Bu problemlerin ortaya çıkmasında, eğitim sistemimizde aktif olarak görev yapmakta olan öğretmenlerin kuruma olan bağlılıkları ile ilgisi olduğu söylenebilir.

Örgüte bağlılık, nispeten sürekli bir temelde çalışan iki veya daha fazla insana dayanan bilinçli bir şekilde sosyal birimi koordine eder, örgütsel davranış teorisyenleri olan Robbins, Judge ve Canizal (2010), "örgütsel davranış bireysel varyasyonların, grup dinamiklerinin ve organizasyon yapısının yapabileceği etkileri araştırmanın bir disiplini olarak örgüte bağlılık bağlamında davranışa sahipse, bu tür araştırmaları uygulamanın amacı örgüte bağlılığın 'etkililiğini' iyileştirmektir.

Örgütsel bağlılık tanımlarını genel çerçevede inceleyecek olursak, çalışan personelin kurum içi yatırımları, farklı davranış çeşitlerine odaklanması ile kurumun misyon ve vizyon sistemiyle etkileşim içine girmesidir (Uludağ, 2018). Eğitim alanındaki kuruma bağlılık ise öğretmenlerin verimli ve motivasyon seviyesi yüksek bir şekilde görev yapabilmeleri için kuruma, mesleğine ve öğrencilerine aidiyet hissetmesidir (Tan, 2017). Örgütsel bağlılık seviyesi ne kadar yüksek ise, öğretmenin iş hayatına karşı hissiyatı, motivasyon ve iş veriminin de o kadar fazla olacağı düşünülmektedir. Yorulmaz ve Çelik (2016)'e göre ise öğretmenlerin örgütsel bağlılık seviyelerinin az olması okula gelmek istememelerine neden olabileceği gibi okul etkililiğini de değiştirecektir. Örgütsel bağlılığı

yüksek olmayan eğitimciler, çalışma koşullarında engel teşkil eden davranış gösterdiği gibi kurumun eğitim amacından farklı bir yöne ayrılmasına sebep olabilmektedir. Bu şekildeki olumlu olmayan davranışları zamanında kontrol altına alabilmek ya da fark edebilmek mümkün olmayabilir.

Örgüte bağlı olan bir ortamda çalışanlar görünüşleri, yetenekleri ve biyografikleri açısından farklılık gösterir. Biyografik farklılıklar, çalışanların yaş, cinsiyet, uyruk ve iş deneyimi gibi kişisel özelliklerini içerir.

Örgütsel bağlılık, Nazir ve arkadaşları (2016) tarafından şöyle açıklanmıştır; “Çalışanların kendilerini organizasyonlarının hedefleri ile özdeşleştirmelerine yardımcı olan ve organizasyonlarının üyeliğini sürdürmek isteyen yeni bir ruh hali olarak tanımlanan hayati tutumlardan biri olduğu içindir. Örgütsel bağlılık, çalışanları örgütsel norm, kültür, kurallar ve düzenlemelerin koşulsuz kabulüne yönlendirebilecek sağlam bir inançtır; çalışanların organizasyon adına önemli çabalar gösterme istekliliği örgüte bağlılık ve çalışana organizasyonda istihdamı sürdürmek için yoğun bir arzu aşılama yardımcı olur.”

Örgütsel bağlılık çeşitli şekillerde kavramsallaştırılmış ve ölçülmüştür, Vandenberghe, Mignonac ve Manville (2015), üç genel temayı yansıtmaya meyilli olan örgütsel bağlılığın üç bileşenli yaklaşımını vermiştir; normatif bağlılık, duygusal bağlılık ve devamlılık taahhüdü, bunların tümü genel bir örgütsel bağlılığın parçasıdır. Bu yaklaşıma göre bağlılık, bir kişiyi kuruluşuna bağlar ve böylece devamsızlık da dahil olmak üzere istenmeyen iş davranışı olasılığını azaltır. Loan (2020) da duygusal ve devamlılık bağlılığı arasında ayırım yapmakta ve “duygusal bağlılığın, çalışanların kendisini örgüte bağlılıklarını özdeşleştirmeye ve duygusal bağlılıkları varken diğer yandan devamlılık bağlılığının örgütten ayrılma ile ilişkili olarak algılanan maliyetler olduğunu” belirtmişlerdir.

Öğretmen adanmışlığı, öğretimin kalitesi, öğretmen uyumu, öğretmen katılımı, öğretmenin tükenmesi, öğretmen tutma, okullarda verimlilik ve üretkenlik, okulun örgütsel kültürü gibi kavramlarla yakın bağlantısı nedeniyle anlaşılması çok önemli bir olgudur. Öğrenci tutumları ve öğrenme çıktıları bunun için önemlidir (Rodrigues ve Carvalho-Freitas, 2016; Lui, 2019). Buna göre öğretmen adanmışlığı, eğitimin başarısı ve geleceğinin başlangıç unsuru olarak kabul edilmiştir. Aynı düşünce modelini izleyen Nguyen ve Tu (2020), adanmışlığı öğretmenlerin daha gayretle çalıştıklarını, okullarına daha güçlü bağlı olduklarını ve düşük adanmışlık düzeyine sahip öğretmenlere göre öğretim hedeflerini gerçekleştirme konusunda daha fazla istek duyduklarını güzel bir şekilde ifade etmiştir. Sonuç olarak, öğretmen adanmışlığı kavramını, boyutlarını, okullarda çalışan öğretmenlerin adanmışlık düzeyini etkileyen faktörleri kesin olarak tanımlamak değerlidir.

Örgütsel bağlılık terimi tüm toplumlarda aidiyet duygusu ile gerçekleşirken, mesleğe, düşünceye yada bir topluma bu duygu hissedilebilir. Bağlılık ise, yürekte bağlı olma hissiyatını ve hareketleri kapsayan çok yoğun bir durumdur. Kuruma bağlılık, personel ile aktif olarak görev yapmakta olduğu örgüt arasındaki etkileşimdir.

Araştırmacılar tarafından tanımlanan çeşitli örgüte bağlılık tanımları vardır. Örgüte bağlılığın nasıl kavramsallaştırıldığına önem verilmektedir. Örgüte bağlılık araştırmaları karşılaştırıldığında, organizasyonel çalışmalarda en önemli şey öğretmenler arasındaki örgüte bağlılıktır. Bağlılık kavramı hem bireysel hem de organizasyonel analiz yapmak için örgüte bağlılık araştırmasında yaygın olarak kullanılır.

Kanbur ve Ali (2020) örgütsel bağlılıkla ilgili personelin kuruma psikolojik yönden nasıl bir iletişim tarzı kullandığını, kurumla personel ilişkisini gösteren ve kuruma devamlılığı sağlayan psikolojik bir durum olarak tanımlanmaktadır. Bununla beraber, kişinin çalıştığı kurumla bütünleşmesi ve kurumun misyon ve vizyonunu kapsayan, kuruma hissettiği duygusal bağ ifade eder. Kısaca, örgütsel bağlılık kişinin kuruma ve kurumdaki görevine sadık kalması ve kurumun değerlerine inanması gibi duyguları içerir.

Örgütsel bağlılık, günümüze kadar birçok araştırmacının, örgütsel bağlılık ile ilgili farklı özellikleri ortaya çıkaran birçok proje yürüttüğü gözlemlenmektedir. Bu araştırmalar günümüzde de, hızla artmaktadır. Bunun sebeplerinin, olması gereken çalışma durumu ile ilgili, işten uzaklaşma sebebi olarak, iş doyumundan daha etkili olduğunun elde edilen bilimsel kaynaklarla gösterilmesi, kuruma bağlılık düzeyi fazla olan bireylerin, daha az olanlara oranla daha iyi performans ortaya çıkartmaları, kurumsal bağlılığın, kurumdaki faydasının olumlu bir şekli olması şeklinde sıralanmıştır.

Porter, Steers ve Mowday (1997)’e göre bağlılık; bireyler kurumla özdeşleştiklerinde ayrıca örgütsel misyon ve vizyon çizgisinde çaba harcadıklarında ortaya çıkmaktadır. Bu anlamda bağlılık üç maddeden oluşmaktadır. Bu maddeler;

- Örgütsel misyon ve vizyonu onaylama ve bunlara karşı kuvvetli bir inanma hissi hissteme,
- Örgütsel amaçların başarı ile tamamlanması yönünde daha fazla emek harcama,
- Kurum üyeliğini devami yönünde yüksek derecede istek hissetmelidir.

1.1. Problem Durumu

Tüm dünyanın eğitim konusundaki seviyesinin aşamasını gösteren temel öğelerden biridir. Eğitim örgütleri de, kişilerin yaşadıkları toplumun farklı kişilerle ilişkilerinin boyutunu aynı zamanda kişinin yaşadığı topluma ayak uydurmaktadır. Eğitimin toplum içinde çok büyük ve yüksek derecede önem ihtiva etmesi eğitimi daha ileriye götürülmesi konusunda önemli bir rol oynar. Aslında hızla gelişen eğitimin kalitesinin ve etkililik düzeyinin artırılması konusunda öncelikle öğretmenler çok büyük sorumluluk almaktadır.

KKTC’de akademik bağlamda öğretmenlerin bağlılığına ilişkin araştırmanın neden yapılması gerektiğine dair bir dizi endişe vardı. Birincisi, bağlılık, öğretmenler arasındaki bağlılığı ele alan nispeten az araştırmaya kıyasla iş ve

örgütsel çalışmalarda büyük bir ilgi görmüştür (Somech & Bogler, 2002). Bununla birlikte, öğretmen adanmışlığını yalnızca örgütsel bağlılık açısından değerlendirmek, öğretme eyleminin ayrılmaz bir parçası olan bir dizi çalışma ilişkisinin benzersizliğini ve karmaşıklığını görmezden gelmek olacaktır.

Bu çalışmayı yürütenin bir diğer göze çarpan nedeni, örgütsel bağlılık üzerine çok sayıda araştırmanın (Arjunan ve Balamurugan, 2013; Crosswell, 2006) yapılmış olması, ancak boyutlarının tanımlanmasında ve belirlenmesinde tutarsızlık olmasıdır. Sonuç olarak, okullarda ve daha geniş eğitim sistemlerinde öğretmenlerin bağlılık düzeyini etkileyen faktörler, boyutlar ve bileşenler, sınıflarda, okullarda, kurumlarda, öğrenme merkezlerinde reform ve değişimin uygulanmasına yol açan önemli bir araştırmanın odağı olmalıdır (Crosswell, 2006).

Çeşitli araştırmalar, yaş ile çalışanların bağlılığı arasında anlamlı ve olumlu bir ilişki kurdu. Örneğin, 1990'da Mathieu ve Zajac, yaş değişkeninin örgütsel bağlılıkla anlamlı pozitif korelasyona sahip olduğunu araştırdı. Araştırmacılar ayrıca, yaşlı çalışanların daha yüksek bir örgütsel bağlılığa sahip olma olasılıklarının daha yüksek olduğunu öne sürdüler, bu tür bulgular için bir iş yerinde yaşlı çalışanlardan beklentilerin kendilerini işte ayarlayabilmeleri olabilir (Khurshid, 2012).

Bir sonraki neden, çok boyutlu bir yapı olarak öğretmen adanmışlığının okula bağlılık, öğrenciye bağlılık, mesleğe bağlılık ve topluma bağlılık gibi farklı biçimlere sahip olabilmesidir. Bununla birlikte, boyutlar arasında ayırım yapmaya değer bulgular vardır. Öğretmenlerin görüşleri, değerleri, davranışları ve sıftaki performansı, dahil edilen adanmışlığın türüne bağlı olarak değişiklik gösterebileceğinden, bunları ayrı konular olarak ele almak lazımdır.

KKTC'de ilköğretim okullarında görev yapan öğretmenlerin arasındaki bağlılık düzeyinin ve derecesinin çeşitli nedenlerden dolayı farklı görülmüştür. Görünüşe göre, Cooper'ın (2009) öne sürdüğü gibi, öğretmenlerin bağlılığı iş tatmini, öğretmenlerin istihdam durumu, eğitim sertifikası, cinsiyet, öğretmenlik deneyimi vb. gibi çeşitli faktörlerden etkilenmektedir. Bununla birlikte, öğretmenler arasındaki ilişkiyi araştıran çok az çalışma vardır. Bu nedenle mevcut çalışma, KKTC'de MEB'na bağlı ilköğretim okullarında aktif olarak çalışan öğretmenlerin örgütsel bağlılık ve örgütsel sessizlik algıları arasındaki ilişkinin ortaya çıkartılması hedeflenmektedir.

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, KKTC'nde MEB'na bağlı ilköğretim okullarında aktif olarak çalışan öğretmenlerin örgütsel bağlılık algılarının belirlenmesidir.

1.3. Alt Problemler

1. KKTC MEB'na bağlı İlköğretim okullarında aktif olarak görev yapan öğretmenlerin örgütsel bağlılıkları ne düzeydedir?
2. KKTC MEB'na bağlı İlköğretim okullarında aktif olarak görev yapan öğretmenlerin örgütsel bağlılık olceğindeki alt boyutları ile öğretmenlerin *cinsiyet* değişkenine göre bir farklılık var mıdır?
3. KKTC MEB'na bağlı İlköğretim okullarında aktif olarak görev yapan öğretmenlerin örgütsel bağlılık olceğindeki alt boyutları ile öğretmenlerin *yaş* değişkenine göre bir farklılık var mıdır?
4. KKTC MEB'na bağlı İlköğretim okullarında aktif olarak görev yapan öğretmenlerin örgütsel bağlılık olceğindeki alt boyutları ile öğretmenlerin *medeni durum* değişkenine göre bir farklılık var mıdır?
5. KKTC MEB'na bağlı İlköğretim okullarında aktif olarak görev yapan öğretmenlerin örgütsel bağlılık olceğindeki alt boyutları ile öğretmenlerin *egitim duzeyi* değişkenine göre bir farklılık var mıdır?
6. KKTC MEB'na bağlı İlköğretim okullarında aktif olarak görev yapan öğretmenlerin örgütsel bağlılık olceğindeki alt boyutları ile öğretmenlerin *brans* değişkenine göre bir farklılık var mıdır?
7. KKTC MEB'na bağlı İlköğretim okullarında aktif olarak görev yapan öğretmenlerin örgütsel bağlılık olceğindeki alt boyutları ile öğretmenlerin *mesleki kidem* değişkenine göre bir farklılık var mıdır?

1.4. Araştırmanın Önemi

Örgütsel bağlılık ve iş değerleri konusunda yurtdışında birçok araştırma yapılmışken KKTC'de bu araştırmaların eğitim yönetimi alanında yaratacağı katkıları ele alan incelemelerin sayı olarak fazla olmadığı belirlenmiştir. Örgütsel bağlılık çok farklı disiplinlerde çalışılan bir konudur. Eğitim yönetimi alanında yapılan çalışmalarda örgütsel bağlılık boyutları genellikle birtakım demografik özellikler, rol ve iş özellikleri ve örgütün yapısı gibi özelliklerle ele alınmıştır. Ayrıca iş doyumu, performans, verimlilik, örgütsel vatandaşlık, kurumsal etik değerler, örgüt-birey uyumu, devamsızlık, motivasyon, işgücü devri ve işten ayrılma niyeti gibi konular örgütsel bağlılık ile birlikte ele alınan konulardır. Demografik değişkenlerin yanı sıra bireylerin değerlerinin de incelenmesi başka bir ifadeyle bireylerin duyuşsal özelliklerini temsil eden iş değerlerini de ele almak, örgütsel bağlılığı açıklamada önemli bir katkı sunacağı düşünülmektedir.

Şu ana kadar yapılan alanyazın taramasında örgütsel bağlılık konusunu ilköğretim okulu öğretmenleri açısından değerlendiren araştırmalarda sadece sınıf öğretmenlerinin örgütsel bağlılık düzeylerinin ele alındığı görülürken, sınıf ve branş öğretmenlerinin örgütsel bağlılık düzeylerini karşılaştıran herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Şu ana kadar yapılan iş değerlerine yönelik alanyazın incelemesinde uluslararası alanyazında eğitim örgütlerinde ilköğretim okullarında görev yapan öğretmenlerin iş değerlerine yönelik araştırmalarla karşılaşmakla beraber

KKTC’de bu bağlamda herhangi bir çalışmanın olmadığı görülmüştür. Bu neden doğrultusunda, öğretmenlerin iş değerlerini incelemek özellikle de örgütsel bağlılıkla olan ilişkisini ele almak adına katkı olarak düşünülmektedir. Örgütsel bağlılık konusunun kamu ilköğretim okulları açısından karşılaştırılarak ele alınacak olması da katkı olarak düşünülmektedir. Kamu ilköğretim okullarının farklı çalışma koşullarına sahip olduğu düşünüldüğünden, ilköğretim öğretmenlerinin örgütsel bağlılık ve iş değerlerini tanımlamada bu değişkenlerin katkıları incelenmektedir.

Eğitim kurumlarının görevlerinin bireyleri eğitim alanında en iyi seviyeye çıkartmak olduğu göz önüne alındığı takdirde bu kurumlarda yüksek düzeyde güdülenmiş ve yaptıkları mesleklerle özdeşleşmiş çalışanlara ihtiyaç duyulmaktadır. Büyük ölçüde güdülenmiş ve kurumlarıyla özdeşleşmiş öğretmenlerin kurumlarına yönelik geliştirdikleri tutumların ve davranışların ya da başka bir ifadeyle bir tutum davranışı olan örgütsel bağlılığın çalışanların işe ilişkin değerlerinden etkilendiği belirtilmekle beraber hem öğrencilerin başarısı hem de okulların başarısı ve etkililiğinde önemli bir yere sahip olduğu düşüncesinden hareketle bu araştırma Kıbrıs Türk Eğitim Sisteminin bu alandaki sorunlarına ışık tutmayı ve eğitim yönetimi alanyazınına katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

KKTC’de İlköğretim okullarında aktif çalışan öğretmenlerin örgütsel bağlılıkları durumlarını belirlemeye yönelik, betimsel tarama modeli uygulanmıştır. Betimsel tarama, kalabalık gruplar ile çalışılırken, gruptaki bireylerin bir olgu ve olayla ilgili görüşlerinin, tutumlarının alındığı, olgu ve olayların betimlenmeye çalışıldığı araştırmalardır (Karakaya, 2012:59).

Evren ve Örneklem

Çalışmanın evreni, 2020-2021 eğitim-öğretim yılında KKTC’de yer alan Güzelyurt, Girne ve Lefkosa ilçelerinde bulunan devlet ilköğretim okullarında görev yapmakta olan öğretmenler oluşturmaktadır. Örneklemi ise aynı ilçelerde yer alan 300 öğretmen oluşturmaktadır.

Veri Toplama Aracı

Bu araştırmada veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından hazırlanmış “Kişisel Bilgiler” ve Örgütsel Bağlılık Ölçeği, katılımcılara ait demografik özellikleri ile birlikte kullanılmıştır.

Örgütsel Bağlılık Ölçeği

Allen Meyer 1990 yılındaki çalışmalarında, daha önce geliştirdikleri ölçeğe bazı eklemeler yapılması gerektiğini belirtmiş ve normsal bağlılık kavramını da bu ölçeğe dahil etmişlerdir. Bu sayede tutumsal bağlılık, hesabi bağlılık ve normsal bağlılık yaklaşımlarının hepsini ele alan üç boyutlu ve kapsamlı bir ölçek ortaya çıkarmışlardır (Finegan, 2000; Demirkıran, 2004). Ölçek 18 maddeden ve Duygusal Bağlılık (1., 2., 3., 4., 5., 6. maddeler), Devamlılık Bağlılığı (7., 8., 9., 10., 11., 12. maddeler) ve Normatif Bağlılık (13., 14., 15., 16., 17., 18. maddeler) olmak üzere üç boyuttan oluşmaktadır. Ölçekte ifadeler Kesinlikle Katılıyorum (5), Katılıyorum (4), Kararsızım (3), Katılmıyorum (2) ve Kesinlikle Katılmıyorum (1) olmak üzere 5 aşamalı likert tipi ölçekte değerlendirilmektedir. Ölçeğin güvenilirlik değeri alfa güvenilirlik katsayısı $\alpha = 0,84$ ’tür. Kullanılan 5’li Likert ölçeği, 1’den 5’e kadar olan değerlendirme ölçeği olup beş eşit parçaya bölünmüş ve her seçeneğe karşılık gelen puan aralıkları da belirlenmiştir. Ölçek seçenekleri ile puan aralıkları aşağıda Tablo.1’de verilmiştir.

Tablo1: Ölçek Seçenekleri İle Puan Aralıkları

Seçenekler	Verilen Puanlar	Puan Aralığı
Kesinlikle Katılıyorum	5	4.20–5.00
Katılıyorum	4	3.40–4.19
Kararsızım	3	2.60–3.39
Katılmıyorum	2	1.80–2.59
Kesinlikle Katılmıyorum	1	1.00–1.79

Verilerin Analizi

Çalışmanın istatistiksel analizinde SPSS 25 paket programı kullanılmıştır. Amaçlar doğrultusunda gerçekleştirilen istatistik tekniklerinin karar verilmesinde, parametrik ve parametrik olmayan testlerin varsayımları sınanmıştır ve verilerin nonparametric olduğu belirlenmiştir. Normal dağılım varsayımı sağlanmadığı durumlarda nonparametrik testler (Kruskal Wallis ve Mann Whitney U) kullanılmıştır. Anketlerin birbiri ile ilişkisinin ölçülmesinde ise Spearman Korelasyon analizi kullanılmıştır.

BULGULAR**Tablo 3. Demografik Özelliklere Göre Elde Edilen Bulgular**

		f	%
CINSİYET	Kadın	112	37,3
	Erkek	188	62,7
YAS	21-30	4	1,3
	31-40	72	24,0
	41-50	153	51,0
	51 ve üzeri	71	23,7
KIDEM	1-5 yıl	10	3,3
	6-10 yıl	123	41,0
	11-15 yıl	152	50,7
	16-20 yıl	15	5,0
EGITIM DUZEYI	On lisans	62	20,7
	Lisans	173	57,7
	Yukse lisans	64	21,3
	Doktora	1	0,3
BRANS	Sınıf öğretmenliği	23	7,7
	Matematik	17	5,7
	Türkçe	38	12,7
	İngilizce	42	14,0
	Sosyal bilgiler	35	11,7
	Fen bilgisi	33	11,0
	Müzik	27	9,0
	Görsel sanatlar	30	10,0
	Beden eğitimi	37	12,3
	Din kültürü	18	6,0
MEDENİ DURUM	Bekar	17	5,7
	Evli	238	79,3
	Boslanmış	45	15
TOPLAM		300	100

Araştırma sonucunda elde edilen veriler doğrultusunda araştırmaya gönüllü olarak katılım gösteren katılımcıların %37,3'ü kadın, %62,7'si erkek olduğu belirlenmiştir. Ayrıca katılımcıların % 1,3'ü 21-30 yaş, %24'ü 32-40 yaş, %51'i 41-50 yaş ve %23,7'si ise 51 yaş ve üzeri olduğu tespit edilmiştir. Kıdem yılı olarak incelendiğinde 1-5 yıl arası %3,3, 6-10 yıl arası %41, 11-15 yıl arası %50,7'si ve 16-20 yıl arası %5 olarak ortaya çıkmıştır. Elde edilen veriler doğrultusunda araştırmaya katılan katılımcıların eğitim düzeyleri onlisans %20,7, Lisans %57,7, Yüksek Lisans %21,3 ve Doktora %0,3 olarak belirlenmiştir. Son olarak araştırmaya katılan öğretmenlerin %7,7'si sınıf öğretmeni, %5,7'si matematik, %12,7'si Türkçe, %14'ü İngilizce, %11,7'si sosyal bilgiler, %11'i fen bilgisi, %9'u müzik, %10'ü görsel sanatlar, %12,3'ü beden eğitimi ve %6'si din kültürü öğretmeni olarak tespit edilmiştir. Medeni durum açısından incelendiğinde ise, katılımcıların %5,7'si bekar, %79,3'ü Evli ve %15'i Boslanmış olarak belirlenmiştir.

Araştırmanın Alt Problemlerine İlişkin Bulgu ve Yorumlar

Araştırmanın birinci alt problemi olan “KKTC MEB’na bağlı İlköğretim okullarında aktif olarak görev yapan öğretmenlerin örgütsel bağlılıkları ne düzeydedir?” sorusuna ait analizler aşağıda yer alan Tablo 4’de verilmiştir.

Tablo 4. İlköğretim Okulu Öğretmenlerinin Örgütsel Bağlılık Düzeylerine İlişkin Algılarının Analizleri

Alt Boyutlar	N	X	Sd	Düzyey
Duygusal Bağlılık	300	3.14	0.38	Kararsızım
Devamlılık Bağlılığı	300	3.22	0.55	Kararsızım
Normatif Bağlılık	300	3.38	0.61	Kararsızım

Tablo 4’de ilköğretim okullarında aktif görev yapan öğretmenlerin örgütsel bağlılık düzeylerinin x, sd ve ölçek içinde yer alan düzeyleri belirtilmiştir. Öğretmenlerin her üç alt boyutta da *Kararsız* düzeyinde oldukları saptanmıştır. Bu sonuçlara göre ilköğretim okulu öğretmenlerinin örgütsel bağlılık düzeyleri negatif yönde diyebiliriz.

Araştırmanın ikinci alt problemi olan “KKTC MEB’na bağlı İlköğretim okullarında aktif olarak görev yapan öğretmenlerin örgütsel bağlılık ölçeğindeki alt boyutları ile öğretmenlerin *cinsiyet* değişkenine göre bir farklılık var mıdır?” sorusuna ait bulgular Tablo 5’de verilmiştir.

Tablo 5. İlköğretim Okulu Öğretmenlerinin Orgutsel Bağlılık Alt Boyutları ile Cinsiyet Değişkenine İlişkin Analizleri

	Alt boyutlar	Cinsiyet	n	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	z	U	p
Orgutsel Bağlılık Olcegi	Duygusal Bağlılık	Kadin	112	135.42	15167.50	-2.34	8839.50	0.01*
		Erkek	188	159.48	29982.50			
	Devamlılık Bağlılığı	Kadin	112	147.50	16519.50	-0.46	10191.50	0.64
		Erkek	188	152.29	28630.50			
	Normatif Bağlılık	Kadin	112	155.12	17373.50	-0.71	10010.50	0.47
		Erkek	188	147.75	27776.50			

Orgutsel Bağlılık Olceginin alt boyutları ile cinsiyet değişkeni arasında yapılan Mann Whitney U testi analizi sonucu Orgutsel Bağlılık alt boyutlarından *Duygusal Bağlılık* boyutunda anlamlı bir farklılık belirlenmiştir ($p < 0.05$). Orgutsel Bağlılık olceginin Duygusal Bağlılık boyutunda cinsiyete değişkeni üzerinde yapılan PostHoc testinde, cinsiyeti erkek olanların kadınlarla oranla anlamlı farklılık bulunmuştur. Cinsiyet değişkeninde duygusal Bağlılık boyutu erkeklerin lehine anlamlı farklılık saptanmıştır.

Araştırmanın uncuncu alt problemi olan “KKTC MEB’na bağlı İlköğretim okullarında aktif olarak görev yapan öğretmenlerin örgütsel bağlılık olcegindeki alt boyutları ile öğretmenlerin yaş değişkenine göre bir farklılık var mıdır?” sorusuna ait analizler Tablo 7’de verilmiştir

Tablo 7. İlköğretim Okulu Öğretmenlerinin Orgutsel Bağlılık Alt Boyutları ile Yaş Değişkenine İlişkin Analizleri

	Alt boyutlar	Yaş	n	Sıra Ort.	Ki-Kare	df	P
Orgutsel Bağlılık Olcegi	Duygusal Bağlılık	21-30	4	185.00	8.914	3	0.03*
		31-40	70	175.29			
		41-50	153	139.80			
		51 ve üzeri	73	147.27			
	Devamlılık Bağlılığı	21-30	4	218.00	20.315	3	0.00*
		31-40	70	186.29			
		41-50	153	142.52			
		51 ve üzeri	73	129.20			
	Normatif Bağlılık	21-30	4	97.75	7.577	3	0.05*
		31-40	70	132.74			
		41-50	153	162.37			
		51 ve üzeri	73	145.55			

Orgutsel Bağlılık Olceginde yer alan alt boyutlar ile yaş değişkeni arasında yapılan Kruskal Wallis analizi sonucu Orgutsel Bağlılık alt boyutlarından *Duygusal Bağlılık*, *Devamlılık Bağlılığı* ve *Normatif Bağlılık* boyutunda anlamlı düzeyde bir farklılık ortaya çıkmıştır ($p < 0.05$).

Araştırmanın dördüncü alt problemi olan “KKTC MEB’na bağlı İlköğretim okullarında aktif olarak görev yapan öğretmenlerin örgütsel bağlılık olcegindeki alt boyutları ile öğretmenlerin medeni durum değişkenine göre bir farklılık var mıdır?” sorusuna ait analizler Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8. İlköğretim Okulu Öğretmenlerinin Orgutsel Bağlılık Alt Boyutları ile Medeni Durum Değişkenine İlişkin Analizleri

	Alt boyutlar	Medeni Durum	N	Sıra Ort.	Ki-Kare	Df	P	
Orgutsel Bağlılık Olcegi	Duygusal Bağlılık	Bekar	17	192.88	6.895		0.03*	
		Evli	238	151.49				
	Devamlılık Bağlılığı	Bosanmis	45	129.26	6.583	2	0.03*	
		Bekar	17	196.85				
	Normatif Bağlılık	Evli	238	150.32	0.583		0.74	
		Bosanmis	45	133.96				
			Bekar	17	144.38			
			Evli	238	149.30			
			Bosanmis	45	159.16			

Orgutsel Bağlılık Olcegindeki alt boyutlar ile medeni durum değişkeni arasında yapılan Kruskal Wallis analizi sonucu orgutsel Bağlılık alt boyutlarından *Duygusal Bağlılık*, *Devamlılık Bağlılığı* boyutunda anlamlı farklılık ortaya çıkmıştır ($p < 0.05$).

Araştırmanın besinci alt problemi olan “KKTC MEB’na bağlı İlköğretim okullarında aktif olarak görev yapan öğretmenlerin örgütsel bağlılık ölçeğindeki alt boyutları ile öğretmenlerin *egitim düzeyi* değişkenine göre bir farklılık var mıdır?” sorusuna ait bulgular Tablo 9’de verilmektedir.

Tablo 9. İlköğretim Okulu Öğretmenlerinin Örgütsel Bağlılık Alt Boyutları ile Eğitim Düzeyi Değişkenine İlişkin Analizleri

	Alt boyutlar	Eğitim Düzeyi	n	Sıra Ort.	Ki-Kare	df	P
Örgütsel Bağlılık Ölçeği	Duygusal Bağlılık	On lisans	62	98.16	30.604	2	0.00*
		Lisans	173	168.26			
		Yüksek lisans	64	153.81			
		Doktora	1	110.50			
	Devamlılık Bağlılığı	On lisans	62	166.04	2.785	2	0.42
		Lisans	173	148.09			
		Yüksek lisans	64	141.94			
		Doktora	1	151.50			
	Normatif Bağlılık	On lisans	62	192.52	25.588	2	0.00*
		Lisans	173	131.23			
		Yüksek lisans	64	160.21			
		Doktora	1	256.50			

Örgütsel Bağlılık Ölçeğindeki alt boyutlar ile eğitim düzeyi değişkeni arasında yapılan Kruskal Wallis analizi sonucu Örgütsel bağlılık alt boyutlarından *Duygusal Bağlılık* ve *Normatif Bağlılık* boyutlarında anlamlı farklılık ortaya çıkmıştır ($p < 0.05$).

Araştırmanın altıncı alt problemi olan “KKTC MEB’na bağlı İlköğretim okullarında aktif olarak görev yapan öğretmenlerin örgütsel bağlılık ölçeğindeki alt boyutları ile öğretmenlerin *branş* değişkenine göre bir farklılık var mıdır?” sorusuna ait analizler Tablo 10’da verilmektedir.

Tablo 10. İlköğretim Okulu Öğretmenlerinin Örgütsel Bağlılık Alt Boyutları ile Branş Değişkenine İlişkin Analizleri

	Alt boyutlar	Eğitim Düzeyi	n	Sıra Ort.	Ki-Kare	df	P
Örgütsel Bağlılık Ölçeği	Duygusal Bağlılık	Sınıf öğretmenliği	23	167.28	98.149	9	0.00*
		Matematik	17	154.12			
		Türkçe	38	167.76			
		İngilizce	42	193.93			
		Sosyal bilgiler	35	160.76			
		Fen bilgisi	33	196.53			
		Müzik	27	194.61			
		Görsel sanatlar	30	121.03			
		Beden eğitimi	37	52.86			
	Din kültürü	18	67.17				
	Devamlılık Bağlılığı	Sınıf öğretmenliği	23	204.33	34.447	9	0.00*
		Matematik	17	163.41			
		Türkçe	38	115.20			
		İngilizce	42	128.73			
		Sosyal bilgiler	35	133.09			
		Fen bilgisi	33	155.53			
		Müzik	27	185.41			
		Görsel sanatlar	30	193.83			
		Beden eğitimi	37	132.77			
	Din kültürü	18	131.36				
Normatif Bağlılık	Sınıf öğretmenliği	23	195.35	70.564	9	0.00*	
	Matematik	17	177.88				
	Türkçe	38	144.95				
	İngilizce	42	128.46				
	Sosyal bilgiler	35	88.40				

Fen bilgisi	33	85.29
Muzik	27	163.93
Gorsel sanatlar	30	188.97
Beden eğitimi	37	184.50
Din kültürü	18	216.64

Orgütsel Bağlılık Ölçeğindeki alt boyutlar ile brans değişkeni arasında yapılan Kruskal Wallis analizi sonucu Orgütsel bağlılık alt boyutlarından *Duygusal Bağlılık*, *Devamlılık Bağlılığı* ve *Normatif Bağlılık* boyutlarında anlamlı bir farklılık ile sonuçlanmıştır ($p<0.05$).

Arastırmanın yedinci alt problemi olan “KKTC MEB’na bağlı İlköğretim okullarında aktif olarak görev yapan öğretmenlerin örgütsel bağlılık ölçeğindeki alt boyutları ile öğretmenlerin *mesleki kidem* değişkenine göre bir farklılık var mıdır?” sorusuna ait bulgular Tablo 11’de verilmektedir.

Tablo 11. İlköğretim Okulu Öğretmenlerinin Orgütsel Bağlılık Alt Boyutları ile Mesleki Kidem Değişkenine İlişkin Analizleri

	Alt boyutlar	Mesleki Kidem	N	Sıra Ort.	Ki-Kare	Df	P
Orgütsel Bağlılık Ölçeği	Duygusal Bağlılık	1-5 yıl	10	237.55	14.006	3	0.00*
		6-10 yıl	123	156.41			
		11-15 yıl	152	143.17			
		16-20 yıl	15	118.33			
	Devamlılık Bağlılığı	1-5 yıl	10	163.85	2.337		0.50
		6-10 yıl	123	158.23			
		11-15 yıl	152	144.85			
		16-20 yıl	15	135.53			
	Normatif Bağlılık	1-5 yıl	10	177.00	9.791		0.02*
		6-10 yıl	123	148.05			
		11-15 yıl	152	144.51			
		16-20 yıl	15	213.67			

Orgütsel Bağlılık Ölçeğindeki alt boyutlar ile mesleki kidem değişkeni arasında yapılan Kruskal Wallis analizi sonucu Orgütsel bağlılık alt boyutlarından *Duygusal Bağlılık* ve *Normatif Bağlılık* boyutlarında anlamlı bir farklılık ortaya çıkmıştır ($p<0.05$).

SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu çalışma, KKTC’nin Güzelyurt, Girne ve Lefkosa ilçelerinde bulunan devlet ilköğretim okullarında görev yapan öğretmenlerin örgütsel bağlılık düzeyleri incelenmiştir.

Orgütsel Bağlılık Ölçeğinin alt boyutları ile cinsiyet değişkeni arasında yapılan analiz sonucunda Orgütsel bağlılık alt boyutlarından *Duygusal Bağlılık* boyutunda anlamlı bir farklılık belirlenmiştir. Elde edilen sonuca göre cinsiyeti erkek olanların kadınlara oranla anlamlı farklılık bulunmuştur. Cinsiyet değişkeninde duygusal bağlılık boyutu erkeklerin lehine anlamlı farklılık saptanmıştır. Literatürü taradığımız zaman farklı sonuçlara ulaşan çalışmalara rastlanmaktadır. Durna ve Veysel (2011) ve Tan (2017) yaptıkları araştırmalarda öğretmenlerin cinsiyetleri açısından örgütsel bağlılık boyutunda bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşırken, Gülova ve Demirsoy (2012) hizmet sektöründe yaptıkları çalışmada erkek çalışanların kadın çalışanlara göre bağlılık düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna varmıştır.

Örgütsel Bağlılık Ölçeğinde yer alan alt boyutlar ile yaş değişkeni arasında yapılan analiz sonucunda Örgütsel bağlılık alt boyutlarından *Duygusal Bağlılık*, *Devamlılık Bağlılığı* ve *Normatif Bağlılık* boyutunda anlamlı bir farklılık belirlenmiştir. Yapılan alan yazın taramasında ise farklı sonuçlara rastlanmaktadır. Bozkurt ve İrfan (2013) ile Durna ve Veysel (2011) çalışmalarında yaş ile örgütsel bağlılık arasında anlamlı farklılık bulunduğu görülürken, Güçlü (2006)’nın yanında Gülova ve Demirsoy (2012)’de yaptıkları çalışmalarında yaş ile örgütsel bağlılık arasında anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna varmışlardır.

Örgütsel Bağlılık Ölçeğindeki alt boyutlar ile medeni durum değişkeni arasında yapılan analiz sonucunda Örgütsel Bağlılık alt boyutlarından *Duygusal Bağlılık*, *Devamlılık Bağlılığı* boyutunda anlamlı bir farklılık belirlenmiştir. Yapılan literatür taramasında ise birçok çalışmada örgütsel bağlılık ve medeni durum değişkeni arasında bir farklılık olmadığına rastlanmıştır. Gülova ve Demirsoy (2012)’de yaptıkları çalışmada medeni durum ile örgütsel bağlılık arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığı sonucuna varmışlardır. Nartgün ve Menep’in 2010 yılında Şırnak’ta görev yapan 463 öğretmene yapılan araştırmalarının sonucunda da medeni durum ile örgütsel bağlılık arasında anlamlı bir farklılık olmadığı belirlenmiştir.

Örgütsel Bağlılık Ölçeğindeki alt boyutlar ile eğitim durumu değişkeni arasında yapılan analiz sonucunda Örgütsel Bağlılık alt boyutlarından *Duygusal Bağlılık ve Normatif Bağlılık* boyutlarında anlamlı bir farklılık belirlenmiştir. Alanyazın tarandığı zaman ulaştığımız sonuçlar şöyledir; Özdemir (2016) yaptığı çalışmada meslek liselerinde görev yapan öğretmenlerin örgütsel bağlılık ile eğitim durumları arasında anlamlı bir ilişki saptanmamıştır. Aynı şekilde Cömert (2014) ve Ergen (2015) çalışmalarında öğretmenlerin örgütsel bağlılık ile eğitim durumu değişkeni arasında anlamlı bir farklılık olmadığını tespit ettikleri görülmektedir.

Örgütsel Bağlılık Ölçeğindeki alt boyutlar ile branş değişkeni arasında yapılan analiz sonucunda Örgütsel Bağlılık alt boyutlarından *Duygusal Bağlılık, Devamlılık Bağlılığı ve Normatif Bağlılık* boyutlarında anlamlı bir farklılık belirlenmiştir. Literatür incelendiğinde bizim çalışmamızdaki sonucumuzu destekleyen birçok çalışmaya rastlanmıştır. Cömert (2014) ve Tan (2017) yaptıkları çalışmalarında branş değişkeni ile örgütsel bağlılık arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna varmışlardır.

Örgütsel Bağlılık Ölçeğindeki alt boyutlar ile mesleki kıdem değişkeni arasında yapılan analiz sonucunda Örgütsel Bağlılık alt boyutlarından *Duygusal Bağlılık ve Normatif Bağlılık* boyutlarında anlamlı bir farklılık belirlenmiştir. Yapılan alan yazın taramasında da bu sonucumuzu destekleyen çalışmalara ve bu değişkende anlamlı bir fark olmadığı sonuçlarına rastlanmaktadır. Gülova ve Demirsoy (2012) yaptıkları çalışmada mesleki kıdem ve bağlılık arasında anlamlı bir fark bulurken ve Tan (2017) yaptığı çalışmada mesleki kıdem ile bağlılık arasında ilişkinin olmadığı bulgusuna ulaşmıştır.

KAYNAKÇA

- Bozkurt, Ö., & İrfan, Y. (2013). Akademisyenlerin örgütsel bağlılık düzeylerini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 11(22), 121-139.
- Cömert, M. (2014). Öğretmenlerin örgütsel bağlılık düzeyleri ile okul müdürlerinin kullandıkları örgütsel güç kaynakları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Unpublished master's thesis*. Sıtcu imam University, Institute of Social Sciences, Kahramanmaraş.
- Durna, U., & Veysel, E. (2011). Üç bağlılık unsuru ekseninde örgütsel bağlılık. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6(2), 210-219.
- Ergen, S. (2015). Öğretmenlerin örgütsel sinizm düzeyleri ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişki. *Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*.
- Güçlü, H. (2006). Turizm Sektöründe Durumsal Faktörlerin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Eskişehir.
- Gülova, A. A., & Demirsoy, Ö. (2012). Örgüt Kültürü ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki: Hizmet Sektörü Çalışanları Üzerinde Ampirik Bir Araştırma/The relationship between organizational culture and organizational commitment: An empirical research on employees of service sector. *Business and Economics Research Journal*, 3(3), 49.
- Kanbur, E., & Ali, A. Y. (2020). Psikolojik sözleşme algısının işe adanmışlık üzerindeki etkisi. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2), 531-549.
- Loan, L. (2020). The influence of organizational commitment on employees' job performance: The mediating role of job satisfaction. *Management Science Letters*, 10(14), 3307-3312.
- Liu, E. (2019). Occupational self-efficacy, organizational commitment, and work engagement. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 47(8), 1-7.
- Mercurio, Z. A. (2015). Affective commitment as a core essence of organizational commitment: An integrative literature review. *Human Resource Development Review*, 14(4), 389-414.
- Mowday, R. T., Steers, R. M., & Porter, L. W. (1979). The measurement of organizational commitment. *Journal of vocational behavior*, 14(2), 224-247.
- Nartgün, Ş. S., & Menep, İ. (2010). İlköğretim okullarında görev yapan öğretmenlerin örgütsel bağlılığa ilişkin algı düzeylerinin incelenmesi: Şırnak/İdil örneği. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 7(1), 288-316.
- Nazir, S., Shafi, A., Qun, W., Nazir, N., & Tran, Q. D. (2016). Influence of organizational rewards on organizational commitment and turnover intentions. *Employee Relations*.
- Nguyen, T. H., & Tu, V. B. (2020). Social responsibility, organizational commitment, and organizational performance: Food processing enterprises in the Mekong River Delta. *The Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 7(2), 309-316.
- Özdemir, A. (2016). *Mesleki Ve Teknik Anadolu Lisesi Öğretmenlerinin Değişime Karşı Dirençleri İle Örgütsel Bağlılıkları Arasındaki İlişki: Bakırköy İlçesi Örneği* (Doctoral Dissertation).
- Rodrigues, A. C. D. A., & Carvalho-Freitas, M. N. D. (2016). Theoretical fragmentation: Origins and repercussions in work and organizational psychology. *Revista Psicologia Organizações e Trabalho*, 16(4), 310-315.
- Robbins, S. P., Judge, T. A., & Cañizal, A. (2010). *Introducción al comportamiento organizativo*. Pearson Educación.
- Tan, S. (2017). *Öğretmen algılarına göre örgütsel sağlık ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).

- Uludağ, G. (2018). Örgütsel Bağlılık İle İşgören Performansı İlişkisini İncelemeye Yönelik Bir Alan Araştırması. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 171-193.
- Vandenberghe, C., Mignonac, K., & Manville, C. (2015). When normative commitment leads to lower well-being and reduced performance. *Human relations*, 68(5), 843-870.
- Yorulmaz, A., & Çelik, S. (2016). İlkokul öğretmenlerinin örgütsel bağlılık, örgütsel sinizm ve örgütsel vatandaşlık davranışları arasındaki ilişki. *Kalem Eğitim ve İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(1), 161-193.

IMPACTS OF GLOBALISATION ON INTERNATIONALISATION OF HIGHER EDUCATION - A REVIEW

Ogbonna Emmanuel NNAMUCHI

Faculty of Science, Chukwuemeka Odumegwu Ojukwu University, P.M.B 02 Uli , Anambra State Nigeria
prael2003@yahoo.com

ABSTRACT

Globalization and internationalization of higher education is an important but multifaceted phenomenon whose impact has multiple effects on world educational industry. This work is a review of the article: *Globalization and Higher Education: Eight Common Perceptions from University Leaders* [13]. We examine the implications of this dynamic relationship in consideration of these eight factors towards globalization of University education in the 21st century.

Keywords: Globalization, Internationalization, University, HEI, 21st Century

INTRODUCTION

The term “globalization is generally used to refer to a complicated set of economic, political, and cultural factors. As a result of expanding world trade, nations and individuals experience greater economic and political interdependence (Wells et al, 1998). The effect of globalization of education affects each country in uniquely different ways. There is a dynamic relationship between internationalization and globalization of education that needs further exploration for the overall benefit of the global higher education institution. This could be nation-individual history based, priorities, tradition, or culture based. The author of the article Dr. Van R. Wood identifies and vividly outlines and clarifies some Common perceptions from University Leaders, eight of which has emanated from various opinions of some Higher Education Institutions (HIE) leaders in the United States. These have been spurred by a vision or philosophy transmitted from the highest levels of university leadership concerning the necessity and value of internationalization in globalization of education (Wood, Van R., 2007). In educational Context, globalization is primarily a perceived set of changes that include the shaping of new, global forms in culture, the media and technologies of communication that nations have to accept and follow in order to be able to embrace global competition and respond positively (Carnoy, 1999; Van Damm, 2001). Higher education systems, policies and institutions are being transformed by globalization, which is the widening, deepening and speeding up of world-wide interconnectedness (Held et al. 1999, p. 2). This was aptly captured in offering a definition for the term “globalization” in the context of Higher Education. In the article, globalization was perceived as a symbol of international system. International system in itself would be futile without globalization. Rather than globalization represent an international System as the author highlighted, I would rather suppose globalization as the international system in itself, shaping most societies today. The authors announces three important factors which drive globalization viz technology, information and finance. These have their inherent positive and negative sides, having identified knowledge processing, and the ability to use knowledge in a worldwide arena critical to personal and societal advancement. The author specifies, and I concur that most observers believe that the ability to harness the good from globalization and avoid the bad lies in the cultivation of knowledge [14].

Definition (21st Century Institution):

From the author, according to Dr. John Heyl, “Every campus is different so it depends on what environment you are in, what your strengths are, to whom you are trying to cater, and where you want to go. For example, the international student population at ODU was reported to have doubled over the last six years, and they believe this has come about because of the goals set for the university and the resulting international programs and initiatives that were developed. The author further states that if one provides a distinct and high quality product and backs it up with meaningful service, the rest will take care of itself, and that Institutions begin to be successful when they realize that globalization is not going away, but instead responsibly build a campus and community culture that embraces tolerance, interconnectivity and openness.”

MAIN IDEA

The writer opines that in a world-wide arena, personal and societal advancements not only hinges on knowledge but on having the ability to use knowledge. Crucial and important questions were raised regarding what should be the role of higher education institutions in creating nurturing environments for promising individuals

(Florida 2002, Friedman 2005). This is pertinent in the technologically advanced century in which the global community thrives. The goals of the higher education institutions should be that of responding to students, faculty and their communities by way of empowering them to prosper in the global interconnected society. It is apparent what the leaders of higher education institutions who should profess a common body of thoughts, wisdom and insights with respect to higher education and globalization, hence the need to for a year-long investigation. The article reveals eight common perceptions which are listed herein under: Thomas L. Friedman (2005) separates Globalization into three periods that go from the First Globalization (1482–1800), to the Second Globalization (1800 - 2000), and to the Third Globalization (2000 - to date). According to him, the First Globalization involved countries, the Second involved companies, and the Third is involving individual. In what follows we examine the eight common perceptions from University leaders as earlier stated in the abstract.

a. Dealing with Internationalization of Campus and Community:

The author sees these perceptions as both an opportunity as well as a challenge that must be dealt with Study results indicated that university leaders understand and embrace this point and feel an urgency to deal with it today. Key questions due to globalization of education under this perception include inter alia:

- (i) What kind of careers are emerging in today's interconnected world, where are they emerging and how do we prepare our students and communities for them?
 - (ii) How can our departments, schools and university as a whole achieve an enhanced international presence?
 - (iii) How can institutions of higher education be positioned for success in today's global environment and what role should local, regional, national and international partners play?
 - (iv) What global trends, developments and related research topics are most important to our scholarly disciplines today, and how can we take advantage of such to create new knowledge in the future?
- These provide the essential questions those in charge of programs, curricula and initiatives in global higher educational system the world over should be looking to solve.

b. Pursuing Vision Matters:

The article's perspective of a great institution is that which is able to let the world know their purpose and vision about what they are and what they strive to be in future, and not just about an institution's buildings and infrastructure which in itself is an essential requirement but are only part of success equation. The study reveals the position of university leaders regarding the responsibility of institutions of higher learning, and identifies them as follows:

- (a) Enlightening and preparing of their students
- (b) Enlightenment of their respective communities as a whole for the challenges and opportunities brought on by globalization
- (c) Being the major supplier of the intellectual human capital that communities need to survive and prosper in the era of globalization.
- (d) From the article, the assertion of Former President Herman B. Wells of Indiana University - Bloomington is one that should be given serious considerations for purposes of implementation. In the words of President Herman B. Wells:

“the campus of Indiana University is not just in Bloomington, or even the state of Indiana; it encompasses the four corners of the globe. And our campus culture from the top echelons of leadership to the bottom rungs of entering freshmen must reflect this reality.”

This is a good measure and should be used as indicator of what a vision or philosophy of an institution should be because what an institution becomes tomorrow is in their seed of today. It is therefore clearly understood why the author sees in the eye of the realities of globalization in identifying the following as key:

- (a) Greater competition
- (b) Relentless pressures to innovate
- (c) New worldwide markets and production options,
- (d) Growing concerns over cultural and environmental degradation

2.1 Remark:

If these four points are tenaciously pursued, they would enable any Higher Education institution to achieve globalization. Any institution whose goal deviates from these may still exist but would not fit into the scheme of things in the 21st Century attainments of higher educational organizations, and as the author aptly captured it, and I quote, “Any entity that does not support an environment that attracts, sustains and retains creative, imaginative, and globally resourceful individuals will eventually fall behind”

c. Establishment of Broad Policies and Priorities:

Getting meaningful initiatives off the ground in any institution is predicated on broad-based “buy-ins,” beginning with the top university leadership, but also including deans and department heads at specific schools, directors of centers, individual faculty members, students, and the broader community-based leadership as well. The article contains that effective university leaders do not demand an embrace of the international arena at their institutions, what they do is establish broad policies and priorities related to innovative initiatives aimed at developing a global culture throughout their campus and community, and then let the creative entrepreneurs take over. Clearly stated policies and resulting priorities can lead to myriads of noteworthy international initiatives among the universities. These initiatives include exceptional visiting scholar support, unique degree and non-degree certification options, distinctive overseas study agendas, exclusive international internships, innovative student scholarships, part-time job options in the international arena; outstanding cross-disciplinary grant opportunities for faculty, and promising overseas partnerships, all of which meshed with their respective institutional vision and strengths. The study revealed that in 1995, The University of Pennsylvania initiated a planning process entitled “Agenda for Excellence,” which had as one of its primary goals, the enhancement of the university’s global position and international reputation both at home and overseas. It further revealed that today, all twelve of Penn’s schools and virtually every academic program incorporate a global perspective as part of their curricula, and faculty in a wide variety of disciplines view international issues and comparative approaches as integral to their research agendas. This is because Leadership at the university has continually restated its commitment to this focus and has indicated in a variety of communications that global dimensions are becoming even more important as information and technology reduce the natural barriers of time and distance, resulting in the need for more globally educated graduates.

d. The Role of Faculty

The article identified the role of Faculty as central and critical to an institution’s embrace of globalization. It was specified that exemplary international programs and initiatives of higher educational institutions succeed or fail based on the capability of their faculty members, these faculty members have been recognized as their creative entrepreneurs. It was argued that Universities must against this backdrop create a team of dedicated faculty who are not locally minded, give them responsibility for initiatives, and then reward them for their superior efforts and results. The article identifies the University of North Carolina at Chapel Hill (UNC), through its University Center for International Studies (UCIS) which was recognized as an excellent example of an institution where emphasis is laid on the central role of its faculty in developing programs of excellence.

e. Inter-wovenness of Student’ Campus Community:

It was observed that students are central to the success of any university’s attempt to globalize its campus and community, and students are the primary reason why a university should embrace internationalization. Not only this, but as the University is a molding place for leaders and future leaders, the article identifies findings that also revealed that if students are to fully assume positions of leadership and responsibility in specific organizations and in society as a whole, then they must be prepared to deal with the global environment that confronts them today and will continue to challenge them in the future. It is recommended that both domestic and international students must be woven into any institution’s “international fabric” if a genuinely globalized on-campus and community-wide environment is to be achieved. In pursuit of this objective, some of the policies identified are exceptional visiting scholar support, unique degree and non-degree certification options, distinctive overseas study agendas, exclusive international internships, innovative student scholarships, part-time job options in the international arena; outstanding cross-disciplinary grant opportunities for faculty, and promising overseas partnerships. The article identifies for example, Georgia Tech University as one institution that exemplifies this in many ways, with information that GTU has over 2,400 international students representing 100 countries. This comprises roughly thirteen percent of the total student population. Forty percent of all master level graduate students at GTU are international, as are 50 percent of doctoral candidates. The university supports these students through 33 internationally oriented clubs and organizations. The majority of these organizations are designed to promote cultural interaction among all GTU students and the Atlanta community. The university also makes effective use of its international educational partnerships to recruit overseas students. One successful tactic in this regard is to promote GTU as an institution where one can get an additional “third” cultural experience (i.e., beyond one’s home country and the United States) by studying at one of the university’s partner institutions in Hong Kong, Europe, or South America [4]

f. Institutional Partnership:

Partnership is defined as a legal form of business operation between two or more individuals who share management and profit [6]. The federal government(s) recognizes several types of partnerships. The two most common are general and limited partnerships.

Global institutionalization thrives on partnership and alliance. These are critical components of international educational development which provides a global focus. No institution is an island. The value of university partnerships (whether they are developed by the university as a whole, or contained within various colleges, schools, departments or programs) with local, regional, national and international communities is well understood by leaders in higher education. The article supposes that partnerships or alliances can take on many forms including those with other institutions of education (within the United States and overseas), within a framework of a consortium of universities (again, within the United States and overseas), with a university and its alumni (both U.S. based and international), and with a university and various for-profit, not-for profit, governmental, non-governmental, and other types of organizations. The list of possibilities is truly only limited by a university's vision and corresponding goals. In the report, Dr. William Boshier, Former Dean, School of Education, Virginia Commonwealth University postulates that "The focus of the university should not be location, location, location, but relation, relation, relation. A central ingredient to strong international programs is the establishment of meaningful relationships based on common values and goals and a sense of trust between partners. In today's globalized world this reality has never been more important."

g. Centralized and Decentralization of International Efforts:

Both centralized and decentralized dimensions of international efforts were the most prominent commonality among the institutions examined by the author of the article. The majority of successful institutions had a centralized "one-stop" office for administering, advising, coordinating, implementing, and maintaining all international activities. On the other hand, it was apparent that while information on almost all international programs could be found in the centralized international office, most successful international programs were championed by a specific faculty (or individual) of a specific school, department, center or other decentralized branch of an institution. In general, innovative initiatives tended to have clearly designated individuals with known "creative" expertise who developed, promoted, managed, maintained and continually sought to improve a given program. Such "champions" The key is to have an organizational structure that encourages and facilitates the exchange of information, ideas and ultimately knowledge."

h. Branding of The University In The International Arena:

The article contains information from most university leaders interviewed who viewed their institutions as a brand, whose was built primarily by the people that make up its entire or extended community. This includes creative faculty, loyal students, proud alumni, committed partners, and visionary administrators. It highlighted that the more successful, globally focused universities tended to be those that proactively harnessed the emotional as well as the intellectual connections with all members of their extended communities. Such universities articulated worthy causes, communicated important outcomes and promised meaningful experiences worthy of one's energies, time and allegiance. In other words, among great universities, an overarching reality is that success is not just about the education (the product), or the buildings (the infrastructure) it is about the people.

RECOMMENDATIONS TOWARDS GLOBALISATION

The following were identified from the article's investigation and they have been recommended as necessities for Globalisation of Higher Education:

- (i) Top level visionary underpinnings
- (ii) Development of deep rooted entrepreneurial cultures that are international in scope
- (iii) The creation, transfer and use of knowledge is ongoing and evolving.
- (iv) Differentiating your institution's programmes from others' programs.
- (v) Institutions of higher education should seek ways to further connect their faculty, students and outside communities in a strategic infrastructure where ideas flow, new initiatives blossom, flexibility abounds and global reputations expand. This supports the primary work of 21st century universities which is to seek Knowledge.

CONCLUSION

The writer concluded his report with an important statement of awareness creation identified to be the most profound hallmark of the new millennium, that is, the ever-increasing interdependence of our world, specifically recommending that people who embrace Globalization will benefit the most. Secondly, that if not all, then the majority of any institution of higher education's success comes from the people that develop, nurture, manage, consume and grow from the international experience offered by the institution. Hence the assertion that Globalization is here to stay which I concur with as well.

REFERENCES

- [1]. Carnoy, M, Castells, M. (2000). Globalization, the Knowledge Society, and the Network State: Poulantzas at the Millenium. In: Manual Castells Reader, Pretoria, CHET. Pp 5 - 6.
- [2]. Held, D., A. McGrew, D. Goldblatt and J. Perraton (1999), Global Transformations: Politics, Economics and Culture, Stanford University Press, Stanford.
- [3]. <https://bookwormlab.com/samples-and-examples/article-critique.html>, accessed 20/2/2021
- [4]. https://irp.gatech.edu/files/FactBook/archival/FactBook_2010.pdf, accessed 20/2/2021
- [5]. https://www.aieaworld.org/assets/docs/Additional_Resource_PDFs/finding-leadership-smithee-1-27.pdf, accessed, 20/2/2021
- [6]. <https://www.entrepreneur.com/encyclopedia/partnership>, accessed 20/2/2021
- [7]. Yan Yan Lam (2010), Impact of Globalization on Higher Education: An Empirical Study of Education Policy & Planning of Design Education in Hong Kong, Canadian Center for Science and Education
- [8]. Marginson, S. and M. van der Wende (2007, p.6), "Globalisation and Higher Education", OECD Education Working Papers, No. 8, OECD Publishing. doi:10.1787/173831738240
- [9]. Nicholas Sun - keung Pang, Pp18 "Globalization in the one world: Impacts on Education in different Nations", Education in One World: Perspectives from Different Nations. BCES Conference Books, Vol. 11
- [10]. Thomas L. Friedman (2005), "It's a Flat World, After All", New York Times Magazine
- [11]. Van Damme, D. (2001). Higher Education in the Age of Globalization: The need for a new regulatory framework for recognition, quality assurance and accreditation. Introductory Paper for the UNESCO Expert Meeting, Paris.
- [12]. Van R. Wood (2006), Globalization and Higher Education: Eight Common Perceptions From University Leaders, Institute of International Education (IIE Networker Journal)
- [13]. <https://doczz.net/doc/1761196/linguistics-literature-and-translation>
- [14]. Saima Siddiqi (2014), The internationalization of Higher Education inn India: Problems and Solutions, Academe Vol XVII, No. 1 Pp 2

IMPROVED SOCIAL SPIDER ALGORITHM BASED ON WEIGHT FACTOR

Emine BAŞ
Kulu Vocational School, Selçuk University, 42075, Konya, Turkey
emineozcan@selcuk.edu.tr

Erkan ÜLKER
Department of Computer Engineering, Faculty of Engineering and Nature Sciences, Konya Technical University, 42075, Konya, Turkey
eulker@ktun.edu.tr

ABSTRACT

The Social Spider Algorithm (SSA) is one of the recent meta-heuristic algorithms that imitate the behaviors of the spider to perform global optimization. SSA is a novel swarm intelligent algorithm with good performance. However, it has features such as low convergence sensitivity and slow convergence speed when dealing with high-dimensional complex optimization problems. In this paper, we propose an improved SSA named ISSAW. For this purpose, a dynamic weight factor is added to the population individuals of SSA. The average weight of the population is calculated. Population individuals with a higher weight value than the average weight are selected. These populations individuals balance the global exploration and local exploitation ability of SSA by using the random walking stage of SSA. In addition, in order to avoid premature convergence and evolution stagnation, a random individual adds at some iterations. The experiments conducted on a set of ten unimodal and multimodal benchmark functions show that the improved algorithm presented in this paper displays obvious superiority in convergence performance, robustness as well as the ability to escape local optimum when compared with SSA.

Keywords: Heuristic methods, Social Spider Algorithm, The weight factor

1. INTRODUCTION

Optimization technology plays a very important role in many fields, such as science and engineering. During the past decades, scholars have conducted continuous research and exploration in order to obtain more efficient optimization methods (Wu et al., 2019). In terms of these problems, the traditional optimization approaches are difficult to meet the requirements of convergence speed and convergence precision. As a new type of method, swarm intelligence optimization algorithms adopt the strategy of group search to find an optimal solution. (Adewumi and Arasomwan, 2016; Maeda and Tsuda, 2015; Yang, 2013). Examples of swarm intelligence algorithms include Particle Swarm Optimisation (PSO) (Kennedy, 2010), Ant Colony Optimisation (ACO) (Dorigo, 2006), Bat Algorithm (BA) (Yang, 2010), Firefly Algorithm (FA) (Yang, 2010), Cuckoo Search Algorithm (CSA) (Gandomi et al., 2013), and bee-inspired algorithms (Karaboga, 2005).

Social Spider Algorithm (SSA) is also one of the swarms intelligence-based algorithms. Yu and Li (2015) have offered the Original SSA which is configured according to social spider behaviors. Spiders live in colonies can communicate with each other by web structure. The vibration they produce on the web enables this communication. There are several studies in the literature that have been studied with SSA. El-Bages and Elsayed (2017) proposed an algorithm and have solved the static transmission expansion planning problem. In the proposed method; the DC power flow sub-problem is solved by developing an original SSA based web and adding potential solutions to the result. Yu and Li (2016) developed an original SSA and have solved the Economic Load Dispatch (ELD) formulation. Mousa and Bentahar (2016) have solved the QoS-aware web service selection process. They used the SSA approach. Elsayed et al. (2016) have solved the non-convex economic load dispatch problem. They used an SSA based approach. Baş and Ülker (2020a) have proposed binary SSA for continuous optimization task and Baş and Ülker (2020b) have solved feature selection problem with binary SSA. Cuevas et al. (2013) develop Social Spider Optimization (SSO) one of the other swarm intelligence algorithms that are different from SSA and inspired by spider behavior.

Swarm intelligence algorithms have gained more and more comprehensive applications in many areas. For example blind source separation (Chen et al., 2014), hyperspectral image unmixing (Yang et al., 2017), resource scheduling (Zhang et al., 2018), etc.. However, they tend to premature converge when dealing with complex optimization problems, leading to poor optimization performance (Wu et al., 2019). To overcome this problem, researchers have made a lot of efforts and a number of modified approaches have been proposed. An improved SSA is presented in this paper to further improve convergence accuracy, speed up the convergence rate and prevent early convergence. The local and global search capability of the SSA has developed by adding a weight factor to the population individuals. It is named ISSAW. ISSA has been tested in ten different unimodal and multimodal standard benchmark functions. The results are compared. ISSAW is compared with SSA and various well-known methods in the literature for a more detailed interpretation of its performance. And the results are satisfactory.

The organization of the paper as follows: related works are analyzed in section 1. In section 2 original SSA and in section 3, ISSAW algorithms are detail examined. In section 4, SSA and ISSAW are tested in various unimodal

and multimodal benchmark functions. Obtained results are compared with each other and well-known heuristic and new methods in the literature.

2. SOCIAL SPIDER ALGORITHM (SSA)

2.1. Initialization and Fitness evaluation

Required constant parameter sets are adjusted. In the SSA, the positions of spiders are randomly generated in the search space. Each spider in the spider population has calculated its fitness value.

2.2. Vibration generation

All spiders produce vibration intensity using the source position. Equation 1 has shown vibration intensity (Yu and Li, 2015). The vibration attenuation over distance is calculated by Equation 2 and distance is calculated by Equation 3 (Yu and Li, 2015). “V” represents spiders' vibrations. Each spider receives the vibrations generated by other spiders. A spider selects the strongest of these vibration values. This value shows as V_x^{best} , x represents a spider. Spider x stores the target vibration in the memory as V_x^{target} . Each spider x compares V_x^{best} and V_x^{target} values. If the intensity of the V_x^{best} is greater than V_x^{target} , the V_x^{target} is changed to as V_x^{best} .

$$I(P_x, P_x, t) = \log\left(\frac{1}{f(p_x) - c}\right) + 1 \quad (1)$$

where $I(P_x, P_x, t)$ is the vibration value produced by the spider in the source position at time t . “ x ” represents a spider. $P_x(t)$ defines the position of spider x at time t and it is shown simply as P_x if the time argument is t . $f(P_x)$ represents the spider of fitness value in its current position. c is a confidently small constant.

$$I(P_x, P_y, t) = I(P_x, P_x, t) \times \exp\left(-\frac{Distance(P_x, P_y)}{\bar{\sigma} \times r_a}\right) \quad (2)$$

$$Distance(P_x, P_y) = \|P_x - P_y\| \quad (3)$$

where $I(P_x, P_y, t)$ is the felt value of the spider’s vibration in “ x ” point, by the spider in “ y ” point. $P_x(t)$ or simply P_x represents the position of spider x at time t . $P_y(t)$ or simply P_y represents the position of spider y at time t . $I(P_x, P_x, t)$ is the vibration value produced by the spider in the “ x ” position at time t . $\bar{\sigma}$ represents the mean of the standard deviation of the positions of all spiders in each dimension. r_a is represented as a user-controlled parameter $r_a \in (0, \infty)$. $Distance(P_x, P_y)$ is showing the distance between spider x and spider y .

2.3. Random walk

The random walk of each spider is calculated by Equation 4 (Yu and Li, 2015).

$$P_x(t + 1) = P_x + (P_x - P_x(t - 1)) \times r + (P_x^{follow} - P_x) \odot R \quad (4)$$

where R is a vector of random float-point numbers generated from zero to one uniformly. \odot denotes element-wise multiplication. P_x^{follow} represents the following position. Each spider decides the following position (P_x^{follow}) by looking at the dimension mask. P_x^{follow} value is calculated by Equation 5 (Yu and Li, 2015).

$$P_{x,i}^{follow} = \begin{cases} P_{x,i}^{target}, & dimension_mask_{x,i} = 0 \\ P_{x,i}^r, & dimension_mask_{x,i} = 1 \end{cases} \quad (5)$$

where r is a random integer value generated in $[1, \text{population size}]$ and $dimension_mask_{x,i}$ stands for the i th dimension of the dimension mask of spider x . The dimension mask is determined so that a random walk can be performed towards the V_x^{target} . The dimension mask is a $\{0, 1\}$ binary vector of length D and D is the dimension of the optimization problem. In each iteration, spiders have a probability of $1 - p_c^{cs}$ to change its dimension mask. $p_c \in (0, 1)$ is a user-defined parameter that describes the probability of changing dimension mask. If the dimension mask is decided to be changed, each bit of the vector has a probability of p_m . cs is the number of iterations that the spider has last changed its target vibration. After the dimension mask is determined, a new following position P_x^{follow} is generated based on the dimension mask. If the bit value of the dimension mask is 0, it moves to the position of the target spider in the memory of the spider, or to the position of a random spider.

2.4. Control of violated constraints

After each spider performs a random walk, the spiders may move out of the web. Equation 6 is used to prevent population members from moving out of the search space.

$$P_{x,i}(t + 1) = \begin{cases} (\overline{U}_i - P_{x,i}) \times r & \text{if } P_{x,i}(t + 1) > \overline{U}_i \\ (P_{x,i} - \underline{L}_i) \times r & \text{if } P_{x,i}(t + 1) < \underline{L}_i, \end{cases} \quad (6)$$

where \overline{U}_i shows upper border and \underline{L}_i shows a lower border. $P_{x,i}(t + 1)$ defines the position of a spider x for the i th dimension at time $t+1$. r is a random integer value generated in $[1, \text{population size}]$.

2.5. r_a , p_c and p_m parameter values

r_a controls the attenuation rate of the vibration intensity over the distance. $p_c \in (0, 1)$ is a user-defined parameter that describes the probability of changing dimension mask. p_m is a user-controlled parameter defined in $(0, 1)$. The value of r_a is selected from the set $\{1/10, 1/5, 1/4, 1/3, 1/2, 1, 2, 3, 4, 5, 10\}$. The values of p_c and p_m are selected from the set $\{0.01, 0.1, 0.2, 0.3, 0.4, 0.5, 0.6, 0.7, 0.8, 0.9, 0.99\}$. Yu and Li are used five 10-dimensional benchmark functions to investigate the impact of these parameters on the performance of SSA. According to their results, r_a , p_c , and p_m values are determined as 1, 0.7, and 0.1 respectively.

Flowchart for the original SSA is shown in Figure 1.

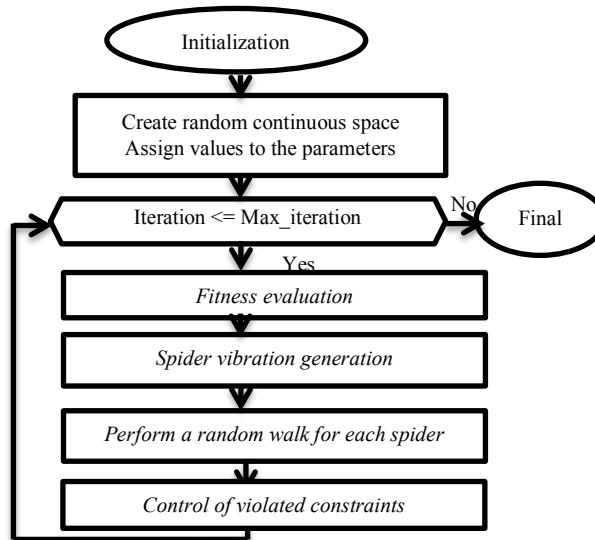


Figure 1. Flowchart For the original SSA

3. IMPROVED SOCIAL SPIDER ALGORITHM BASED ON WEIGHT FACTOR (ISSAW)

SSA has introduced detailed in section 2. In this section, the improved Social Spider Algorithm based on weight factor (ISSAW) is proposed to overcome the shortcomings of low convergence sensitivity and easily achieve local optimality when high dimensional problems are encountered. The weight value was calculated by using Equation 7 for each individual of the population.

$$Weight_x = 0.001 + ((fitness_x - G_{worst}) / (G_{best} - G_{worst})) \quad (7)$$

where $Weight_x$ represents the weight of each spider. G_{worst} represents the spider with the maximum fitness value and G_{best} represents the spider with the minimum fitness value.

Then the average of the weight values of the population is calculated. Spiders with a weight value higher than the average weight value are selected. This process is shown in Equation 8

$$Population_y = find(Weight_{x,i} > median(Weight_x)) \quad (8)$$

where $Population_y$ shows spiders with a weight value higher than the average weight value.

In ISSAW, P_x^{follow} production phase has been updated again. P_x^{follow} value is calculated by Equation 9.

$$P_{x,i}^{follow} = \begin{cases} P_{x,i}^{target}, & dimension_mask_{x,i} = 0 \\ P_{x,i}^r \text{ or } P_{x,i}^y, & dimension_mask_{x,i} = 1 \end{cases} \quad (9)$$

where r is a random integer value generated in $[1, \text{population size}]$, y is a random integer value generated in $[1, \text{population}_y \text{ size}]$, and $\text{dimension_mask}_{x,i}$ stands for the i th dimension of the dimension mask of spider x . The flowchart for ISSAW is shown in Figure 2.

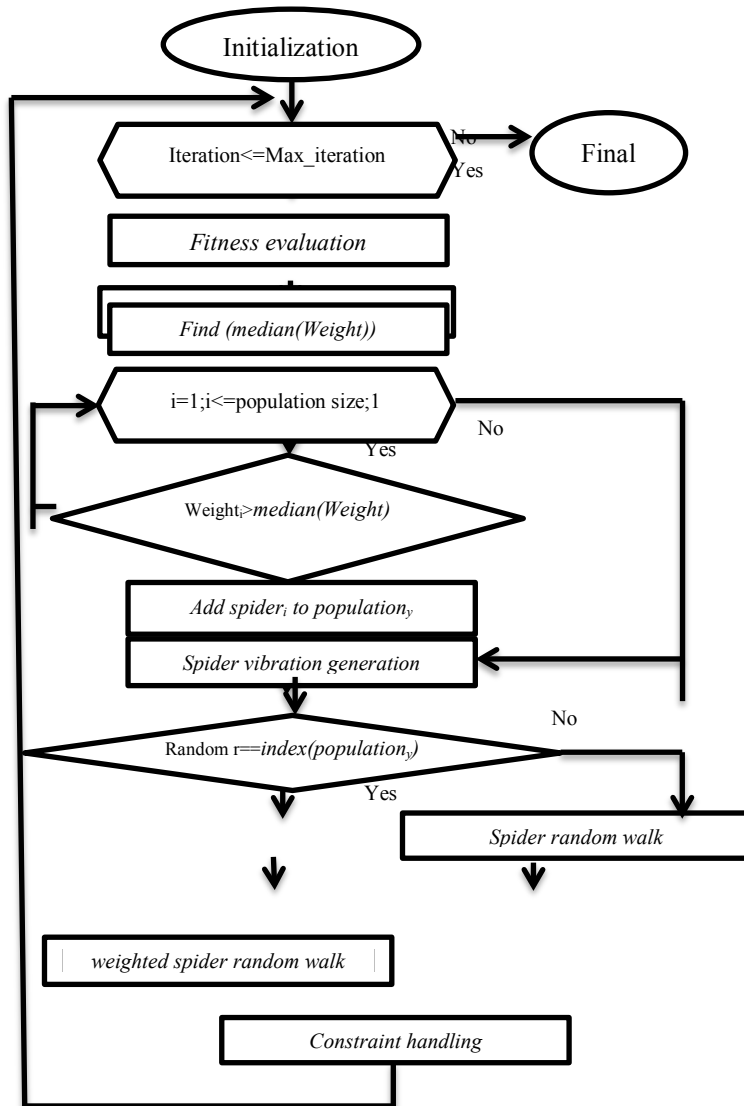


Figure 2. The flowchart for ISSAW

4. EXPERIMENTAL RESULTS AND ANALYSIS

Improved Social Spider Algorithm based on weight factor (ISSAW) and original Social Spider Algorithm (SSA) are tested on Matlab R2014a that installed over windows 7, 64 bit, the system of 2.30 GHz processor with 4GB RAM. Common parameters used in ISSAW and SSA comparison, which are population size, dimension, maximum iteration, r_a , p_c , and p_m values are shown in Table 2. In experimental studies, ten different unimodal and multimodal benchmark functions, which are shown in Table 3 with ISSAW and SSA, are solved separately.

Table 2. Parameters setup both original SSA and ISSAW.

Parameters	Values
Population size:	25
Dimension:	{10, 20, 30}
Maximum iteration:	1000
r_a :	1
p_c :	0.7
p_m :	0.1

Benchmark functions divide into two groups according to their type. Unimodal benchmark functions f1–f6, which have only one global optimum and can evaluate the exploitation capability of the investigated algorithms. Functions f7–f10 (multimodal), which include many local optima whose number increases exponentially with the problem size, become highly useful when the purpose is to evaluate the exploration capability of the investigated algorithms. These functions are obtained from various sources (Yu and Li, 2015; Surjanovic and Bingham, 2019; Cuevas et al., 2013).

Table 3. Classical Benchmark functions used in the experimental study.

Name	Function	Range	f_{min}
Sphere	$f_1(x) = \sum_{i=1}^n x_i^2$	$[-100,100]^n$	0
Schwefel 1.2	$f_2(x) = \sum_{i=1}^n \left(\sum_{j=1}^i x_j \right)^2$	$[-100,100]^n$	0
Schwefel 2.22	$f_3(x) = \sum_{i=1}^n x_i + \prod_{i=1}^n x_i $	$[-10,10]^n$	0
Rosenbrock	$f_4(x) = \sum_{i=1}^{n-1} [100(x_{i+1} - x_i^2)^2 + (x_i - 1)^2]$	$[-30,30]^n$	0
Sum of Squares	$f_5(x) = \sum_{i=1}^n ix_i^2$	$[-10,10]^n$	0
Zakharov	$f_6(x) = \sum_{i=1}^n x_i^2 + \left(\sum_{i=1}^n 0.5ix_i \right)^2 + \left(\sum_{i=1}^n 0.5ix_i \right)^4$	$[-5,10]^n$	0
Schwefel	$f_7(x) = \sum_{i=1}^n -x_i \sin(\sqrt{ x_i })$	$[-500,500]^n$	$f(X)=-418,9829xn$
Rastrigin	$f_8(x) = \sum_{i=1}^n [x_i^2 - 10\cos(2\pi x_i) + 10]$	$[-5.12,5.12]^n$	0
Ackley	$f_9(x) = -20\exp\left(-0.2\sqrt{\frac{1}{n}\sum_{i=1}^n x_i^2}\right) - \exp\left(\frac{1}{n}\sum_{i=1}^n \cos(2\pi x_i)\right) + 20 + \exp(1)$	$[-32,32]^n$	0
Griewank	$f_{10}(x) = \frac{1}{4000}\sum_{i=1}^n x_i^2 - \prod_{i=1}^n \cos\left(\frac{x_i}{\sqrt{i}}\right) + 1$	$[-600,600]^n$	0

Original SSA and ISSAW are tested in three different dimensions ($\{10, 20, 30\}$) for ten different benchmark functions. Each benchmark function is run twenty times. Mean and standard deviation (Std.Dev.) are done for obtained benchmark function results. Mean and standard deviation comparison results are shown in Tables 4-6. The results of ISSAW's superior performance are marked in bold.

According to Table 4, ISSAW has shown better performance than SSA in every function except for f2 and f3 benchmark functions. The ISSAW shows success at roughly 80% of benchmark functions for 8 out of 10 benchmark functions. According to Table 5, ISSAW has shown better performance than SSA in every function except for f4, f8, and f10 benchmark functions. The ISSAW shows success at roughly 70% of benchmark functions for 7 out of 10 benchmark functions. According to Table 6, ISSAW has shown better performance than SSA in every function except for f2 benchmark functions. The ISSAW shows success at roughly 90% of benchmark functions for 9 out of 10 benchmark functions. ISSAW performed better at higher dimensions than SSA.

Table 4. The comparison results of SSA and ISSAW for dimension=10

F	Dimension=10			
	SSA		ISSAW	
	Mean	Std.Dev.	Mean	Std.Dev.
$f1(x)$	8,92E-05	7,96E-05	7,34E-05	5,95E-05
$f2(x)$	2,05E+01	3,04E+01	7,86E+01	1,36E+02
$f3(x)$	8,71E-04	4,79E-04	1,19E-03	6,51E-04
$f4(x)$	1,60E+01	8,70E+00	1,01E+01	1,05E+00
$f5(x)$	1,09E-05	7,91E-06	9,02E-06	7,90E-06
$f6(x)$	5,85E+00	3,75E+00	7,13E+00	5,47E+00
$f7(x)$	-1,67E+03	4,32E+02	-1,70E+03	3,75E+02
$f8(x)$	7,99E-01	6,56E-01	7,90E-01	4,59E-01
$f9(x)$	1,53E-02	1,05E-02	1,46E-02	6,46E-03
$f10(x)$	4,29E-02	1,79E-02	4,07E-02	1,24E-02

Table 5. The comparison results of SSA and ISSAW for dimension=20

F	Dimension=20			
	SSA		ISSAW	
	Mean	Std.Dev.	Mean	Std.Dev.
$f1(x)$	1,03E-01	8,18E-02	9,65E-02	4,80E-02
$f2(x)$	7,34E+01	9,67E+01	6,77E+01	1,08E+01
$f3(x)$	5,99E-02	1,86E-02	5,69E-02	1,84E-02
$f4(x)$	1,44E+02	3,53E+01	1,57E+02	5,25E+01
$f5(x)$	1,47E-02	6,55E-03	1,35E-02	4,55E-03
$f6(x)$	7,04E+01	2,37E+01	6,32E+01	1,77E+01
$f7(x)$	-2,40E+03	8,74E+02	-2,47E+03	6,35E+02
$f8(x)$	1,44E+01	2,20E+00	1,50E+01	2,44E+00
$f9(x)$	2,17E-01	7,75E-02	2,14E-01	7,69E-02
$f10(x)$	3,93E-01	1,50E-01	4,00E-01	1,66E-01

Table 6. The comparison results of SSA and ISSAW for dimension=30

F	Dimension=30			
	SSA		ISSAW	
	Mean	Std.Dev.	Mean	Std.Dev.
$f1(x)$	1,47E+00	6,82E-01	1,34E+00	4,98E-01
$f2(x)$	1,95E+02	2,01E+02	3,44E+02	5,98E+02
$f3(x)$	5,49E-01	1,86E-01	4,91E-01	1,50E-01
$f4(x)$	4,75E+02	1,11E+02	4,64E+02	9,63E+01
$f5(x)$	2,21E-01	8,82E-02	1,92E-01	7,93E-02
$f6(x)$	2,43E+02	4,27E+01	2,40E+02	3,61E+01
$f7(x)$	-2,48E+03	3,16E+02	-2,66E+03	6,85E+02
$f8(x)$	4,66E+01	6,51E+00	4,55E+01	5,14E+00
$f9(x)$	6,59E-01	1,83E-01	5,86E-01	1,12E-01
$f10(x)$	9,54E-01	8,14E-02	9,53E-01	6,28E-02

The convergence graphics of SSA and ISSAW for $f1$, $f4$, $f8$, and $f9$ benchmark functions are shown in Figure 3.

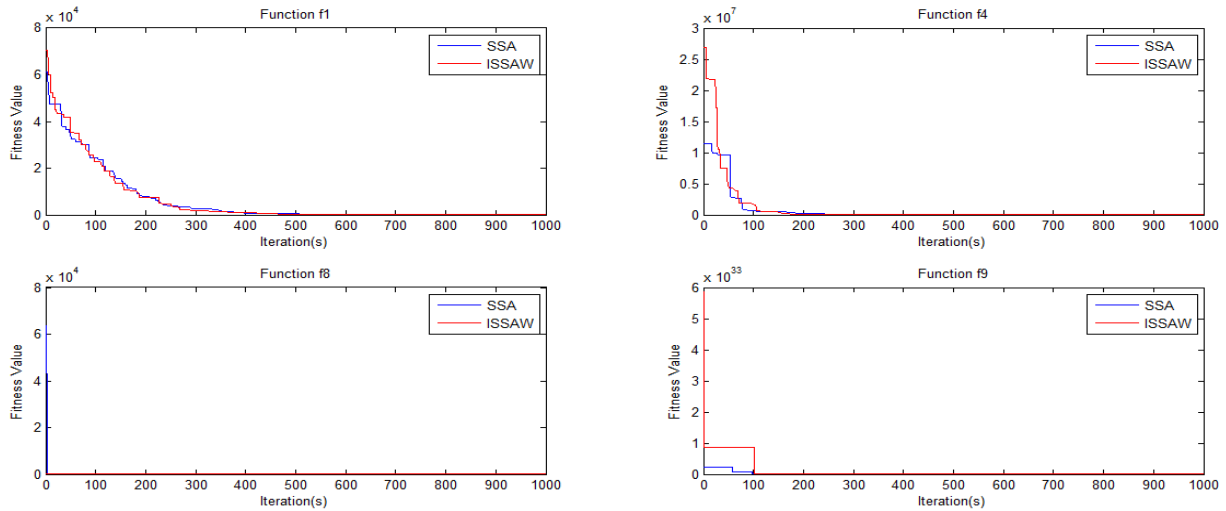


Figure 3. Convergence graphics for SSA and ISSAW for f1, f4, f8, and f9 on dimension=30

In this paper, ISSAW and SSA algorithms are operated with twenty times various ten benchmark functions with the dimensions={10, 20, 30}, population size=25, and maximum iteration=1000 equal parameter and ten trials are done in each dimension for each benchmark function and twenty data sets are obtained. The results of the Wilcoxon signed-rank test are shown in Table 7.

According to the obtained results, the p-values are below 0.05 for the majority of cases. According to the results, ISSAW has passed other comparison algorithms in many benchmark functions. ISSAW has shown great success. The weight factor increased the performance of the SSA. Local and global search capabilities of SSA increased with weight factor.

Table 7. Wilcoxon signed-rank test on SSA and ISSAW in dimension={10, 20, 30} (p ≤ 0.05 are underlined)

Function	ISSAW-SSA					
	Dimension=10		Dimension=20		Dimension=30	
	p	h	p	h	p	h
<i>f1(x)</i>	0,71498	0	0,88173	0	0,02786	<u>1</u>
<i>f2(x)</i>	0,04787	<u>1</u>	0,03595	<u>1</u>	0,47348	0
<i>f3(x)</i>	0,04986	<u>1</u>	0,04075	<u>1</u>	0,04103	<u>1</u>
<i>f4(x)</i>	0,02193	<u>1</u>	0,01922	<u>1</u>	0,96764	0
<i>f5(x)</i>	0,37931	0	0,90312	0	0,00070	<u>1</u>
<i>f6(x)</i>	0,00936	<u>1</u>	0,03933	<u>1</u>	0,03923	<u>1</u>
<i>f7(x)</i>	0,81815	0	0,86043	0	0,01678	<u>1</u>
<i>f8(x)</i>	0,03501	<u>1</u>	0,04075	<u>1</u>	0,98921	0
<i>f9(x)</i>	0,88173	0	0,83923	0	0,03620	<u>1</u>
<i>f10(x)</i>	0,04695	<u>1</u>	0,01815	<u>1</u>	0,57922	0

In addition to the SSA algorithm, the ISSAW algorithm is compared to well-known heuristic algorithms and the new algorithms selected from the literature. The parameter sets used in the comparison are shown in Table 8. Results of BA, M1, M2, (M1 and M2 algorithms are modified with BA) (Liu et al., 2018) and ISSAW are shown in Tables 9-10. The best results are shown in bold.

Table 8. Parameters settings of comparative algorithms in BA, M1, M2, M3, and ISSAW

Algorithms	Population size	Maximum iteration	Dimension
BA	50	500	10,30
M1	50	500	10,30
M2	50	500	10,30
ISSAW	50	500	10,30

Table 9. The comparison results of BA, M1, M2, and ISSAW (Dimension=10)

F	Features	BA	M1	M2	ISSAW
f1	Mean	7,83E+03	6,19E+03	7,40E+03	4,44E-01
	Std.Dev.	4,33E+03	4,43E+03	4,84E+03	2,03E-01
f4	Mean	4,96E+04	4,18E+04	4,42E+04	6,65E+00
	Std.Dev.	5,76E+04	7,05E+04	4,82E+04	5,94E+00
f8	Mean	5,80E+01	4,19E+01	5,55E+01	5,81E+00
	Std.Dev.	1,62E+01	1,64E+01	1,45E+01	2,25E+00
f9	Mean	1,82E+01	1,59E+01	1,67E+01	2,28E-03
	Std.Dev.	8,38E-01	2,74E-01	1,49E-01	2,73E-03
f10	Mean	9,47E+01	5,93E+01	9,22E+01	2,10E+00
	Std.Dev.	3,21E+01	4,02E+01	3,60E+01	1,08E+00

Table 10. The comparison results of BA, M1, M2, and ISSAW (Dimension=30)

F	Features	BA	M1	M2	ISSAW
f1	Mean	3,58E+04	2,57E+04	3,34E+04	2,15E+02
	Std.Dev.	1,34E+04	1,28E+04	1,37E+04	9,12E+01
f4	Mean	6,08E+04	5,03E+05	5,68E+05	8,15E+02
	Std.Dev.	4,65E+05	5,60E+05	5,17E+05	2,42E+02
f8	Mean	2,00E+02	1,93E+02	1,84E+02	9,83E+01
	Std.Dev.	3,06E+01	3,45E+01	2,60E+01	1,42E+01
f9	Mean	1,89E+01	1,80E+01	1,80E+01	3,29E+00
	Std.Dev.	4,07E-01	3,56E-01	1,84E-1	1,03E-01
f10	Mean	3,76E+02	2,81E+02	3,34E+02	2,38E+03
	Std.Dev.	1,07E+02	9,56E+01	1,22E+02	7,24E+02

5. CONCLUSION

In this paper, we propose a new optimization method named ISSAW. In ISSAW, for the purpose of balancing the ability of global exploration and local exploitation, the dynamic weight factor is introduced to a population position update formula. In order to verify the performance of ISSAW, ten benchmark functions with different characteristics are adopted in this paper. The experimental results prove the effectiveness of the weight factor. ISSAW has higher convergence precision and stronger robustness. Finally, the application of the improved algorithm in some practical engineering optimization problems needs to be further studied in future work.

REFERENCES

- Adewumi, A. O., & Arasomwan, A. M. (2016). An improved particle swarm optimizer based on the swarm success rate for global optimization problems. *Journal of Experimental & Theoretical Artificial Intelligence*, 28(3), 441–483.
- Baş, E., Ülker, E. (2020a). A binary social spider algorithm for continuous optimization task, *Soft Computing*, <https://doi.org/10.1007/s00500-020-04718-w>.
- Baş, E., Ülker, E. (2020b). An efficient binary social spider algorithm for feature selection problem, *Expert Systems With Applications* 146, 113185.
- Chen, L., Zhang, L., Guo, Y., Huang, Y., & Liang, J. (2014). Blind signal separation algorithm based on temporal predictability and differential search algorithm. *Journal on Communications*, 35(6), 117–125.
- Cuevas, E., Cienfuegos, M., Zaldívar, D., Pérez-Cisneros, M. (2013). A swarm optimization algorithm inspired in the behavior of the social-spider, *Expert Systems with Applications* 40, 6374–6384.
- Dorigo, M. (2006). M. Birattari, T. Stutzle, *Ant colony optimization*, *Comput. Intell. Magazine, IEEE* 1 (4), 28–39.
- El-Bages, M.S., Elsayed, W.T. (2017). Social spider algorithm for solving the transmission expansion planning problem, *Electric Power Systems Research* 143, 235–243.
- Elsayed, W.T., Hegazy, Y.G. (2016). Bendary F.M., El-Bages M.S., Modified social spider algorithm for solving the economic dispatch Problem, *Engineering Science and Technology, an International Journal* 19, 1672–1681.
- Gandomi, A.H., Yang, X.-S., Alavi, A.H. (2013). Cuckoo search algorithm: a metaheuristic approach to solve structural optimization problems, *Eng. Comput.* 29 (1), 17–35.
- Karaboga, D. (2005). An Idea Based on Honey Bee Swarm for Numerical Optimization, Erciyes University, Engineering Faculty, Computer Engineering Department, Technical report-tr06.
- Kennedy, J. (2010). Particle swarm optimization, in C. Sammut, G.I. Webb (Eds.), *Encyclopedia of Machine Learning*, Springer US, Boston, MA, pp. 760–766.
- Liu, Q., Wu, L., Xiao, W., Wang, F., Zhang, L. (2018). A novel hybrid bat algorithm for solving continuous optimization problems, *Applied Soft Computing Journal* 73, 67–82.

- Maeda, M., & Tsuda, S. (2015). Reduction of artificial bee colony algorithm for global optimization. *Neurocomputing*, 148, 70–74.
- Mousa, A., Bentahar, J. (2016). An Efficient QoS-aware Web Services Selection using Social Spider Algorithm, The 13th International Conference on Mobile Systems and Pervasive Computing (MobiSPC 2016), *Procedia Computer Science* 94, 176 – 182.
- Surjanovic, S., Bingham, D. (2019). Virtual Library of simulation experiments: test functions and datasets, <http://www.sfu.ca/ssurjano>.
- Wu, J., Ruijie Nan, R., Chen, L. (2019). Improved salp swarm algorithm based on weight factor and adaptive mutation, *Journal of Experimental & Theoretical Artificial Intelligence*, 31:3, 493-515, DOI: 10.1080/0952813X.2019.1572659.
- Yang, X.-S. (2010). Firefly algorithm, stochastic test functions, and design optimization, *Int. J. Bio-Inspired Comput.* 2 (2), 78–84.
- Yang, X. S. (2013). Multiobjective firefly algorithm for continuous optimization. *Engineering with Computers*, 29(2), 175–184.
- Yang, B., Luo, W., & Wang, B. (2017). Constrained nonnegative matrix factorization based on particle swarm optimization for hyperspectral unmixing. *IEEE Journal of Selected Topics in Applied Earth Observations and Remote Sensing*, 10 (8), 3693–3710.
- Yu, J.J.Q., Li V.O.K. (2015). A social spider algorithm for global optimization, *Applied Soft Computing* 30, 614–627.
- Yu, J. J.Q., & Li, V.O.K. (2016). A social spider algorithm for solving the non-convex economic load dispatch problem. *Neurocomputing*, 171(C), 955–965.
- Zhang, J., Wang, Z., & Luo, X. (2018). Parameter estimation for soil water retention curve using the salp swarm algorithm. *Water*, 10(6). doi:10.3390/w10060815.

INFORMATION TECHNOLOGY TEACHERS' VIEWS ON THE USE OF TINKERCAD

Prof. Dr. Selami ERYILMAZ

Gazi University, Computer Education and Instructional Technology, Ankara, Turkey.
selamieryilmaz@gazi.edu.tr

Gülhanım DENİZ

Gazi University, Computer Education and Instructional Technology, Ankara, Turkey..
gulhanim.deniz1@gazi.edu.tr

ABSTRACT

This study aims to determine the opinions of Information Technologies teachers who teach Tinkercad about this program. The research is a qualitative case study. The study group consists of eleven Information Technologies teachers. Research data was collected using the teacher interview form for the use of Tinkercad software. The teachers have focused on using Tinkercad's 3D design menu according to research findings. Training activities are carried out individually and in groups. It has been observed that individual work contributes to the development of students' creativity skills, while group work emphasizes peer learning, cooperative learning, and respect for different ideas. While Tinkercad's interface and ease of use are determined as the advantage of this program in the studies conducted, the fact that it is browser-based and does not work offline is seen as its disadvantage. Tinkercad is an effective program for students to acquire many cognitive, affective, and psychomotor acquisitions. Tinkercad activities can be used as a tool to affect the creativity, algorithmic thinking, collaboration, critical thinking, and problem-solving sub-dimensions of students' computational thinking skills. However, this process did not proceed in a planned way, as the teachers did not have sufficient knowledge about computational thinking skills.

Key Words: 3D design, Computational Thinking, Information Technology Teacher, Tinkercad, 21st Century Skills.

INTRODUCTION

The technologies that emerged in the Twenty-First Century affect the way of life of individuals on the one hand, and shape the way of their thinking on the other hand. In this century, information is conveyed about how to use new technologies, how they can benefit, and most importantly, what they can do with them, instead of ensuring that students receive information and retain it in their memory with rote logic. It is understood that it is very important to include interactive 3D technologies in education, as most of the young people today are "digital natives" and students who demand the use of "up-to-date digital" applications (Papp, Tornai & Zichar, 2016) The projects carried out with the technologies used both enliven the imagination of the students and enable them to gain production skills with technology. This changes the dynamics of consumer culture by transforming users from passive consumers to active creators. (Papp et al, 2016).

In addition to the technologies used, the acquisition of 21st-century skills depends on the knowledge, skills, and attitudes of the trainers or teachers who teach technology towards new technologies. In this case, besides providing students with basic skills related to ICT, schools, and teachers have the most important role in effectively integrating technology into the learning-teaching processes of different courses (Şad and Nağacı, 2015).

In line with the goal of our country's 2023 Education Vision, Tinkercad is used to help middle school students acquire IT production skills, and with its 3D Design, Circuit, and Code Blocks menus, students gain design and production skills (The Ministry of National Education, 2018). In a study conducted on teacher candidates, it was found that Tinkercad is effective in permanent learning. Also, the candidates stated that Tinkercad could be effective on students' interests, attitudes, and motivations (Doğan & Kahraman, 2020). Besides, Tinkercad's cheapness, user-friendliness, and ease of use are stated as their advantages (Mohapatra et al., 2020). Given the different perception systems, students can understand both theoretical and practical concepts using the Tinkercad tool. Also, students can easily increase their programming knowledge when they use their programming knowledge effectively (B. Mohapatra, Mohapatra, Jijnyasa & Zagade, 2020).

The Aim of the Study

It is thought that the good integration of Tinkercad into the educational environment will be through determining the opinions of teachers about Tinkercad. It is important to determine the knowledge, skills, and attitudes acquired by Information Technology (IT) teachers in this process in terms of being a new technology of Tinkercad, for its features to be fully understood by all Information Technologies teachers and to be used within a common curriculum. In this context, answers to the following research questions were sought:

1. What are the opinions of IT teachers about Tinkercad 3D design projects?
2. What are the opinions of IT teachers about conducting Tinkercad training activities individually or as a group works?

3. What are the opinions of IT teachers about the achievements that Tinkercad aims to bring to students?
4. What are the opinions of IT teachers about the advantages and disadvantages of using Tinkercad?
5. What are the opinions of IT teachers about improving computational thinking skills to students with Tinkercad?

RELATED RESEARCHES

Studies have shown that when Tinkercad is used in combination with different technologies, studies have been conducted that contribute to enriching students' learning experiences. For example, a study was conducted in which students showed 3D models designed using Tinkercad with augmented reality technology (Yamasima & Hori, 2021). In a study conducted by a group of primary school children in Valparaiso-Chile using Scratch and Tinkercad to improve their programming and Arduino-based computing-electronics competencies, it has been determined that these tools can effectively develop students' theoretical and practical skills, as well as gain students' ability and enthusiasm to know more advanced skills and applications related to detection systems. (Silva, Malebran & Pereira (2019).

Due to the Covid 19 outbreak, educational activities have shifted to online classes. Therefore, in another study, Arduino IDE micro controller online training was designed using free Tinkercad simulation. Results show that students have a high interest in online workshop (Amalia, Igaamoka, Septiani & Fazal, 2020) In the case of Covid 19, Tinkercad helps students to connect and create their plans with a different equipment without the need for any equipment or physical hardware such as switches, cables, LED lights (Mohapatra et al., 2020; M. Vera, Vera, Vásquez and Panez, 2018).

Díaz, Hernández, Ortiz, and Lugo (2019) made Tinkercad's Codebloks menu available to students studying in different undergraduate programs in a summer course. Students who thought it was difficult before using this application enjoyed it later. However, the fact that the tool is new and has a limited scope of application (3D modeling only) causes insufficient information on its use.

In the study conducted by Deniz (2020) with 583 middle school students and Lim and Kim (2019) with 25 sixth grade students, it was found that Tinkercad is an effective tool for students to gain computational thinking skills. Also, TinkerCad is used in South Korean 3D modeling education to improve the computational thinking skills of South Korean primary school students (Yi, Jung & Lee, 2017).

On the other hand, it is seen that Tinkercad is also used in different areas. Cherry (2016) taught students to design 3D characters through Tinkercad to be used in short film animation. Kuo, Laiy, and Kao (2018), on the other hand, enabled students to print out their dessert designs designed in Tinkercad using 3D Food printers. Madar, Goldberg, and Lam (2018) enable students to see the designs they make in Tinkercad (for example, home design) as a prototype by transferring them to a virtual reality environment and share the latest developed version with their peers via the web environment with C3d.io, a special tool they have developed. Ng (2017) used the effect of 3D CAD and 3D printing to make it easier for students to learn solid volume in math class.

METHOD

The research was carried out using the case method, one of the qualitative research methods. "Case study" is defined as a method in which one or more events, settings, programs, social groups, or other interconnected systems are examined in depth. (Büyüköztürk et al., 2019, p. 268).

Study Group

While determining the study group of the research, private course centers, private schools, and public schools that provide Tinkercad education in their institutions were taken into consideration. Among these institutions, the private course center and private school provide Tinkercad training to their students in line with their means. It was determined that state schools, on the other hand, provided Tinkercad training to their students within the scope of the facilities provided to their schools within the scope of the "IT production" project. In this context, 11 Information Technologies teachers participated in the study. 7 (63.6%) of these participants are female and 4 (36.4%) are male teachers. It was determined that 9 of the teachers participating in the study were working in Ankara, 1 teacher was working in Siirt and 1 teacher was working in Afyon.

Data Collection Tool

The semi-structured interview form (Teacher Interview Form for the Use of Tinkercad Software) prepared to get teachers' opinions about Tinkercad software was developed by referring to the expert opinions of seven academicians for language and field evaluation. Afterward, the applicability of the form was tested by taking the opinions of three teachers. The form prepared with the last corrections consists of 11 items.

Data Collection

While collecting the research data, it was first tried to identify the Information Technology teachers in Tinkercad education schools. In this context, a semi-structured interview form was applied by interviewing the Information

Technologies teachers who were determined to be trained. Also, a semi-structured interview form was conducted through Google Forms by reaching six ITC teachers who teach Tinkercad via social media. The opinions obtained from the teachers within the scope of this study were coded as T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, and T11 and explained in the findings section of the research.

Analysis of Data

The qualitative data collected by using the Teacher Interview Form for the Use of “Tinkercad” Software was analyzed using the content analysis method, one of the qualitative data analysis methods. Content analysis is used to determine the existence of words, concepts, themes, idioms, characters, or sentences in one or more texts and quantify them (Seggie & Bayyurt, 2015, p.253-254). For this reason, the data obtained from the semi-structured interview form applied to 11 Information Technology teachers were interpreted by descriptive analysis within the scope of the questions in the interview form determined as the theme.

FINDINGS

1. Teachers' Opinions on the Usage of Tinkercad Menus

The preference of teachers for 3D Design, Circuit, and Code Blocks menus in Tinkercad to prepare 3D projects is presented in Table 1 by structuring under 3 categories. The aims of teachers to prefer Tinkercad menus are structured under 9 codes and presented in Table 1.

Table 1: Teachers' Views on Tinkercad 3D Design, Circuit and Code Blocks

Categories	Codes	Sample Sentences	f	%
3D Design	Giving perspective from different viewpoints	<i>“3D Design provides the settlement of 3-dimensional concepts and gaining perspective from different viewpoints while designing it. The students enjoyed seeing how a figure they drew looks like in any size and being able to draw exactly the shape of the object.” (T1)</i>	1	7,1
	Teaching a new program	<i>“I used almost all the parts of 3D Design ... As for starting a new program, I encountered reactions such as curiosity and interest from my students. However, the students who used the program before had also had irrelevant attitudes.” (T3)</i>	1	7,1
	Being interesting	<i>“It was an educational program that attracted their attention and was interesting. Students created enjoyable and lovely projects.” (T9)</i>	5	35,7
	Teaching 3D Design	<i>“I used it in computer-aided design in the Technology Design course. Students better grasp three-dimensional design” (T6)</i>	4	28,5
	Improving students' visual and spatial perceptions	<i>“We used 3D design to help my students improve their visual-spatial perception and bring their ideas to life. (T2)</i>	2	14,2
	Make the students draw their dreams with 3D	<i>“They drew everything in their dreams as they wished in 3D.” (T4)</i>	1	7,1
Total			14	100
Circuit	Teaching the circuit concept before Arduino training	<i>“We made drawings to prepare prototypes for the projects they developed. Circuit was used for understanding the circuit concept before proceeding with Arduino training.” (T2)</i>	4	80
	Increasing Motivation	<i>“Students made simple circuit designs. Before making the circuits concretely, we designed them to see them in a virtual environment. They were very excited. Their motivation increased.” (T4)</i>	1	20
Total			5	100
Code Blocks	Enjoying Tinkercad	<i>“They used 3D design and code blocks menus. The student loved Tinkercad. If I do not give another activity, the student is busy with Tinkercad all day. He liked Tinkercad more than Robotics” (T7)</i>	1	100
Total			1	100

When the table is examined, it is emphasized that the teachers prefer the 3D design menu as the "interesting" code. The fact that three-dimensional design develops students' imagination, is remarkable and intriguing, has added weight to the use of this menu. It also contributed to the development of students' visual and spatial skills. While the circuit menu provides circuit design before Arduino, the Code Blocks menu was determined to be used by only 1 teacher because the students love to code.

2. Findings Regarding 3D Projects Made Using Tinkercad Software

Project preferences used by teachers while creating 3D designs are presented in Table 2 under 2 codes.

Table 2: Teachers' opinions about the project preferences they used while creating 3D designs

Codes	Sample Sentences	f	%
Ready-made projects in Tinkercad	<i>"Especially Tinkercad has many ready-made designs. Students had the opportunity to use most of them following the given application assignments." (T3)</i> <i>"Making a pizza, How to build a log cabin, Fruit still life" (T11)</i> <i>"We used many community-created shapes for 3d design in our projects." (T2)</i>	3	27,2
Project Preferences Of The Teachers			
Instead of a ready-made project, students make their designs	<i>"Students like to use tools such as home sofa while designing their home." (T4)</i>	8	72,7
Total		11	100

When the table is analyzed, it is seen that most of the teachers allow students to make their designs instead of ready-made projects. When asked about the aspects of the ready-made projects that the teachers liked, it was seen that 5 teachers stated that the projects contributed to gaining ideas. The favorite aspects of using ready-made projects were stated as follows by some participants:

"Ready-made projects helped me get ideas" (T11)

"A good support educational material for visual study for fifth and sixth-grade students without the need for a very high-level computer at a basic level" (T2)

"It makes learning easier by explaining all the skills needed to learn the application step by step as a project." (T3)

When the teachers were asked about the aspects of the project designs that they disliked or thought to be improved, many teachers stated that they did not like them, but some of the teachers included the problems they encountered. The disliked aspects of using ready-made projects were stated as follows by some participants' expressions:

"We are having language difficulties. Translation tool fails to explain exactly what the training means" (T3)

"If we consider the interdisciplinary course design, projects that emphasize other lessons can be added." (T11)

6 teachers (T2, T3, T6, T7, T8, and T11) stated that they use "Sketch Up", "Thingiverse", "Adobe Illustrator", "Sculptris" and "Solidworks" as 3D software other than Tinkercad.

3. Findings Regarding Teachers 'Views Regarding Students' Conducting Activities as Individual or Group Work

The tasks that teachers give to students in individual studies are structured under 4 codes and shown in Table 3. The way teachers create group work is structured under 3 codes and shown in Table 3.

Table 3: Teachers' opinions on the way of giving individual activities and forming groups

Codes	Sample Sentences	f	%
Drawing of a specific object	<i>"A pen holder and a home garden with their names written" (T1), "Home design, rocket design" (T5), "Mug and phone case" (T6), "Geometric shapes or objects" (T7), "Button design" (T8)</i>	5	50
Individual work			
Free design	<i>"Free design" (T4)</i>	2	20
Integrated STEM Applications	<i>"I used the integrated STEM education applications I developed in my thesis.." (T3)</i>	1	10

	Basic works of Tinkercad	<i>"First of all, I had studied the basic tasks such as moving objects, sizing, aligning, and drilling. Then I asked them to design their rooms. (T11)"</i>	2	20
	Total		10	100
Group work		<i>"Each student was assigned to do a part of the project" (T1)</i>		
		<i>"Students become responsible for doing a part of the design and finally combine it and complete it, strengthening the communication and social bond between them." (T2)</i>		
	The teacher created the group and determined the task himself/herself	<i>"I made a group of those who can use the program well and those who cannot use it well so that they will learn to use the program." (T6)</i>	5	71,4
		<i>"I divided the design to be made and assigned the students accordingly" (T10)</i>		
		<i>"Each application had its instructions and I wanted teams of usually 4-6 people to be set up. I wanted the students to do the task distribution here themselves. Thus, I wanted the awareness of responsibility to be developed." (T3)</i>		
	Students formed a pair of groups according to their choices.	<i>"I let them create groups of two according to their choices." (T8)</i>	1	14,2
	The teacher created a group according to the interests of the students.	<i>"I formed groups according to the areas they are interested in. Working in the field of their interest increases their motivation. I created homogeneous groups because I work with the younger age group." (T11)</i>	1	14,2
	Total		7	100

When the table is examined, it is seen that the teachers assigned tasks to the students for "drawing a certain object" in individual tasks. While teachers were doing group work, "they did the task of forming groups and determined the task themselves". It is observed that teachers take different needs into account when forming groups. The advantages expressed by teachers for individual activities are presented in Table 4, structured under 7 codes. The disadvantages of these activities are presented in Table 4, structured under 3 codes.

Table 4: Opinions of Teachers Regarding Conducting Activities Individually

	Codes	Sample Sentences	f	%
Advantages	Developing the imagination of students	<i>"As the needs of each change, it allows them to develop different ways of imagination and solution." (T1)</i>	1	14,2
	Increasing the learning speed of students	<i>"Students' learning speed is increasing and each individual's imagination cannot be restricted by someone else." (T5)</i>	1	14,2
	Students can be able to master all the lines of the subject	<i>"The student can fully master all the lines of the subject" (T3)</i>	1	14,2
	Students seeing their own mistakes	<i>"Giving students individual activities allows students to see their own mistakes" (T4)</i>	1	14,2
	Students gain experience	<i>"Everyone gaining their own experience" (T6)</i>	1	14,2
	Students progress at their own learning pace	<i>"Students progress at their own learning pace" (T8)</i>	1	14,2
	Students gain the ability to design	<i>"The advantage of doing it individually is to gain the ability to do it alone or in group work." (T11)</i>	1	14,2
	Total		7	100

Disadvantages	Students staying away from different ideas	“Students stay away from different ideas and group dynamics with individualized learning” (T11)	1	16,6
	Designs take time	“Students are stuck at some points”(T4) “Designs take a long time”(T6)	2	33,3
	No Peer Learning	“Students can't learn from others”(T2) “Individual studies will emphasize competition by nature. This can cause classroom conflicts. There will be no peer learning-. It can cause students to behave selfishly. In short, it will eliminate sharing and cooperation.”(T3)	2	33,3
	Not enough computers	“There are not enough computers in our school” (T10)	1	16,6
Total			6	100

When the table was examined, teachers expressed many advantages for individual activities. In particular, it was found that providing learning opportunities by taking into account students' own learning needs is important for students' individual development. As a disadvantage, the code "designs take a long time" and "no peer learning" come to the fore. Also, a teacher expressed a deficiency by stating that there were not enough computers for every student in their school.

The advantages and disadvantages expressed by the teachers for conducting the activities as group work are presented in Table 5, structured under 4 codes.

Table 5: Teachers' Views on Holding Activities as a Group

	Codes	Sample Sentences	f	%
Advantages	Providing peer learning	“They can manage ' (T2 and T10), speed up and exchange ideas	2	20
	Ensuring cooperative learning	“When students have difficulty, they can assist and help each other. ”(T3 and T8) “Teamwork has indirect and direct positive effects on the development of important skills such as interpersonal communication, collaboration, respect for different ideas, and sense of responsibility.” (T4)	3	30
	Respecting different opinions	“Students understand that there can be different ideas and perspectives.” (T5)	3	30
	The emergence of better designs	“Teamwork has often encouraged solidarity and revealed the team spirit. Studies with different ideas have been enriched” (T11)	2	20
	Total			10
Disadvantages	Negativities in the Classroom	“School environment or working environment is not always suitable” (T2)	1	12,5
	Designs do not fit together	“Designs do not fit together.” (T3)	2	25
	It creates a conflict environment due to the unequal sharing of workload between students	“The motivation of the students who do not comply with the team spirit decreases. In the team, the workload of more working students and the weakness of others' contribution to the work may result in discussions.” (T10)	3	37,5
	Creating an intergroup competitive environment	“I think it is necessary to pay attention to this competitive element. Various conflicts can arise within the group. Students who are not responsible within the group can cause problems.”(T4)	2	25
	Total			8

When the table is examined, it is seen that the codes of “ensuring collaborative learning” and “being respectful to different ideas” stand out as advantages of group work. However, group work creates a disadvantage if “it creates a conflict environment due to the unequal sharing of workload between students”. In this case, it can be interpreted that teachers should work in a way that minimizes the formation of conflict while creating a competitive environment in the classroom while doing group work.

4. Views on Targeted Gains for Students Related With Tinkercad

The situations of Tinkercad to provide students with cognitive, affective, and psychomotor gains are structured under 3 codes and presented in Table 6.

Table 6: Teachers' Views on the Effect of Tinkercad on Cognitive, Affective, and Psychomotor Gains

	Codes	Sample Sentences	f	%
The Effect of Tinkercad on Cognitive, Affective and Psychomotor Gains	Effective in all cognitive, affective, and psychomotor gains	<i>"I think Tinkercad is effective in all cognitive, affective, and psychomotor domains. Cognitive-spatial thinking, the motivation to do as a result of affective-production and design, and effective mouse use with Psychomotor Learning"</i> (T11)	8	80
	There is no common gain program, the teacher sets it up	<i>"There was no explanation from the National Education regarding the achievements that were required to be gained during the teaching of the program. For this reason, the program was not made to a certain extent. When the student sees any object such as glass, if he has an idea about how to draw this glass, the student has achieved the goal."</i> (T7)	1	10
	Teachers' attitudes and behaviors are effective in achieving the gains	<i>"Whether these variables will have a positive effect is a matter of how you integrate this program into the course process."</i> (T3)	1	10
Total			10	100

When the table was examined, most of the teachers stated that Tinkercad was effective in the acquisition of three gains. However, a teacher stated that there is no common outcome program determined by the Ministry of National Education and that the outcomes are usually determined by teachers' wishes. This situation has brought the conclusion that Tinkercad education is not taught from the center under a certain plan and program, therefore students who receive education do not acquire common gains. Another teacher points out that teachers' attitudes and behaviors are also effective in the acquisition of the outcomes.

Since the teachers did not implement a common Tinkercad training program, it is seen that they made different applications in the acquisition of cognitive, affective, and psychomotor gains. Teachers coded T4, T5, T6, T9, and T11 provided design tasks and achieved the targeted gains. Some of the teachers' duties are stated as follows with their expressions:

"Cognitive - applications were made where they could show how to use Add-ons and what shapes to use. Emotionally, they found the opportunity to value and appropriate themselves through their names or by giving examples that they could draw their own houses. For the objects we give psychomotor, they are free about the hole types or sizes that will reflect their feelings in works such as wood or pencil case. Thus, their stimulation and skills are increased." (Ö1)

"In one example, we decided to make students' prosthetic hand design. In this process, children researched and learned how joints in human hands work, then they contacted and empathized with people who needed a prosthetic hand and learned their needs. Finally, they designed the prosthesis and implemented it." (T2)

5. Findings of Teachers on Advantages and Disadvantages of Tinkercad Software

The advantages of using Tinkercad are structured under 5 codes, and the disadvantages are structured under 3 codes and presented in Table 7.

Table 7: Teachers' Views on the Advantages and Disadvantages of Tinkercad Use

Advantages and Disadvantages of Using Tinkercad				
	Codes	Sample Sentences	f	%
Advantages	Its Interface and Ease of Use	<i>"Objects are easy and measure input is easy. It has advantages such as remote control and maintaining classroom order."</i> (T1) <i>"Easy to use, ideal for middle school students and ready-made shapes available"</i> (T2)	5	38,4
	Available Online	<i>"Being online"</i> (T10) <i>"Saving all of Tinkercad's works without deletion"</i> (T4)	2	15,3
	Having 3D Design, Circuit and Code Blocks menus	<i>"Tinkercad can teach and apply many areas such as 3D design, coding, Arduino circuit setup."</i> (T5)	1	7,6

	Developing many skills such as 3D thinking, critical thinking, creative thinking	<i>"Tinkercad enables students to think in three dimensions. Due to Tinkercad, students' drawings are improved. Tinkercad has reduced game addiction."</i> (T9) <i>"I have seen that they have indirect or direct positive effects on many skills such as critical thinking, creative thinking, scientific creativity, which are defined as 21st-century skills."</i> (T3)	4	30,7
	Being entertaining	<i>"entertaining"</i> (T8)	1	7,6
	Total		13	
Disadvantages	Being a browser-based program	<i>"It is a browser-based program. In cases where there is no internet, it can sometimes cause problems since it doesn't work. Also, students who consider everything as 2 dimensions may have problems when they first encounter the 3rd dimension."</i> (T4)	2	50
	Not working in offline mode	<i>"Not being offline and requiring a working environment outside of class hours. Therefore, students cannot practice adequately."</i> (T2)	1	25
	Limited for detailed designs	<i>"Limited for detailed designs"</i> (T3)	1	25
	Total		4	100

When the table is examined, it is seen that many of the teachers emphasize the advantages of Tinkercad software with the statements as "its interface and it's easy to use". Also, its advantages include "developing many skills such as 3D thinking, critical thinking, and creative thinking". However, Tinkercad's being a browser-based program, not working in offline mode, and not allowing detailed designs were evaluated as disadvantages. One teacher stated the disadvantage of Tinkercad in his own words:

"The disadvantage of Tinkercad is that it is online. Also, registration with an e-mail address created a problem for us; because our working group is 10-13 years old. At this age, they cannot legally receive e-mail. It is not ethical. The work took a long time because we were dealing with parental permission. This situation was tiring us." (T5)

5. Findings on Teachers 'Use of Tinkercad Software to Improve Students' Computational Thinking Skills

When teachers were asked about the effect of Tinkercad on the sub-dimensions of computational thinking (problem-solving, algorithmic thinking, creativity, cooperative learning, critical thinking), it was seen that teachers did not have sufficient knowledge about computational thinking. It can be said that this is effective because computational thinking is a new concept and an agreed definition has not yet been reached. After explaining to the teachers about computational thinking, most of the teachers explained that Tinkercad is an effective program in all sub-dimensions of computational thinking skills. Some of the participants stated as follows:

"Tinkercad is a learning platform that will contribute to each of the sub-dimensions. 3D is useful for the student to create something of their own and for collaboration among students." (T1)

"Problem-solving, creativity. The designs he draws in the 3D design are a product of the creativity of the student and are effective in all sub-dimensions of computational thinking."(T7)

"Tinkercad promotes creativity and critical thinking. The student designs with an idea. After a few days, he designs again with his new knowledge. Critical thinking comes into play at this point"(T4)

"While 3D develops itself in areas such as problem-solving and analysis while designing, it helps the development of critical thinking, creativity, algorithmic thinking skills in the coding part" (T5)

"Tinkercad contributes to algorithmic thinking, the student designs the object to be designed by thinking step by step. It is effective in the development of creativity and the emergence of different designs." (T11)

"Tinkercad creates creativity, different drawings, and objects, enables algorithmic thinking and critical thinking, questioning causes and solutions, and provides problem-solving and finding alternative solutions."(T9)

"The use of the 3D design in education with Tinkercad, which also contributes to computational thinking from the whole to the part, supports this mindset of children." (T11)

Also, teachers made the following explanations to the programs that can be used in the development of computational thinking skills: T1 *"Mine craft education or scratch JR"*, T4 *"Flow chart"*, T5 *"Scratch, Mblock"*, T6 *"Sketchup, Code.org, blockly, scratch, s4a, mblock"*, T10 *"S4A, mBlock, Scratch"*, T11 *"Sketchup can be used as a 3D program"* T7 *"3D programs, programming languages, photoshop... All available"*.

CONCLUSION, DISCUSSION, AND SUGGESTIONS

This study was carried out with 11 Information Technologies teachers. It is seen that teachers focus on the 3D Design section from the menus in Tinkercad. It has been determined that teachers prefer this situation because Tinkercad is "interesting". In a study by Ng (2017), it was stated that one of the students explained this situation with the statement "I liked this project because it was fun to create something and show my ideas in a 3D model". Design activities support a student's active participation in the learning process by providing opportunities to create products that improve cognitive strategies and processes (Aydoğdu and akir, 2019). While the circuit menu is used for pre-Arduino circuit design, the Kodblocks menu is not used by many teachers because it is a newer section. It is seen that teachers prioritize students to use their designs instead of using ready-made projects in three-dimensional design educations. It is thought that this situation provides an opportunity for students to draw the objects in their imaginations more comfortably. According to Leinonen, Virnes, Hietala, and Brinck (2020), 3D activities in school should be planned accordingly to develop creative learning and design thinking skills. It is demonstrated that design thinking can provide students with a general understanding of the creative and complex process in digital fabrication processes (Smith, Iversen, & Hjorth, 2015).

Design activities can be done individually or as group work. Both cases have their advantages and disadvantages. In the individual study, skills that support students' creative skills come to the fore, while in group studies, peer learning, collaborative learning, and respect for different ideas come to the fore. In individual work, lack of peer learning, staying away from different ideas, and taking time for designs are seen as disadvantages. This situation causes 3D design activities that take time to not be trained during the Information Technologies and Software course in our schools. Since Tinkercad is a browser-based program and does not work in offline mode, it creates a problem for students who do not have a computer at home. In group work, this situation, which the group environment will bring along with a noise environment in the classroom, is seen as a disadvantage because it creates an environment of conflict within and between groups.

Also, Tinkercad was found to be effective in students' acquisition of many cognitive, affective and psychomotor acquisitions. However, because Tinkercad has been trained in certain schools within the scope of the "production with informatics" project and teachers determine the gains themselves, it has been found that students do not receive education within the scope of a common acquisition program. This situation also clarifies the case of differences in individual or group activities given to students. Therefore, zdemir (2019) applied a lesson plan prepared by Tinkercad to investigate the effect of primary and secondary school students' cognitive rotation skills. In the individual study, lack of peer learning, distance from different ideas, and time-consuming designs are seen as disadvantages. This causes time-consuming 3D design activities to be unable to be trained during the Information Technology and software course in our schools.

It is stated that Tinkercad's interface and ease of use provide an advantage for students to develop many thinking skills such as 3D thinking, critical thinking, and creative thinking. In a similar study conducted by Doğan and Uluay (2020), 40 pre-service science teachers stated that they did not have any difficulties while using and practicing Tinkercad. These thinking skills are related to problem-solving, creativity, collaborative learning, algorithmic thinking, and critical thinking sub-dimensions of computational thinking skills. It has been found that the studies conducted in Tinkercad affect students' computational thinking skills (Deniz, 2020). However, considering the explanations made by the teachers, it was determined that the teachers did not have enough knowledge about computational thinking skills, therefore they did not use Tinkercad consciously to improve students' computational thinking skills. This situation is thought to be because computational thinking is a new skill, yet it has not been defined clearly and has not been integrated into the curriculum comprehensively.

Considering that 3D printing technologies will become part of our daily lives like other technological products, Tinkercad is an important tool for students to acquire this skill at an early age. For this reason, considering the advantages and disadvantages of Tinkercad education, it is important to design the educational environment in a way that stimulates the students' interests, curiosity and motivation and minimizes their learning barriers for this education to achieve the desired success.

REFERENCES

- Amalia, D., IGAAMOKA, I., SEPTIANI, V., & FAZAL, M. R. (2020). Designing of Mikrokontroler E-Learning Course: Using Arduino and TinkerCad. *Journal of Airport Engineering Technology (JAET)*, 1(1), 8-14. Retrieved from <https://e-journal.poltekbangplg.ac.id/index.php/jaet/article/view/2>.
- Aydoğdu, Y.Ö., & akir, H. (2019). Effects of Design-Based Learning on Educational Outcomes. *Büyüköztürk, Ş., okluk, Ö. & Köklü, N. (2017). Statistics for social sciences*. Ankara: Pegem Academy.
- Cherry, M. (2016). Design...Print...Animate. *Indiana Libraries*, 35(1), 13-17.
- ekirge, E. (2019). *The effect of 3d printer usage on academic success, attitude, motivation and critical thinking dispositions*. Master's Thesis, Necmettin Erbakan University Institute of Educational Sciences, Konya.
- etin, E., Berikan, B. & Yüksel, A.O. (2019). Discovering the educational outcomes and formative evaluation of 3d design learning experience. *Educational Technology Theory And Practice*, 98(1), 21-49.

- Dere, H. E. (2017). *The effects of using web based 3D design applications on spatial visualisation and mental rotation abilities of middle school students*. Master's Thesis, Başkent University Institute of Educational Sciences, Ankara.
- Deniz, G. (2020). *The effect of Tinkercad use on students' computational thinking and perceptions in programming education*. Master's Thesis, Gazi University Institute of Educational Sciences, Ankara.
- Díaz, L. M., Hernández, C. M., Ortiz, A. V. & G. Lugo, L. S. (2019). *Tinkercad and Codeblocks in a Summer Course: an Attempt to Explain Observed Engagement and Enthusiasm*. Paper presented at the 2019 IEEE Blocks and Beyond Workshop (B&B), Memphis, TN, USA. doi: 10.1109/BB48857.2019.8941211.
- Doğan, A., & Kahraman, E. (2020). Pre-Service Science Teachers Experience with 3d Digital Design Technology .*Paper presented at the GLOBETSONline: International Conference on Education, Technology and Science*.
- Doğan, A. ve Uluay, G. (2020). *Pre-service science teachers' learning and implementation experiences with 3d technologies: the example of Tinkercad*. Trakya Journal of Education, 10(3), 980-994.
- Özdemir, S., Çetin, E., Çelik, A., Berikan, B. & Yüksel, O. A. (2017). Furnishing new generations with productive ICT skills to make them the maker of their own future. *Journal of Education and Future*, 11, 137-157.
- Özdemir, B. (2019). *A validation study of assessing the convergent spatial cognitive skills of primary and secondary school students*. Master's Thesis, Bahçeşehir University Institute of Educational Sciences, Ankara.
- Kuo, R., Laiy, W. & Kao, Y. (2018). *Application of digital modeling in the elementary school digital design workshop*. Paper presented at the 2018 1st IEEE International Conference on Knowledge Innovation and Invention (ICKII), doi: 10.1109/ICKII.2018.8569201.
- Leinonen, T., Virnes, M., Hietala, I., & Brinck, J. (2020). 3d Printing in The Wild: Adopting Digital Fabrication in Elementary School Education. *The International Journal of Art & Design Education*, 39(3), 600-615.
- Lim, D. & Kim, T. (2019). The effect of the integrative education using a 3d printer on the computational thinking ability of elementary school students . *Journal of The Korean Association of Information Education*, 23(5), 469-480.
- Madar, J., Goldberg, A. & Lam, K. (2018). *"Hour of code" with Virtual Reality*. Paper presented at the 23rd Western Canadian Conference, New York, USA.
- Milli Eğitim Bakanlığı. (2018). *2023 Education Vision*. Retrieved from <https://2023vizyonu.meb.gov.tr/>.
- Mohapatra, B. N., Mohapatra, R.K., Jijnyasa, J., & Shruti, Z. (2020). Easy Performance Based Learning Of Arduino And Sensors Through Tinkercad. *International Journal of Open Information Technologies*. Retrieved from <https://cyberleninka.ru/article/n/easy-performance-based-learning-of-arduino-and-sensors-through-tinkercad>.
- Mohapatra, B. N., Mohapatra, R. K., Jagdhane, V., Ajay, C. A., Sherkar, S. S., & Phadtare, V. S. (2020). Smart Performance of Virtual Simulation Experiments Through Arduino Tinkercad Circuits. *Perspectives in Communication, Embedded-Systems and Signal-Processing - PiCES*, 4(7), 157-160. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4249073>
- Ng, O. L. (2017). Exploring the use of 3D Computer-Aided Design and 3D Printing for STEAM Learning in Mathematics. *Digital Experiences in Mathematics Education*, 3, 257-263. 10.1007/s40751-017-0036-x.
- Taştı, M. B., Avcı Yücel, Ü., & Yalçınalp, S. (2015). Matematik öğretmen adaylarının üç boyutlu modelleme programı ile öğrenme nesneleri geliştirme süreçlerinin incelenmesi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1(2), 411-423.
- Vera, F.M., Vera, L.L., Vásquez, J.G., & V. Panez, M. (2018). *A Comparison of the Adaptive Behavior from Kids to Adults to Learn Block Programming*. Paper presented at the 13th European Conference On Technology Enhanced Learning (EC-TEL 2018), Leeds, UK.
- Papp, I., Tornai, R., & Zichar, M.(2016). What 3D technologies can bring to education: The impacts of acquiring a 3D printer. *Paper presented at the 2016 7th IEEE International Conference on Cognitive Infocommunications (CogInfoCom)*, Wroclaw, 2016, pp. 000257-000262, doi: 10.1109/CogInfoCom.2016.7804558.
- Silva, C., S. Malebran J. & Pereira, F. (2019). *Scratch and Arduino for effectively developing programming and computing-electronic competences in primary school children*. Paper presented at the 38th International Conference of the Chilean Computer Science Society (SCCC), Concepcion, Chile, doi: 10.1109/SCCC49216.2019.8966401.
- Seggie, F.N., & Bayyurt, Y. (2015). *Nitel Araştırma Yöntem, Teknik, Analiz ve Yaklaşımları*. Ankara: Anı.
- Smith, R.C., Iversen, O. S., & Hjorth, M. (2015). Design thinking for digital fabrication in education. *International Journal of Child-Computer Interaction*, 5, 20-28. <https://doi.org/10.1016/j.ijcci.2015.10.002>.
- Yamashima, K., & Hori, S. (2021) Dijital İşlemeye Yeni Başlayanlar için 3D-CAD'e Dayalı "Temel Medya Tasarımı" Sınıfı. İçinde: Cheng LY. (eds) ICGG 2020 - 19. Uluslararası Geometri ve Grafik Konferansı

- Bildirileri. ICGG 2021. Akıllı Sistemler ve Hesaplama Gelişmeler, cilt 1296. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-63403-2_87
- Yi, S., Jung, U. & Lee, Y. (2017). A Study on the direction of 3D Modeling Education Considering Computational Thinking Factors at Elementary School in South Korea. In J. Dron & S. Mishra (Eds.), *Proceedings of E-Learn: World Conference on E-Learning in Corporate, Government, Healthcare, and Higher Education* (pp. 505-508). Vancouver, British Columbia, Canada: Association for the Advancement of Computing in Education (AACE). Retrieved January 10, 2021 from <https://www.learntechlib.org/primary/p/181225/>

INSTRUCTORS' VIEWS ON DISTANCE EDUCATION DURING THE PANDEMIC PERIOD

Betül ÖZAYDIN ÖZKARA

Distance Learning Vocational School, Isparta University of Applied Sciences, Isparta, Turkey

betulozaydin@isparta.edu.tr

ORCID ID: 0000-0002-2011-1352

ABSTRACT

In this study, it is aimed to determine the views of instructors on distance education and the reflection of the Covid 19 epidemic on their views. For this purpose, the opinions of the instructors who had not taught with distance education before the pandemic were examined both before the experience and after teaching during the pandemic process. Case study, one of the qualitative research methods, was used. Data were collected with the 20 instructors who participated in the study, with an interview form containing semi-structured questions before and after the experience. At the end of the study, it was seen that positive expressions were expressed more in general thoughts and evaluations made in terms of students and instructors before the experience, but there were more teachers who thought their success would be negatively affected. It is considered that distance education is not suitable for practical courses. After the experience, most of the instructors had change of thought. It is seen that this change is both positive and negative. It is possible to say that there are nearly half of the positive changes in the changing thoughts of the instructor and student. More than half of the instructors felt themselves productive in this environment. It is seen that interaction problems before and after experience cause concern. For this reason, it is recommended to apply methods that will increase interaction in the trainings provided.

Keywords: distance education during the pandemic period, Instructor's thoughts, changes of thought in distance education

INTRODUCTION

Some studies point out that distance education, which provides any individual with educational opportunities, has become widespread in the last 20 years (Lackey, 2011), whereas others suggest that this has been the case in the last decade (Healey, 2012). The flexibility that online education provides as regards students' attendance time (Willett et al., 2019) and its positive impact on learning (Smith, 2016) are increasing the demand for online courses. Harden (2013) states that university classrooms are on the verge of becoming virtual. However, Mitchell et al. (2015) suggests that the use of online technology in higher education has not yet been fully adopted. Some researchers believe that faculty members may be reluctant as regards online teaching due to such reasons as fear of change that they may encounter in a new environment, technology- and interaction-based concerns, and the issues associated with workload (Bacow et al., 2012; Betts & Heaston, 2014; Bolliger & Wasilik, 2009).

Keegan (1996) argues that distance education is parallel and complementary to traditional education. With the Covid-19 pandemic affecting the whole world in 2020, one can argue that this view is accurate. Distance education can be suggested to have become indispensable throughout the globe during the pandemic period because students can choose distance learning not only because they really prefer this method, but also because they cannot use traditional education due to reasons such as work, family, geographical distance, and financial problems (Holmberg, 1995). According to UNESCO data (2020), a large number of countries have had to implement school closures due to the pandemic. During this period, the number of students affected by the pandemic period has constantly changed. In 2020, the highest number of students who were affected due to school closures that took place in 165 countries was 1,478,702,369 students, virtually 84.5% of all. The majority of the students whose schools are closed continue distance learning, which has increased the prevalence of it even more. As online education has been widespread, quality education and the choice of strategy to be used by the instructors have become more significant (Crawford-Ferre & Weist, 2012).

It is clear that the participants involved in the distance education process, which has become much more important today, have different roles compared to those in formal education. Faculty members, who constitute a substantial part of these participants, have many duties in the distance education environment. Unlike face-to-face education, the instructors who teach in this environment are supposed to possess the technical knowledge required to manage the course, as well as the teaching skills to meet the needs of online students (Lackey, 2011). Holmberg (1986) points out that faculty members in distance education also have a role in providing motivation, making learning enjoyable, including the subjects related to the interests and needs of students, creating a sense of mutual understanding between learners and distance education institutions, providing access to the course content, incorporating learners into activities, discussions, and decisions and establishing useful and real communication with them in general.

During the pandemic period, many instructors have had to continue to provide education in distance education environments, which can be described as new to them. It has been argued that people, individually or as a group, initially react negatively to the change they encounter, and that this reaction depends on the degree of individuals'

involvement in the change process (Lawrence, 1969). It can be suggested that individuals participating in different aspects of the change are less resistant to it (Mitchell et al., 2015). Similarly, it is evident that instructors with online teaching experience yield a more positive reaction than those without one (Alshangeeti et al., 2009; Lloyd et al., 2012). During the pandemic period, there has been a necessity for transition to distance education in many institutions, including the ones with instructors who are inexperienced. This study investigated the perspectives of the instructors who were obliged to teach in distance education both before and after their experience of distance education in order to determine their views on distance education. Determining the views of faculty members who have a variety of responsibilities in the distance education environment is crucial in terms of online course behaviors such as the realization of an effective and efficient education process in this environment (Dooley & Murphrey, 2000), learning success (Harris & Krousgrill, 2008), students' learning process, and general satisfaction (Otter et al., 2013).

There are other studies as regards the perceptions of instructors on distance education. Some of these studies investigated solely the opinions of instructors who teach in distance education (Conrad, 2004; Morgan et al., 2014; Otter et al., 2013; Walters et al., 2017; Ward et al., 2010), while some of them studied the views of those both experienced and inexperienced in this field (Alshangeeti et al., 2009). Some other studies analyzed the views of instructors who had not taught in the distance education environment (Gürer et al., 2016; Tuncer & Tanaş, 2011; Willett et al., 2019), the opinions of teacher candidates (Gündüz & İşman, 2018; Paydar & Doğan, 2019; Uzoğlu, 2017), and the previous studies regarding the views of instructors (Wingo et al., 2017). This study examined the views of the instructors who had to teach in a distance education environment on account of the pandemic. During the pandemic period, other studies have been conducted in order to examine the views of instructors (Dolmacı & Dolmacı, 2020; Kaya, 2020; Şeren et al., 2020) and the opinions of teacher candidates about distance education (Karakuş et al., 2020; Karatepe et al., 2020). However, this study examined the views of the instructors before and after the experience of distance education, which makes it more comprehensive. The following questions were sought to answer in order to realize the aim of the study:

- Before their experience, what are the views of the instructors who have had to teach in the distance education environment during the pandemic period about distance education?
- After their experience, what are the views of the instructors who taught in the distance education environment for the first time during the pandemic period, and have their opinions changed?

METHOD

Research Pattern

In this study, a case study design, one of the qualitative research methods, was used in order to determine the views of the instructors on distance education who had to teach with distance education during the pandemic period. A case study analyzes an event or phenomenon by focusing on the questions of how and why (Yin, 1984). In these studies, in order to evaluate a specific situation or event in a certain period of time, it is defined and examined in-depth via data collection tools such as interviews and observations (Creswell, 2007).

Working Group

The study included 20 instructors teaching in the Department of Anthropology (2 participants), Department of Computer Engineering (6 participants), Department of Business Administration (5 participants), Department of Fine Arts (4 participants), Department of Mathematics (2 participants), and Department of Atatürk's Principles and History of Turkish Revolution (1 participant) in a state university in the Spring Semester 2021. 60% of the participants were women and 40% were men. The age range varied between 30-35 (6 participants), 36-40 (11 participants), and 41-50 (3 participants).

Data Collection Tool and Data Collection Process

Semi-structured interview forms prepared by the researcher were used to collect the data. There were eight questions in the interview forms used both before and after the experience. After the interview forms were prepared, the opinions of 3 experts in the field of distance education were received and the forms were finalized. The finalized questions were shared with the instructors via Google Forms. Pre-experience questions were directed to the instructors who had never taught in the distance education environment before the Fall semester 2020. Following online teaching during the specified period, the post-experience interview forms were shared.

Data Analysis

Qualitative method was used to analyze the interview forms filled out before and after the instructors' experience. For this purpose, the qualitative data analysis, which involves the basic stages of "data reduction", "data display", and "conclusion drawing/verification" was conducted (Miles & Huberman, 1994). Firstly, the data were analyzed and coded in the analysis process. Afterwards, the categories and subcategories were created for the codes. After this process, the data were re-examined; codings and categories were organized, and eventually thematic codings were created. In the study, the agreement percentage between coders was used for the purpose of reliability (Miles

& Huberman, 1994), and for this purpose a comparison was made with the coding made by another expert. The percent agreement was calculated 82%. The codings that produced the difference were examined and then finalized by consensus.

Findings

This section covers the general views of the instructors before and after their experience as well as the changes in their opinions. Table 1 includes the general views of the instructors about distance education before teaching.

Table 1. General views before the experience

Category	Subcategory	Code	n	f
Advantage (%63,15)	Flexibility	Location independence	9	23.68
		Time independence	5	13.16
		Freedom	1	2.63
	Accessibility	Equality of opportunity	4	10.53
		Easy Accessibility	1	2.63
	Opportunity	Learning fast	2	5.26
		Solution during a crisis	2	5.26
Disadvantage (%36.83)	Interaction	Lack of communication	4	10.53
	Before lectures	Preparation for a long time	2	5.26
		Distressful method	1	2.63
		Obligation to upload files	1	2.63
	Discipline	Not taking the lecture seriously	1	2.63
	During lectures	Being dependent on the computer	2	5.26
		Not being suitable for practical courses	1	2.63
		Insufficient training	2	5.26

The views of the instructors, who had not yet taught in the distance education environment, were grouped into two categories: positive views as “advantage” and negative views as “disadvantage”. The study revealed that, among the codes created in this category, the expressions regarding “advantage” were used the most, and that they constituted 63.15% of all expressions. The category of “advantage” consists of the sub-categories of “flexibility”, regarding the independence of individuals, “accessibility”, about the opportunity to access courses, and “opportunity” as regards the opportunities that students have. The codes mostly mentioned were “location independence” (23.68%), “time independence” (13.16%) and “equality of opportunity” (10.53%). The codes in the category of “disadvantage” were divided into four sub-categories; that is, “interaction” regarding the lack of mutual communication, “before lectures”, “during lectures”, and “disciplinary issues”. The code of lack of communication (10.53%) was mentioned the most.

The instructors had various views in terms of how teaching in the distance education environment would affect their own success. Three participants stated that there would be no change in their success as they believed education environment does not affect the level of success. Five participants believed that this environment would have a positive impact on their success. All the five instructors, thinking that they would be affected positively, suggested that their success would increase since they would be able to spend more time for their scientific studies. 12 instructors, 60% of all participants, argued that this environment would affect their success adversely. The reasons for the instructors’ thinking that it would affect them negatively are given in Table 2.

Table 2. Reasons why the instructors thought they would fail

Category	Subcategory	Code	n	f
Individual	Personal	Not being able to use body language	1	5.26
		Having to teach the subjects too quickly	1	5.26
		Lack of technology	1	5.26
	Discipline	Not taking the lecture seriously	1	5.26
Lecture process	Practice	Not suitable for practical courses	2	10.53
		Not being able to access the instructional materials physically	3	15.79
		Not being able to use the whiteboard	1	5.26
		Inefficient education	2	10.53
	Interaction	Lack of communication	4	21,05
		Feeling of being in the virtual environment	1	5.26
		Not being able to give feedback	1	5.26
		Not being able to see the student who is not paying attention	1	5.26

The reasons for failure in the distance education environment is categorized as "individual", which includes the issues related to the instructors, and "lecture process", involving the problems that are likely to be experienced during the lecture. The category of "individual" consists of the sub-category of "personal", which includes the lecturer's not being able to use body language, the belief that he/she will have to teach the subjects too quickly, and the possibility of experiencing technological difficulties, as well as the sub-category of "discipline", which involves the belief that he/she will not take the lecture seriously. "Lecture process", on the other hand, contains two sub-categories, one of which includes the problems that may occur during the practicing process in the lecture. The other one, "interaction", involves the issues that may arise during the mutual communication process. In their statements, the instructors mostly mentioned the codes of the lack of communication, the feeling caused by not being able to touch the educational material physically, and the inefficient education. For instance, the statement of the participant coded with K8 which includes the codes of "lack of communication", "not being able to give feedback", and "not taking the lecture seriously" was as follows:

K8: "I don't think I will be very successful in this environment; there may be a decrease in my success when compared to in regular education because there'll be only one-way communication during the practical courses and also it won't be possible to see the students. We might behave indifferently due to the lack of feedback to the message provided."

The statement of the participant coded with K13 with regard to "not being able to use the whiteboard" and "not being able to see the student who is not paying attention" was as follows:

K13: "The lectures I deliver requires me to use the board frequently. I believe that using the board in science courses can bring about more success, but I will not be able to use it in this environment. Also, it is easier to notice a student who has difficulty in understanding the subject in the classroom environment."

The aspects that the instructors considered positive and negative as regards themselves before experiencing distance education were categorized in Table 3.

Table 3. Positive and negative aspects of distance education as regards the instructor

Category	Subcategory	Code	n	f	
Positive (%58.93)	Environment	Not having situations that might hinder the lecture	6	10.71	
		Location independence	3	5.36	
		Recording lectures	1	1.79	
	Physical	Feeling of comfort	4	7.14	
		Requiring less energy	4	7.14	
	Opportunity	Access to plenty of instructional materials	4	7.14	
		Opportunity to prepare instructional materials	1	1.79	
		Opportunity to improve yourself	1	1.79	
	Saving	Saving time	7	12.50	
		Saving money	2	3.57	
	Negative (%41.07)	Classroom	Fear of not being able to convey the content	3	5.36
			Management	3	5.36
			Not being able to monitor the student	2	3.57
Distressful method			1	1.79	
Difficulty in time management			1	1.79	
Using only lecture method			1	1.79	
Before lectures		Obligation to prepare instructional materials	3	5.36	
		Preparation for a long time	2	3.57	
Interaction		Lack of interaction	8	14.29	

Before having distance education experience, the instructors mostly mentioned the positive aspects regarding themselves with a rate of 58.93%. Four sub-categories were created in the category of "positive": "positive aspects of distance education environment", "positive situations which the instructors will experience physically", "opportunities", and "saving". The instructors mostly mentioned "saving time" (12.50%) and "not having situations that might hinder the lecture" (10.71%). The difficulties that may arise in the classroom management process, the tasks to be done before the lecture, and the interaction problems constitute the category of "negative" and include 41.07% of the statements. Lack of interaction (14.29%) took the first place among all the negative aspects the instructors believed they would suffer from. The statement of the participant coded with K5 about "not having situations that might hinder the lecture", and that of the participant coded with K10 about "opportunity to prepare instructional materials" were as follows:

K5: "I think the best thing in this environment will be that, as there will be no factors that hinder the lecture, caused by the classroom environment, I won't constantly have to say such things as "Behave!" or "Stop talking!".

K10: "I think it will be an important opportunity for us to compile knowledge and make it more efficient. We have few official resources for the course content. In this way, we will have the opportunity to convey our own

resources to the student in written form. "

The aspects that the instructors considered positive and negative for students before experiencing distance education were categorized in Table 4.

Table 4. Positive and negative aspects of distance education for students

Category	Subcategory	Code	n	f
Positive (%56)	Flexibility	Location independence	10	13.33
		Time independence	8	10.67
		Individual study	2	2.67
	Accessibility	Equality of opportunity	3	4.00
		Opportunity to revise	3	4.00
		Easy Accessibility	2	2.67
	Opportunity	Physical comfort	3	4.00
		Understanding better	1	1.33
		Being able to receive good education	1	1.33
		Access to quality material	1	1.33
	Saving	Saving time	4	5.33
		Saving money	4	5.33
	Negative (%44)	Interaction	Lack of interaction	7
Lack of socialization			7	9.33
Individual		Need for additional effort to learn	1	1.33
		Technical inadequacy	2	2.67
		Lack of technical equipment (pc, internet, etc.)	1	1.33
Discipline		Lack of self-discipline	4	5.33
		Increase in lack of attention to the content	5	6.67
Lecture process		Inefficient lecture	2	2.67
		Not being able to do hands-on activities	2	2.67
		Problems regarding the place where the instructor physically is	2	2.67

Before their distance education experience, the instructors mentioned the positive aspects for students, with a rate of 56%, and negative situations, with a rate of 44%. The positive aspects that distance education can offer to students consist of four sub-categories: "flexibility", as regards the independence of individuals, "accessibility", about the opportunity to access classes, "opportunity", regarding opportunities students have, and "saving". In the category of "positive", the participants mostly mentioned the "location independence" and "time independence", which are included in the sub-category of "flexibility". The aspects that were considered to be negative for students involve four sub-categories: "interaction" regarding mutual communication, "individual" associated with the situations based on individuals, "discipline", and "lecture process" as regards the disruptions that may occur during the lecture. While the participants mostly mentioned about interaction, the concerns about the fact that some students would not have enough technical equipment and would need additional effort in distance learning were also among the negative codes. The statement of the participant coded with K5 about "the opportunity to revise", "saving money", "saving time", that of the participant coded with K10 about "time and location independence", and that of the participant coded with K11 about "lack of socialization" were as follows: K5: "Students may have the opportunity to re-watch their lectures whenever they want; they can attend classes from home without having any financial difficulties. It will save both time and money spent on travelling."

K10: "There were times when students were absent from class. They sometimes didn't make an effort to catch up with the missed classes. Now, there won't be such situations during this process. They can attend classes in their own conditions and comfort zone at any time."

K10: "School is also an area where students socialize. Considering the process we are in, isolation is necessary. But I think that, when the conditions become normal, the school environment will provide students with positive contributions in terms of socialization and development. I think their being deprived of this could affect them negatively. "

Only 2 of the instructors had positive opinions on whether distance education is suitable for every course. 18 instructors thought that this environment is not suitable especially for practical courses at all. The statement of the participant coded with K4, who mentioned that distance education is not applicable in terms of both courses requiring practical applications and the needs of students, was as follows:

K4: "No, I don't think it will be an appropriate method, for example, for the courses in which practical applications are necessary. Rather, it will take more attention in the courses in the humanities if they are supported with visual materials. Apart from that, it can work for groups that are really willing to learn ... "

While only 2 instructors favored students' taking all their courses with distance education, 3 instructors argued

that this approach is only for students who have the necessary skills for distance learning. 7 instructors thought that, while theoretical courses should continue through distance education, practical courses through formal education; however, 6 instructors, 30% of the participants, stated that they were absolutely against distance education.

Instructors' views following the distance education experience

The instructors who had not taught in the distance education environment previously were interviewed again after delivering lectures for a semester during the pandemic period. The study revealed that 80% of them changed their views after the experience. Table 5 shows the views which changed regarding students.

Table 5. Views which changed in terms of students studying in the distance education environment

Category	Subcategory	Code	n	f
Positive changes (%47.83)	Flexibility	Time independence	3	6.52
		Location independence	2	4.35
	Accessibility	Uninterrupted continuity of education	4	8.70
		Equality of opportunity	1	2.17
	Opportunity	Opportunity to revise	6	13.04
		Rich course content	2	4.35
		Comfort	1	2.17
		Rich communication tools	1	2.17
	Saving	Saving time	1	2.17
		Saving money	1	2.17
Negative changes (%52.17)	Interaction	Lack of communication	7	15.22
		Too many documentary materials	1	2.17
	Discipline	Not taking the lecture seriously	5	10.87
		No obligation to attend classes	4	8.70
		Increase in apathy	2	4.35
		Students' lack of active participation	1	2.17
	Inequality	Limited internet access	3	6.52
Students' inequality of educational opportunities		1	2.17	

After their distance education experience, the instructors stated that there were some changes in their views about the positive and negative effects that this method would have on students. The study indicated that negative changes (52.17%) were slightly higher. The changes in the views regarding the positive aspects consist of four subcategories: "flexibility", "accessibility", "opportunity", and "saving", as in the previous tables. The instructors mostly mentioned "the opportunity to revise" in the sub-category of "opportunity" as a positive perspective change. "Uninterrupted continuity of education" ranked the second. Among the changes in the views regarding the negative aspects, instructors mostly mentioned the problems experienced in interaction. The views of the participant coded with K6 about "uninterrupted continuity of education", those of the participant coded with K2 about "attendance" and "discipline", and those of the participant coded with K14 about "increase in apathy" were as follows:

K6: "Being able to answer the questions of my students, even from a distance, and the fact that the education always continues is a feature that I did not think of before but I realized when I taught in distance education."

K2: "... listening to the lectures arbitrarily and not failing due to absence couldn't provide the serious atmosphere and concentration available in the classroom environment. I think a serious discipline problem has arisen."

K14: "Even when formal education was available, these students weren't interested in learning sufficiently. They didn't have the faintest idea what studying is. However, with distance education, students' interest in learning and the act of studying is about to vanish entirely."

The opinions of the instructors which changed in terms of themselves after their experience are indicated in Table 6. In addition to positive views, there are also negative views.

Table 6. Views which changed in terms of instructors after the experience

Category	Subcategory	Code	n	f	
Positive changes (%45)	Flexibility	Time independence	1	2.5	
		Location independence	2	5	
	Accessibility	Uninterrupted continuity of education	3	7.5	
		Opportunity	Sharing rich content	1	2.5
			Comfort of home	1	2.5
	Saving	Time for researches	3	7.5	
		Saving time	3	7.5	
	Personal	Less fatigue	2	5	
No classroom management anxiety		2	5		
Negative changes (%55)	Interaction	Lack of interaction	5	12.5	
		Not being able to control whether the student understands	5	12.5	
		Lack of instant feedback	2	5	
		Not being able to control whether the student is paying attention	2	5	
		Classes' being dull due to students' lack of participation	1	2.5	
	Anxiety	Anxiety due to being recorded	2	5	
		Not being able to concentrate	1	2.5	
	Technical	Technical problems	4	10	

The analysis of the statements revealed that 45% of the instructors' opinions were about positive changes and 55% of them were about negative changes. The mostly mentioned codes were in the subcategory of "interaction" which belongs to "negative views". The changes in the views regarding the positive aspects contain the subcategories of "flexibility", "accessibility", "opportunity", "saving", and "personal" which includes the codes of "less fatigue" and "less anxiety in classroom management". The changes in the views regarding the negative aspects are grouped into the subcategories of "interaction", "anxiety", which includes mental issues the instructors suffered from, and "technical problems". The codes mostly mentioned were "lack of interaction" and "not being able to control whether the student understands". The statements of the participant coded with K2 about "saving time", "time for researches", "less fatigue", and those of the participant coded with K5 about "lack of interaction", "not being able to control whether the student can understand the subject" were as follows:

K2: "As distance education saves time, I have more time for myself, and it is possible for me to devote more time to researches, and also I feel less tired and more dynamic."

K5: "The most obvious problems I had were the lack of communication due to not being in the same physical environment with my students, not being able to ask and answer questions instantly, and therefore not being able to shape lecture contents according to those questions and reinforce them with examples, and thus not being able to determine whether students have comprehended the subjects or not."

The instructor coded with K18 expressed his satisfaction for focusing only on his lecture without worrying about classroom management as follows:

K18: "There are fewer question marks, which means less anxiety, in my mind over the efficiency of my lectures and now I think that I can shift my time and effort to the areas with higher marginal benefits."

While 9 of the instructors gave a positive answer to the question asked about their views as regards the sense of productivity that the instructors felt after the experience, 3 of them felt that they were partially productive, and 8 instructors, 40% of the participants, did not find themselves efficient at all. All of the instructors who thought they were not productive stated that the reason lying behind this was "not being able to communicate". The instructors who believed that they taught efficiently in this environment attributed it to the fact that they did their best. The instructor coded with K13 emphasized the contribution of preparing materials and stated:

K13: "I felt efficient. The presentations I prepared for the lecture enabled me to have some opportunities that I hadn't been able to obtain in the classroom environment. In this respect, I was able to explain more effectively what I had to tell."

55% of the instructors wanted to teach in the distance education environment again, whereas 25% did not. 20% of them stated that they could teach online if they had to because of the pandemic. The reasons why the instructors did or did not want to teach in the distance education environment again are shown in Table 7.

Table 7. Reasons for wanting and not wanting to teach in distance education again

Category	Subcategory	Code	n	f
Positive views	Flexibility	Being able to work from home	3	16.67
		Opportunity	1	5.56
	Personal	Recorded lectures	1	5.56
		No classroom management anxiety	4	22.22
		Less fatigue	1	5.56
Saving	Saving time	2	11.11	
Negative views	Interaction	Lack of interaction	3	16.67
	Lecture process	Inefficient lecture	3	16.67

Only 25% of the instructors had definitely negative opinions (“lack of interaction” and “inefficient lecture”) about delivering lectures in distance education again. The statements of the instructors who wanted to teach in distance education again are grouped in the sub-categories of “flexibility”, “opportunity”, “personal”, and “saving”. The instructors mostly mentioned “not having classroom management anxiety in the distance education environment” and “being able to work from home” as positive views. The opinion of the instructor coded with K3 about the codes of “ease of classroom management” and “recorded lectures” was as follows:

K3: "Yes. I would like to teach in the distance education environment again owing to several positive aspects. For example, it doesn't involve any negative external factors such as the lecture's being interrupted by a latecomer, which helps you staying focused. Besides, you can record the lectures so that students can watch them again."

The exams conducted after the distance education process are also critical. However, none of the instructors who participated in the study had a positive opinion about exams. 50% of the instructors stated that students cheated during the exams, 50% of them expressed that exams could not measure or evaluate students' success, and 60% of them argued that it was not possible to provide control. 40% of the instructors stated that they evaluated their students by using assignments containing comments because of their negative opinions about exams.

CONCLUSION AND DISCUSSION

The study which involved the instructors who had not taught in distance education before the Covid-19 pandemic period determined the faculty members' views on this environment both before and after teaching in distance learning for a semester in the pandemic period. For this purpose, interviews were made with a total of 20 instructors from various departments and the following results were obtained through qualitative analysis.

The opinions of the instructors before teaching in distance education were as follows:

While 63.15% of the general opinions about distance education were in the category of “advantage”, which included the codes of positive views, 36.83% were in the category of “disadvantage”, which involved negative codes. Similarly, Alshangeeti et al. (2009) examined instructors' views on distance education in terms diffusion of innovations and determined that it was regarded as positive in terms of each factor. The survey conducted by the National Education Association (NEA, 2000) demonstrated that approximately 75% of the instructors felt positive about distance education. According to the opinions of the instructors, three subcategories were created in the category of “advantage”: “flexibility”, regarding the independence of individuals, “accessibility” regarding the opportunity to access classes, and “opportunity” about the opportunities that the student has. Walters et al. (2017) determined that the instructors regarded “flexibility” and “accessibility” as important components in distance education. The study of Tuncer & Tanaş (2011) emphasized the educational opportunity for instructors. The category of “disadvantage” includes four sub-categories: “interaction” regarding the lack of mutual communication, “before lectures”, “during lectures”, and “disciplinary issues”. Hogan & McKnight (2007) stated that distance education can be considered as complicated and troublesome as there are many components such as interaction and solution of technical problems in the online environment. Tuncer & Tanaş, (2011) and Dolmacı & Dolmacı (2020) emphasized the negative impacts of the issues associated with interaction. The current study determined that the most positive aspects expressed by the instructors were related to the location independence and time independence, while the negative aspects were about the lack of communication. Dolmacı & Dolmacı (2020) and Şeren et al., (2020) also emphasized the significance of time and location independence.

60% of the instructors thought that their success would be affected negatively in the distance education environment where they had no previous experience. The reasons for this were grouped in the categories of “lecture process”, which included the reasons depending on the instructor, and “lecture process”, which involved the problems that might be encountered during the lecture. The most common reasons for failure were lack of communication and concerns about not being able to access the instructional materials physically. 25% of the participants stated that distance education would not take much time, and therefore they could devote more time to academic studies, which would increase their success. Contrary to this opinion, Tomei (2006) argued that teaching content, counseling, and student assessment take more time in distance education than in the traditional environment.

The study indicated that the participants mentioned positive aspects of distance education in terms of the instructor

(58.93%) more than negative aspects (41.07%). Positive aspects were categorized under four sub-categories: benefits provided by the “environment”, “physical” comfort, “opportunities” offered by distance education, and “saving”. Saving time took the first place among all the positive aspects. Other studies, contrary to this, mostly maintain that teaching online will take more time than the traditional environment (McQuiggan, 2012; Otter et al., 2013). The negative aspects in terms of the instructors were grouped under three sub-categories: “classroom management”, requirements “before lectures”, and “interaction”. Among them, the lack of interaction was mentioned the most. Similarly, Willett et al. (2019) also mentioned the concerns about interaction. According to the current study, while the instructors found it positive to be able to access a wide range of materials in this environment, they considered the obligation to prepare materials as negative. However, the effort to prepare materials in the distance education environment is extremely important because the quality of the materials used in online education affects the quality of education (Chao et al., 2006).

The study also demonstrated that the participants mentioned the positive aspects of distance education in terms of students (56%) more than its adverse aspects (44%). “Flexibility”, “accessibility”, “opportunity”, and “saving” were the subcategories of the positive effects. The study revealed that the instructors mostly mentioned “time independence” and “location independence” as the positive aspects for the student, which were followed by “saving time” and “saving money”. Negative aspects, on the other hand, were grouped under four sub-categories: “individual”, “discipline”, “lecture process”, as well as “interaction”, which took the first place. The study by Otter et al. (2013) indicated that, while the students felt more disconnected from both their friends and instructors in the online environment, the instructors also agreed with this idea but emphasized it less. Morgan et al. (2014) showed that the instructors emphasized the importance of online group work. One can argue that group work is extremely important in distance education as it provides an increase in interaction.

90% of the instructors stated that distance education was not suitable to use in practical courses, and 30% of them did not find it appropriate for students to take all their courses with distance education. 15% of the participants thought that courses can be taken entirely in distance education, depending on the qualification of the student. Similarly, Willett et al. (2019) determined that the instructors who thought that distance education was not suitable for the department of sports management was in the majority. However, there were also those who found it suitable if the instructor was willing.

The following conclusions were reached about the opinions of the instructors after the experience:

Most of the instructors (80%) changed their views after they taught in distance education. The changes of perception were examined in different categories in terms of the student and the instructor. The study revealed that the changes in the views about negative aspects were more than about positive aspects regarding both the student and the instructor. The study by Şeren et al. (2020) demonstrated that the instructors mentioned the negative aspects of distance education more than its positive aspects. However, one can argue that the changes in the views about positive aspects in this study were nearly 50% in terms of both students (47.83%) and instructors (45%). Lloyd et al. (2012) indicated in their study that the instructors with distance education experience approached it more positively than those without experience. A 2001 study by Grenzky & Maitland demonstrated that, while the majority (72%) of distance education instructors' views about distance education were positive, 14% of them were negative.

The study indicated that 52.17% of the changes in the views were about negative aspects in terms of students, while 47.83% of those were about positive aspects. After their experience in distance education, the instructors frequently mentioned “students’ opportunity to revise”, and “ensuring uninterrupted continuity of education” among the positive aspects of distance education. Similarly, in the Grenzky & Maitland (2001) study, the first reason for the instructors’ positive attitude to distance learning was that it could increase students’ access to education. In addition, they emphasized the importance of being able to learn at a place of their choice (location independence). The instructors who had not mentioned “interaction” before the experience in terms of the negative aspects of distance education also stated that interaction was a huge problem. Likewise, Grenzky & Maitland (2001) determined that the instructors were concerned about the lack of interaction. In this study, the negative effects of the fact that the students were under no obligation to attend classes were also felt. Contrary to the study, Ulmer et al. (2007) determined that the instructors experienced in distance education found it effective in terms of student performance and teacher-student interactions. This study indicated that “disciplinary problems” were among the changes in the views about negative aspects. Similarly, the instructors participating Otter et al. study (2013) stated that students are supposed to become more disciplined in the online environment.

The study determined that the changes in the views about the negative aspects in terms of instructors were 55%, those about the positive aspects were 45%. The changes in the views about the positive aspects were also grouped in the categories of “flexibility”, “accessibility”, “opportunity”, “saving”, and “individual”. Ensuring uninterrupted continuity of education, the increase in time for researches, and saving time were the most frequently mentioned codes. As regards the changes about the negative aspects, three sub-categories were formed, including “interaction”, “anxiety of the instructor”, and “technical problems”. The instructors stated that they suffered from technical problems that they had not mentioned before. In addition, the study revealed that problems related to “interaction” took the first place. Similarly, in Lloyd et al. (2012) study, lack of communication and technological

problems are defined as barriers.

It was determined that 60% of the instructors felt themselves partially or completely productive while teaching with distance education. The study demonstrated that “not being able to communicate” was on the basis of the views of all the instructors who thought they were inefficient. Similarly, Conrad (2004) examined the views of instructors before and after their experience in distance education and determined, from the views expressed by the lecturers about their own performance, that their awareness of cooperative learning, social presence or community role related to "interaction" was low.

The present study revealed that, while more than half of the participants (55%) in the study wanted to teach in distance education again, 25% were not in favor of teaching in this environment under any circumstances because of interaction problems and inefficiency. The study by Güner et al. (2016) indicated that the participants were against teaching online. However, in Hartman et al. (2000) study, it was determined that 93.6% of the instructors wanted to continue teaching online.

The current study concluded that interaction was considered as a critical issue for all the instructors, whether they were experienced or inexperienced in distance education. Thus, instructors can be trained as regards the methods that will enhance interaction and can be encouraged to employ such methods. The study demonstrated that, for some of the instructors, teaching in the distance education environment was considered as timesaving. However, various studies indicate that an effective learning process in this environment requires more time and effort than in the traditional environment. Awareness can be raised about this subject among the instructors.

REFERENCES

- Alshangeeti, A., Alsagher, H., & Nguyen, A. (2009). Faculty perceptions of attributes affecting the diffusion of online learning in Saudi Arabia: A quantitative study. *Proceedings of the 4th International Conference on E-Learning*, 10–24. Retrieved from <https://www.mu.edu.sa/sites/default/files/ad-images/Hisham.pdf>
- Bacow, L. S., Bowen, W. G., Guthrie, K. M., Lack, K. A., & Long, M. P. (2012). Barriers to Adoption of Online Learning Systems in U.S. Higher Education. Retrieved from <http://major21.wdfiles.com/local--files/archive/BarrierstoAdoptionofOnlineLearningSystemsinUSHigherEducation-DJR Comments.pdf>
- Betts, K., & Heaston, A. (2014). Build it but will they teach? Strategies for increasing faculty participation and retention in online and blended education. *Online Journal of Distance Learning Administration*, 17(2), 1–13.
- Bolliger, D., & Wasilik, O. (2009). Factors influencing faculty satisfaction with online teaching and learning in higher education. *Distance Education*, 30(1), 103–116. doi: 10.1080/01587910902845949
- Chao, T., Saj, T., & Tessier, F. (2006). Establishing a quality review for online courses. *Educause Quarterly*, 3, 32–39. Retrieved from <https://er.educause.edu/-/media/files/article-downloads/eqm0635.pdf>
- Conrad, D. (2004). University instructors' reflections on their first online teaching experiences. *Journal of Asynchronous Learning Networks*, 8(2), 31–44. Retrieved from <https://go.gale.com/ps/i.do?p=AONE&u=sdu&id=GALE|A284325482&v=2.1&it=r&sid=summon>
- Crawford-Ferre, H. G., & Weist, L. R. (2012). Effective online instruction in higher education. *The Quarterly Review of Higher Education*, 13, 11–14.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches* (2nd ed.). Thousand Oaks: Sage Publication.
- Dolmacı, M., & Dolmacı, A. (2020). The views of lecturers in foreign language teaching via synchronous distance education: a covid19 case. *The Journal of Turkish Educational Sciences*, 18(2), 202–228. doi: 10.37217/tebd.783986
- Dooley, K. E., & Murphrey, T. P. (2000). How the perspectives of administrators, faculty, and support units impact the rate of distance education adoption. *Online Journal of Distance Learning Administration*, 3(4). Retrieved from <https://www.westga.edu/~distance/ojdl/winter34/dooley34.html>
- Grenzkay, J., & Maitland, C. (2001). Focus on distance education. *NEA Higher Education Research Center Update*, 7(2), 1–9. Retrieved from <https://eric.ed.gov/?id=ED455750>
- Gündüz, A. Y., & İşman, A. (2018). Pre-service teachers' perception of distance education. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 17(1). Retrieved from <http://www.tojet.net/volumes/v17i1.pdf#page=135>
- Güner, M. D., Tekinarslan, E., & Yavuzalp, N. (2016). Opinions of Instructors Who Give Lectures Online About Distance Education. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 7(1), 47–78. doi: 10.17569/tojq.74876
- Harden, N. (2013). The end of the university as we know it. *The American Interest*, 8(3), 54–62.
- Harris, D. A., & Krousgill, C. (2008). Distance education: New technologies and new directions. *Proceedings of the IEEE*, 96(6), 917–930. <https://doi.org/10.1109/JPROC.2008.921612>
- Hartman, J., Dziuban, C., & Moskal, P. (2000). Faculty satisfaction in ALNs: A dependent or independent variable? *Journal of Asynchronous Learning Networks*, 4(3), 155–157. doi: 10.24059/olj.v4i3.1892

- Healey, D. (2012). Planning a distance education course for language teachers. In L. England (Ed.), *Online language teacher education: TESOL perspectives* (p. 172). Routledge.
- Hogan, R. L., & McKnight, M. A. (2007). Exploring burnout among university online instructors: An initial investigation. *The Internet and Higher Education*, 10(2), 117–124. doi: 10.1016/j.iheduc.2007.03.001
- Holmberg, B. (1986). A discipline of distance education. *The Journal of Distance Education*, 1(1), 25–40. Retrieved from <http://ijede.ca/index.php/jde/article/view/306/200>
- Holmberg, B. (1995). The evolution of the character and practice of distance education. *Open Learning: The Journal of Open, Distance and e-Learning*, 10(2), 47–53. Retrieved from <http://www.c3l.uni-oldenburg.de/cde/found/holmbg95.htm>
- Karakuş, N., Ucuzsatar, N., Karacaoğlu, M. Ö., Esendemir, N., & Bayraktar, D. (2020). Turkish teacher candidates' views on distance education. *RumeliDE Journal of Language and Literature Studies*, 19, 220–241. doi: 10.29000/rumelide.752297
- Karatepe, F., Küçükgençay, N., & Peker, B. (2020). What are the perspectives of teacher candidates on synchronous distance education? A survey study. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 7(53), 1262–1274.
- Kaya, S. (2020). Problems encountered in compulsory distance education: instructor and student opinions. VIIIth International Eurasian Educational Research Congress, 10–13.
- Keegan, D. (1996). *Foundation of Distance Education*. Routledge.
- Lackey, K. (2011). Faculty Development: An Analysis of Current and Effective Training Strategies for Preparing Faculty to Teach Online. *Online Journal of Distance Learning Administration*, 14(4), 1–27. Retrieved from <https://eric.ed.gov/?id=EJ960594>
- Lawrence, P. (1969). How to deal with resistance to change. *Harvard Business Review*, 47(1), 4–12.
- Lloyd, S. A., Byrne, M. M., & McCoy, T. S. (2012). Faculty-perceived barriers of online education. *Journal of Online Learning and Teaching*, 8(1), 1–12. Retrieved from https://jolt.merlot.org/vol8no1/lloyd_0312.pdf
- McQuiggan, C. (2012). Faculty development for online teaching as a catalyst for change. *Journal of Asynchronous Learning Networks*, 16(2), 27–61. Retrieved from <https://eric.ed.gov/?id=EJ971044>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis*. Sage Publication.
- Mitchell, L. D., Parlamis, J. D., & Claiborne, S. A. (2015). Overcoming Faculty Avoidance of Online Education. *Journal of Management Education*, 39(3), 350–371. doi:10.1177/1052562914547964
- Morgan, K., Williams, K. C., Cameron, B. A., & Wade, C. E. (2014). Faculty perceptions of online group work. *The Quarterly Review of Distance Education*, 15(4), 37–41.
- NEA. (2000). *Confronting the future of distance learning: Placing quality in reach*.
- Otter, R., Seipel, S., Graeff, T., Alexander, B., Boraiko, C., Gray, J., Petersen, K., & Sadler, K. (2013). Comparing student and faculty perceptions of online and traditional courses. *The Internet and Higher Education*, 19, 27–35. doi: 10.1016/j.iheduc.2013.08.001
- Paydar, S., & Doğan, A. (2019). Teacher candidates' views on open and distance learning environments. *Education and Technology*, 1(2), 154–162. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/886199>
- Şeren, N., Tut, E., & Kesten, A. (2020). Distance education in corona virus times: opinions of lecturer's primary education department. *Turkish Studies*, 15(6), 4507–4524.
- Smith, R. (2016). Recruiting and serving online students at a traditional university. *College and University*, 91(3), 67–74. Retrieved from <https://search.proquest.com/openview/a95b45375dbe68b1585806817b8e1423/1?cbl=1059&pq-origsite=gscholar>
- Tomei, L. (2006). The impact of online teaching on faculty load: Computing the ideal class size for online courses. *Journal of Technology and Teacher Education*, 14(3), 531–541.
- Tuncer, M., & Tanaş, R. (2011). The evaluation of academicians' views on distance education programs (the samples of Fırat and Tunceli Universities). *Elementary Education Online*, 10(2), 776–784.
- Ulmer, L. W., Watson, L. W., & Derby, D. (2007). Perceptions of higher education faculty members on the value of distance education. *Quarterly Review of Distance Education*, 8(1), 59–70.
- UNESCO. (2020). *Education: From disruption to recovery*. <https://en.unesco.org/covid19/educationresponse>
- Uzoğlu, M. (2017). Perceptions of science teacher candidates on distance education. *The Black Sea Journal of Social Science*, 9(16), 335–351.
- Walters, S., Grover, K. S., Turner, R. C., & Alexander, J. C. (2017). Faculty perceptions related to teaching online: A starting point for designing faculty development initiatives. *Turkish Online Journal of Distance Education*, 18(4), 4–19.
- Ward, M. E., Peters, G., & Shelley, K. (2010). Student and faculty perceptions of the quality of online learning experiences. *International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 11(3), 57–77. doi: 10.19173/irrodl.v11i3.867

- Willett, J., Brown, C., & Danzy-Bussell, L. A. (2019). An exploratory study: Faculty perceptions of online learning in undergraduate sport management programs. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 25, 1–10. doi: 10.1016/j.jhlste.2019.100206
- Wingo, N. P., Ivankova, N. V., & Moss, J. A. (2017). Faculty perceptions about teaching online: Exploring the literature using the technology acceptance model as an organizing framework. *Online Learning*, 21(1), 15–35. Retrieved from <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1140242.pdf>
- Yin, R. K. (1984). *Case study research: design and methods*. Sage Publications.

INVESTIGATION OF PRIMARY-SCHOOL TEACHERS' ATTITUDES TOWARDS EDUCATIONAL GAME ACCORDING TO DIFFERENT VARIABLES

Serkan SAY

Faculty of Education, Mersin University, Turkey
serkansay@mersin.edu.tr

Serdar AKBULUT

Faculty of Education, Akdeniz University, Turkey
akbulutserdar@yandex.com

ABSTRACT

Educational games are included in student-centered practices in the contemporary education system, which are suitable for the purpose of raising students who know themselves and love to research and learn. Educational games enable children to develop their cognitive, social and psycho-motor skills by being inspired by activities that are different from traditional learning environments and that they love to do in their daily lives. As well as being instructive, it is important that the learning activities to be developed are interesting and entertaining. Teachers who design and implement the activities also play an important role at this point. The aim of this study is to examine the attitudes of classroom teachers towards educational game according to the variables of gender, place of work, professional year, and the grade they teach. For this purpose, the research was carried out according to the descriptive survey model, which is one of the quantitative research methods. The study group consists of 307 primary-school teachers working in Erdemli district of Mersin province in the spring term of the 2020-2021 academic year. The Personal Information Form developed by the researchers and the "Attitude Scale of Basic Education Teachers towards Educational Games" designed by Altuner-Çoban, Bozkurt and Kan (2019) were used in order to determine the attitudes of the participants towards educational games. Statistical analysis package program was used in the analysis of the data and data analysis was carried out by using the appropriate techniques for the data set. As a result of the research, it was determined that primary-school teachers generally have a positive attitude towards educational games. While there was no difference in the variables of gender, professional year and working region, there was a difference in the grade level variable. It has been concluded that teachers who teach lower class groups have a more positive attitude towards educational games.

Keywords: Educational Game, Attitude, Primary-school Teacher

INTRODUCTION

The modern education system aims to raise children with advanced thinking skills, problem solving, strong, tolerant, consistent, high self-confidence and sensitive to universal values. In this context, raising children who are self-aware, have their own truths and are beneficial to society is among the aims of today's education programs. (Gültekin, Atalay and Ay, 2014). In order to achieve these goals, it is necessary to implement new approaches, namely student-centered education (Kukul, 2013). Educational games are also included in student-centered practices.

Games allow children to move away from traditional learning environments and to realize and use their individual talents. The fact that the games have rules and the obligation to follow these rules increases the attention of children and ensures that learning is permanent. In addition to all these, teaching with games also increases the success of students (Hanbaba & Bektaş, 2011). In this context, it is seen that the contribution of educational games is great. The difference of the educational game from the ordinary games is that the educational game is designed for a purpose, in order to bring a knowledge or skill to the player. In addition, attention should be paid to the fact that educational games are of a quality that will provide target-behavior, are appropriate for the age and developmental level of children, and meet their developmental needs. Also, educational games should be of a quality that will attract children's attention and have a good time while playing. By means of educational games, children both have fun and learn. With this way, the acquired knowledge and skills become permanent (Erçetin, 2007). Thanks to educational games, monotony educational environments become interesting and student participation reaches a high level (Chen et al., 2001).

Educational game applications have a positive effect on the physical development of the children. The game also supports the children's memory retention, naming, matching and classification abilities (Aral, Gürsay, & Köksal, 2000). Children exhibit a positive attitude towards learning through educational games. As a result, they participate more actively in the learning process. Thus, the child's sense of curiosity and motivation increases even more. As a result, the child becomes ready to learn (Kıldan, 2001)

It is known that educational games that allow students' active participation have a positive effect on students' academic success (Bayat, Kılıçaslan, & Şentürk, 2014; Boyraz & Serin, 2016). Educational games develop skills such as problem solving and creativity by attracting the attention of the student and making learning enjoyable. They provide permanent learning by increasing motivation. (Torun & Duran, 2014; Altınbulak, Emir & Avcı,

2006). However, teachers think that the program and the game are separate, they do not use the game as an effective teaching method, think that the game will take a lot of time, do not know the importance of the game in the development of the child, and generally see the game as an activity used to evaluate the free time in the program (Cooney, 2004; Tuğrul, Aslan, Ertürk and Altınkaynak, 2014). However, educational game is a teaching technique that entertains while reinforcing the learned information, repeat it in a comfortable environment and provide memorability in mind. Educational game is a technique that develops individual abilities, that teaches winning and losing, obeying the rules, not only on children, but also on all individuals, including adults. Educational games improve learners' perception levels, decision-making skills and practical thinking skills (Yiğit, 2007). The more the child plays in in-school and out-of-school learning environments, the more stimuli he encounters and develops. These developments can only improve with the positive attitude of classroom teachers towards educational games. This study aims to examine the attitudes of primary-school teachers towards educational game according to different variables, and seek answers for the sub-problems identified for this purpose. Identified sub-problems are as;

- What is the distribution of the primary school teachers' scores according to the scale of attitude towards educational game?
- Do primary-school teachers' attitude scores towards educational games differ according to gender?
- Do primary-school teachers' attitude scores towards educational games differ according to their placement years?
- Do primary-school teachers' attitude scores towards educational games differ according to the grade level they teach?
- Do primary-school teachers' attitude scores towards educational game differ according to the region?

METHOD

This research was carried out through the descriptive survey model, which is one of the quantitative research methods. Karasar (2006) defines general survey models as scanning studies on the entire population or on selected samples from the population in order to reach a general conclusion about a population. The research aims to determine the attitudes of classroom teachers towards educational game according to different variables. For this reason, the descriptive survey model is thought to be appropriate to use in the research.

Study Group

Participants to be included in this study are selected by purposive sampling method. The study group of the research consists of 307 primary-school teachers working in Erdemli district of Mersin province in the spring term of the 2020-2021 academic year.

Table 1. Distribution of Primary-school Teachers by Variables

	Variable	N	%
Gender	Female	145	47,2
	Male	162	52,8
Placement Year	0-5 Years	0	0
	6-10 Years	23	7,5
	11-15 Years	91	29,6
	16-20 Years	76	24,8
	20+ Years	117	38,1
Grade Level	1. Grade	85	27,7
	2. Grade	62	20,2
	3. Grade	74	24,1
	4. Grade	86	28,0
Region	Urban	175	57,0
	Rural	132	43,0

Data collection tool

In the study, the data have been collected through the Personal Information Form developed by the researchers and the "Basic education teachers' attitude scale towards educational games" developed by Altuner-Çoban, Bozkurt and Kan (2019). The scale consists of a total of 20 items and two sub-dimensions, with the first dimension "Positive Attitude" 16 items and the second dimension "Negative Attitude" 4 items. The Cronbach's Alpha reliability coefficients for the entire scale and its first and second sub-factors were calculated as .92, .95 and .82, respectively.

FINDINGS

In the first place, the relevant data was checked whether it showed a normal distribution. Tabachnick and Fidell (2013) state that the distribution shows a normal distribution when the skewness and kurtosis values are between ± 1.50 . Since the kurtosis and skewness coefficients of the data obtained in the study were between these values, it was supposed that the data showed a normal distribution. For this reason, parametric tests were used in the analyses.

Table 2. Descriptive Statistics of Primary-school Teachers' Attitude Scores Towards Educational Game

	N	\bar{X}	SS
Positive Attitude	307	4,84	0,356
Negative Attitude	307	2,07	1,281
General Attitude*	307	4,39	0,673

*The items in the negative attitude sub-dimension were reverse coded in the calculation of the general attitude average.

In Table 2, "Positive Attitude" ($\bar{X}=4.84$), which is the sub-dimension of the "Attitude Scale towards Educational Play" regarding the attitudes of primary-school teachers towards educational game, is observed to be at high level and "Negative Attitude" ($\bar{X}=2.07$) is at a low level. and the general attitude average ($\bar{X}=4.39$) is at a high level.

Table 3. T-Test Results of Primary-school Teachers' Attitude Scores Towards Educational Game by Gender Variable

	Gender	N	\bar{X}	SS	sd	t	p
Positive Attitude	Female	145	4,84	0,435	305	0,031	0,976
	Male	162	4,84	0,267			
Negative Attitude	Female	145	2,17	1,450	305	1,339	0,181
	Male	162	1,97	1,103			
General Attitude	Female	145	4,34	0,752	305	-1,265	0,207
	Male	162	4,43	0,593			

In Table 3, The "Positive Attitude" ($t(305)=0.031$, $p>0.05$), "Negative Attitude" ($t(305) =1.339$, $p>0.05$) and general attitude averages ($t(305)=-1,265$, $p>0.05$) have shown no statistically significant difference in the attitudes of primary-school teachers towards educational games according to the gender variable.

Table 4. ANOVA Result of Primary-school Teachers' Attitude Scores Towards Educational Game by Placement Year Variable

	Source	Sum of Squares	sd	Mean Square	F	p	Diff.
Positive Attitude	Between Groups	,409	3	0,136	1,076	0,359	-
	Within Groups	38,378	303	0,127			
	Total	38,787	306				
Negative Attitude	Between Groups	5,028	3	1,676	1,022	0,383	-
	Within Groups	496,908	303	1,640			
	Total	501,937	306				
General Attitude	Between Groups	1,441	3	0,480	1,060	0,366	-
	Within Groups	137,311	303	0,453			
	Total	138,752	306				

In Table 4, It has been observed that there is no statistically significant difference among "Positive Attitude" ($F(3,303)=1.076$, $p>0.05$), "Negative Attitude" ($F(3,3033)=1.022$, $p>0.05$) and general attitude averages ($F(3,3033)=1.060$, $p>0.0$) according to the placement year variables.

Table 5. ANOVA Result of Primary-school Teachers' Attitudes Towards Educational Game According to Grade Level Variable

	Source	Sum of Squares	sd	Mean Square	F	p	Diff.
Positive Attitude	Between Groups	4,904	3	1,635	14,617	0,000	1-4, 2-4, 3-4
	Within Groups	33,883	303	0,112			
	Total	38,787	306				
Negative Attitude	Between Groups	15,487	3	5,162	3,215	0,023	1-2
	Within Groups	486,450	303	1,605			
	Total	501,937	306				
General Attitude	Between Groups	3,192	3	1,064	2,378	0,070	-
	Within Groups	135,561	303	0,447			
	Total	138,752	306				

As in Table 5, there is a statistically significant difference between the "Positive Attitude" ($F(3,303)=14,617$, $p<0,05$) and "Negative Attitude" score ($F(3,303)=3,215$, $p>0,05$) according to the grade level variable of the primary-school teachers' attitudes towards educational game. Tukey test was applied to determine in which groups these differences exist. According to the result of the Tukey test, it is determined that this difference is between 1st grade and 4th grade, 2nd grade and 4th grade, 3rd grade and 4th grade in the "Positive Attitude" sub-dimension. Again, according to the test results, it can be said that the levels of the 1st grade, 2nd grade and 3rd grade teachers are higher than the positive attitude sub-dimension levels of the 4th grade teachers.

The significant difference in the "Negative Attitude" sub-dimension of the Tukey test is between the 1st grade and 2nd grade teacher scores. The negative attitude levels of the 1st grade teachers are observed to be higher than the negative attitude levels of the 2nd grade teachers.

When the general attitude scores in the table are examined, it is seen that there is no statistically significant difference between the general attitude scores ($F(3,303)=2,378$, $p>0,05$) according to the grade level variable of the primary-school teachers' attitudes towards educational games.

Table 6. T-Test Results of Primary-school Teachers' Attitude Scores Towards Educational Game by Region Variable

	Gender	N	\bar{X}	SS	sd	t	p
Positive Attitude	Urban	175	4,83	0,251	305	-0,665	0,506
	Rural	132	4,86	0,461			
Negative Attitude	Urban	175	2,02	1,209	305	-0,811	0,418
	Rural	132	2,14	1,372			
General Attitude	Urban	175	4,41	0,610	305	0,595	0,552
	Rural	132	4,36	0,751			

As is seen in Table 6, there is no statistically significant difference between the averages of "Positive Attitude" ($t(305)=-0,665$, $p>0,05$), "Negative Attitude" ($t(305)=-0,811$, $p>0,05$) and general attitude ($t(305)=0,595$, $p>0,05$) of the primary-school teachers towards educational games according to the variable of the region they teach.

CONCLUSIONS AND DISCUSSION

In this study, which aims to examine the attitudes of primary-school teachers towards educational game according to different variables, the Attitude Scale towards Educational Game have been used and the results have been revealed in line with the scores of 307 primary-school teachers working in Erdemli district of Mersin province.

According to the results for the first sub-problem, the scores obtained from the "Attitude Scale towards Educational Play" regarding the attitudes of primary-school teachers towards educational game, it is observed that the results of the scale's positive attitude sub-dimension are high, while the negative attitude sub-dimensions are low. In addition, when the scores obtained from the overall scale are examined, it can be said that the general attitude is high. The primary-school teachers participating in the study can be said to have a positive attitude towards educational games. In the study conducted by Tortop and Ocak (2010), it was concluded that primary-school teachers consider themselves sufficient in educational games.

Özyürek and Çavuş (2016) stated that teachers consider themselves sufficient in using educational games in the learning process. On the contrary, in the study conducted by Hazar and Altun (2018) in which teachers' opinions and competencies regarding educational games are examined, it is stated that Physical Education and Turkish teachers are observed to consider themselves sufficient, while participants from other teaching fields have seen themselves as inadequate. They stated the reason for this to be the teachers not receiving training on educational games.

When the results for the second sub-problem are examined, the Attitude Scores of Primary-school Teachers towards Educational Game do not differ according to gender. There is no statistically significant difference in

terms of gender variable both in general attitude scores and in sub-dimensions of the scale. Tortop and Ocak (2010), in their study examining self-efficacy perceptions towards educational play, concluded that male primary-school teachers consider themselves more competent than female primary-school teachers.

Considering the results for the third sub-problem; It has been observed that there is no significant difference both in the general attitude average score and in the positive and negative attitude sub-dimensions according to the placement year variable of Primary-school Teachers' Attitudes Towards Educational Game. Çangır (2008), on the other hand, found in his study with primary school religious culture and moral knowledge teachers that teachers with less seniority years use educational games more than those with more seniority years.

Considering the results for the fourth sub-problem; It is seen that the Attitude Scores of Primary-school Teachers towards Educational Game differ according to the grade level variable. While this difference is not reflected in the general attitude average scores, it can be observed in the sub-dimensions of the scale. According to the results of the "Positive Attitude" sub-dimension, the 1st grade, 2nd grade and 3rd grade teachers have higher positive attitude sub-dimension levels than the 4th grade teachers. When the "Negative Attitude" sub-dimension is examined; The negative attitude levels of the 1st grade teachers are found to be higher than the 2nd grade teachers. Similar to these results, Çangır (2008) found in his study that teachers reduced the use of educational games as the grade level increased. He pointed out that the reason for this situation is the difficulty of classroom control and the decrease in the ambition of the students to play as they get older. In the study conducted by Tortop and Ocak (2010), teachers stated that they take class and age levels into consideration when planning the activities they will do, and they adjust the duration of the educational games according to the signs of fatigue. Also, Kırbaş and Breaking Girgin (2018); Topçu, Küçük, and Göktaş (2014) also emphasized the importance of educational games to be suitable for age level in their studies. In the light of this information, one can conclude that the reason teachers design educational game-based learning activities at lower grade levels have a high attitude is that they design shorter-term activities and implement them correctly.

Looking at the results for the fifth sub-problem; It is observed that the Attitude Scores of Primary-school Teachers towards Educational Game does not differ according to the region of study. These results are seen both in the general attitude average scores and in the positive and negative attitude sub-dimensions.

When the results of the study are considered in general, it is seen that the primary-school teachers have a positive attitude towards the educational game. In addition, it is observed that there is no statistically significant difference in the variables of gender, placement year and working region. On the other hand, when the variable of grade level is examined, the attitudes of teachers who teach lower grade levels are observed to be higher towards educational games. This indicates that more attention is paid to educational games at younger ages and that teachers are not indifferent to it. In line with the results of the research, it is recommended to encourage teachers to use educational games suitable for age and grade level more in the learning process, and to conduct research on issues such as the effectiveness of educational games and attitudes towards educational games in different fields.

REFERENCES

- Aral N, Gürsay F, Köksal A. (2000). *Okul öncesi eğitiminde oyun*. Yapa Yayınları.
- Altınbulak, D., Emir, S., & Avcı, C. (2006). Sosyal bilgiler öğretiminde eğitsel oyunların erişime ve kalıcılığa etkisi. *Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3(2), 35-51.
- Aydın, M. Z., & Akyol, G., Ş. (2012). *Okulda değerler eğitimi*. Nobel Yayın Dağıtım
- Altuner-Çoban, G.Ş., Bozkurt, E., Kan, A. (2019). The development of an Attitude Scale for Educational Games: The study of validity and reliability. *Turkish Studies Educational Sciences*, 14(3), 287-302. <http://dx.doi.org/10.29228/TurkishStudies.22798>
- Bayat, S., Şentürk, Ş. & Kılıçaslan, H. (2014). Fen ve teknoloji dersinde eğitsel oyunların yedinci sınıf öğrencilerinin akademik başarısına etkisinin incelenmesi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(2), 204-216.
- Boyraz, C., & Serin, G. (2016). İlkokul düzeyinde oyun temelli fiziksel etkinlikler yoluyla kuvvet ve hareket kavramlarının öğretimi. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(1), 89-101.
- Chen, Z. H., Liao, C. C. Y., Cheng, H. N. H., Yeh, C. Y. C., & Chan, T. W. (2012). Influence of game quests on pupils' enjoyment and goal-pursuing in math learning. *Educational Technology & Society*, 15(2), 317-327
- Cooney, M. (2004). Is play important? Guatemalan kindergartners' classroom experiences and their parents' and teachers' perceptions of learning through play. *Journal of Research in Childhood Education*, 18(4), 261-277.
- Çangır, M. (2008). *İlköğretim din kültürü ve ahlak bilgisi dersinde eğitsel oyun yönteminin uygulanma durumu* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Yeditepe Üniversitesi.
- Erçetin, Ş. (2007). *KPSS eğitim bilimleri*. Arın Yayınları
- Gültekin, M., Atalay, N., & Ay, Y. (2014). İlköğretimde serbest etkinliklere yönelik sınıf öğretmeni ve öğrenci görüşleri. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 22(2), 419-437
- Hanbaba, B. (2011). *Oyunla öğretim yönteminin hayat bilgisi dersi başarısı ve tutumuna etkisi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Sakarya Üniversitesi.

- Hazar, Z. & Altun, M. (2018). Eğitsel oyunlara yönelik öğretmen görüşleri ve yeterliliklerinin incelenmesi. *CBÜ Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 13(1), 52-72.
- Kıldan O. (2001). *Oyunun çocukların gelişim özelliklerine etkisi* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Selçuk Üniversitesi.
- Kırbaş, Ş. & Koparan Girgin, G. (2018). İlkokulda eğitsel oyunlar tekniğinin öğretimdeki yerinin öğretmen görüşleri açısından incelenmesi. *International Journal of Social Science*, 65, 521-538.
- Kukul, V. (2013). *Eğitsel dijital oyunlar kuram, tasarım ve uygulama: Oyunla ilgili tarihsel gelişim ve yaklaşımlar*. (s.20-31). M. A. Ocak (Eds.) içinde. PegemA Yayıncılık.
- Özyürek, A. & Çavuş, Z. S. (2016). İlkokul öğretmenlerinin oyunu öğretim yöntemi olarak kullanma durumlarının incelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 24(5), 2157-2166.
- Paras, B., & Bizzocchi, J. (2005). *Game, motivation, and effective learning: an integrated model for educational game design*. Proceedings of DiGRA 2005 Conference: Changing Views – Worlds in Play.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics* (6th ed.). Pearson Education.
- Topçu, H., Küçük, S. & Göktaş, Y. (2014). Sınıf öğretmeni adaylarının ilköğretim matematik öğretiminde eğitsel bilgisayar oyunlarının kullanımına yönelik görüşleri. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 5(2), 119-136.
- Tortop, Y. ve Ocak, Y. (2010). Sınıf öğretmenlerinin eğitsel oyun uygulamalarına yönelik görüşlerinin incelenmesi. *On Dokuz Mayıs Üniversitesi Spor ve Performans Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 14-22.
- Torun, F., & Duran, H. (2014). Çocuk hakları öğretiminde oyun yönteminin başarıya, kalıcılığa ve tutuma etkisi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(16), 418-448.
- Tuğrul, B., Aslan, Ö., Ertürk, H., & Ö. Altınkaynak, Ş. (2014). Anaokuluna devam eden altı yaşındaki çocuklar ile okul öncesi öğretmenlerinin oyun hakkındaki görüşlerinin incelenmesi. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15(1), 97-111
- Yiğit, A. (2007). İlköğretim 2. sınıf seviyesinde bilgisayar destekli eğitici matematik oyunlarının başarıya ve kalıcılığa etkisi [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Çukurova Üniversitesi.

KEY PROMPTS FOR BOOSTING STUDENTS' ENGAGEMENT IN ONLINE WRITING CLASSES

Gulnara Chingiz HAJIYEVA
Azerbaijan University of Languages
Ph.D student

ABSTRACT

In EFL (English as a foreign language) teaching, especially, writing classes having great content without a clear delivery processes are not effective. Therefore, nowadays due to pandemic limitations providing students with online classes places a big responsibility on teachers' shoulders. Inherently, students join online classes wanting to know what's going to happen, and a course syllabus can be very helpful in this aspect for the organization of classes since it includes the course objectives, main subject points/ideas or perspectives, reminders of assignments, and due dates as well as information about office hours and technical support contact information. Moreover, the quick tips presented below can be very useful for language teachers who encounter some challenges in managing and delivering an effective online class to students:

Key Words: Student Engagement, Breakout Rooms, Critical Analysis, Cohesion, Task Achievement, Opening And Closing Remarks

1. Have PowerPoint and other resources ready

Student engagement increases when they have multiple learning tools, such as PowerPoints that provide clear and brief explanation of a new topic with specific examples and links. Using the PowerPoint slides as a guide can contribute a lot to students' clear and quick perception as they can easily follow them along with an instructor's explanation. Sharing the PowerPoint slides can also be a kind remind for students who are eager to review them later for exam preparation, too. It is also a good idea to include key questions within the PowerPoint as these can reinforce opportunities for interaction during the class and allow teachers to estimate student attention. For example, in teaching formal and semi-formal letters to students the slides presenting the structure and opening/closing remarks for letters of different purposes can help a lot for students while making a critical analysis of sample letters and composing their own writings as they appear every time ready on the screen.

2. Allow scheduled breaks for student interactions

Qualifying for an online course can be exhausting for students as well since a traditional writing class consists of an instructor's showing up with different materials, notes, and handouts, and then presenting/sharing knowledge about the new topic and facilitating student feedback and discussions. However, in an online environment teachers should also be able to be a technical expert, managing multiple processes for student engagement. Therefore, teachers have to ensure scheduled breaks during the course and in some parts of more challenging classes. Organizing group work and allowing students to work and discuss the given task in separate breakout rooms can enhance students' involvement in online classes surely with an instructor's monitoring as well as enabling them to exchange ideas freely and confidently among themselves. For instance, in writing classes, it can be organized in this way such as one group composing a letter of apology in response to other group's letter of complaint. Here, the teacher's role is just a monitor and facilitator if students need any help while completing the online writing task.

3. Add more fun and practice a lot.

Finally, teachers should carefully consider this question for their learners, "How would they feel about coming to the online class? *That* is the tough question teachers need to think through, especially, if they are serious about engaging today's students. The answer should be that they have to realize how important it is for them to bring fun and engage more students. Having students to complete game tasks and allowing them to practice and consolidate new topic in an enjoyable way can be highly motivating and more involving for them. For example, checking out how well new vocabulary has been learned through various crosswords, restructuring the jumbled sentences of formal letters of different purposes, or written role-play response to each other working in separate teams, etc. seem to be very efficient for teachers to give feedback on students' readiness and participation in online classes.

Furthermore, it is up to EFL teachers how to organize language classes productively using various, motivating tasks to contribute to learners' effective language practice. For example, while teaching functional writing samples teachers should use a variety of writing tasks that not only give a new knowledge of how to write as well as get

enough practice and feel confident in producing a foreign language effectively. While doing these tasks students should be able to identify for themselves some key principles to master and follow:

A. Choice of words : Formal, semi-formal, or informal? Simple or complicated?

The words that employed in composed letters determine their styles. What is more important here is to be able to use the right words and sentence structures to convey the exact meaning in a more diplomatic way. For instance, these tasks can be very helpful for checking how well students can identify if the language used in the given samples are formal, informal, or semi-formal.

1.

4 Put an F for formal and an I for informal language.

- 1 Thank you very much for your cooperation in this matter.
- 2 It'll be great to see you again after so long!
- 3 My husband and I request your presence...
- 4 It is with deep regret that I must inform you ...
- 5 Hope this advice will be of some help to you.
- 6 Would it be possible to get together over lunch sometime soon?

2.

BEGINNINGS...

- 1 I am writing in response to your advertisement in yesterday's *Daily Scope* concerning a vacancy in your sales department.
- 2 I am writing in reply to your letter requesting information about our products.
- 3 I am writing in my capacity as chairman of the residents' association to draw your attention to the problem of excessive noise levels in our neighbourhood.
- 4 I am writing to request permission to use the company premises for a meeting which will be held during the holidays.
- 5 I am writing to advise you of the changes in the schedule for the forthcoming seminar on "Safety in the Home."

...ENDINGS

- A I hope that these changes will not cause you too much inconvenience and that you will still be able to attend.
- B We feel confident that you will find something in our range that meets your requirements and look forward to receiving your order.
- C I am available for interview any weekday between 9 am and 5 pm, and I look forward to meeting you in person to discuss the possibility of my employment.

(6, p.82, 84)

By analyzing sentence structures and words and phrases of formal style students can easily identify formal, semi-formal, or informal styles of letters. For example, in the first task, the omission of pronoun subjects and simple words and sentence structures signal the reader that they are of informal style, such as "Hope this advice will be [...], It will be great to see you again[...]" However, in the sentence examples "[...] request your presence, I am writing in my capacity as a chairman [...]" complex sentence structures, more academic vocabulary, etc. help to say that they are formal letters.

B. Choice of Structure: Does a writing have a clear beginning, middle, and an end? Good structure of any writing sample is like the floors that lead your reader logically to each floor of thought and tells where and what the final point is. It is more challenging to understand the chain of thought in written communication than when it is expressed verbally. Hence, good writing should always guide the reader better and help him/her stay on track. Therefore, task 2 can be very helpful for learners to apply the newly learned diplomatic words and phrases in structuring different letter samples, how to start and end letters using formal style after practicing enough with them. In this task, students are assigned to match the beginnings with endings and do a detailed study of more diplomatic and compound sentence structures.

C. Audience: Who is going to read it? The most important element of your writing! Good writers need to constantly keep their audience in mind. The style will differ depending on whether you are writing it to people in diplomacy, science scholars, or just friends. Therefore, the following task can be a good practice for learners how to differ and change the words of informal style into formal ones.

5 Look at the phrases below and say which could be used to replace the informal expressions in Ex. 4.

- a We would be extremely grateful
- b **in the hope that you could inform** ①
- c It is hoped that by doing this
- d As you are doubtless aware,
- e Residents need only take their
- f should you require any further information
- g I would like to express my thanks

—, Crescent Road,
Tipton
11th May, 1997

The Manager,
Star Radio Station,
St Michael's Walk,
Tipton

Dear Sir/Madam,

I am writing to you on behalf of the students at Tipton College
① so you can tell your listeners of a recycling project we are starting
② in this area. I am sure you know that there are currently no recycling facilities in Tipton itself. There are a number of large stores outside the town centre which provide this service, but this is inconvenient for many residents.

The students of Tipton College have decided to organise a scheme whereby volunteers will collect any waste paper and glass
③ for delivery to a local company which will recycle it. We think that if we do this on a regular basis, more residents of the town will stop discarding their reusable rubbish and recycle it instead.

The service will begin on the first Monday of next month, and collections will take place every Monday thereafter. There will be collection points at various locations around the town, which will be
④ clearly marked for easy identification. All you have to do is take your waste paper and glass to these points. All glass products should be washed thoroughly and brought to the points.

(6, p.91)

Hence, this task enables students to use their diplomatic vocabulary stock and replace the informal expressions in different lines of the letter with their formal ones; for example, *“I am sure you know that”* will sound more formal if it is replaced by *“As you are doubtless aware “* or instead of *“All you have to do is take your ”* it is better to write *“Residents need only take their”*

To sum up, teaching online writing classes productively and with definite learning outcomes requires a strong dedication and innovative approach from language teachers. Considering students’ needs and organizing classes by using effective technology tools can result in an effective delivery of online classes. Therefore, teachers should try to facilitate the online learning as much as possible for inspiring students to actively participate and become accurate and fluent users of the target language.

REFERENCES

1. Anna Maria Malkoc, Letter Writing in English. Rationale and Models for Social and Business Letters, Washington DC, 2005
2. Alice Oshima, Ann Hogue, Writing Academic English, 3rd and 4th editions, Longman, 1999
3. Cross W. Action Letters for Small Business Owners. - New York, 1991
4. Daniel J. Kurland , How the Language Really Works: The Fundamentals of Critical Reading and Effective Writing, , 2010
5. Harmer J. The Practice of English Language Teaching, New Edition in Longman Publishing, New York, 1983, 289 p.
6. Virginia Evans, Successful Writing proficiency, Express Publishing, 1998

LONG-TERM EFFECTS ON THE SELF-PERCEPTION OF BIOLOGY TEACHERS ABOUT THEIR PEDAGOGICAL TECHNOLOGICAL CONTENT KNOWLEDGE (TPACK) PRODUCED BY AN ONLINE TEACHER DEVELOPMENT PROGRAM

Daniel Fábio SALVADOR
 Fundação CECIERJ, Rio de Janeiro, Brazil
 E-mail - salvador@cecierj.edu.br
<https://orcid.org/0000-0003-4528-1195>

Luiz Gustavo Ribeiro ROLANDO
 Fundação CECIERJ, Rio de Janeiro, Brazil
 E-mail - lrolando@cecierj.edu.br

Roberta Flavia Ribeiro Rolando VASCONCELLOS
 Universidade do Grande Rio, Duque de Caxias-RJ, Brazil
 E-mail - roberta.vasconcellos@unigranrio.edu.br

Mauricio Roberto Motta Pinto Da LUZ
 Laboratório de Avaliação em Ensino e Filosofia das Biociências, Instituto Oswaldo Cruz, Fiocruz, Rio de Janeiro, Brazil
 E-mail - mauluz@ioc.fiocruz.br

ABSTRACT

The objective of this study was to verify the immediate and long-term effects on the perception of 38 Biology teachers about their Technological Pedagogical Content Knowledge (TPACK) bases after their participation on an Online Teacher Development Program (TEP). These teachers answered the TPACK Questionnaire, which was applied as a data collection instrument inside the online course program. The comparison tests between the average scores obtained before and immediately after participation on the program showed that there are statistically significant differences in all post-tests obtained, with higher average scores than the respective pre-tests. The results of the average scores obtained in the post-test carried out immediately at the end of the course do not differ statistically from those obtained in the second post-test carried out one year after the end of the course. Taken together, the results indicate that foster a teacher training through online programs who focused on equipping the teacher to deal with the specific contents he has to teach in the classroom, coupled with the elaboration of action plans and subsequent reflection on the teaching practice, produced positive and lasting effects on their confidence in their TPACK knowledge bases.

Keywords: Pedagogical Technological Content Knowledge (TPACK), Biology Teaching, Teaching practice.

1. INTRODUCTION

Given the constant evolution of knowledge in today's society, the Brazilian government has encouraged and developed professional development programs for teachers as a means by which teachers can keep up to date (Brasil, 2006; Carvalho & Gil-Pérez, 2011; Gatti & Barretto, 2009; Rolando, Salvador, Souza, & Luz, 2014; Salvador, Crapez, Rolando, Rolando, & Magarão, 2010). This process of professional development starts from the initial training at the undergraduate level, corresponding to the learning period of future teachers in the qualification schools, as well as in the process of training in-service teachers, through programs promoted inside and outside of schools, considering different face-to-face and distance possibilities (Brasil, 2002).

Studies have indicated that participation in training processes, in which teachers can share their professional experiences, is an important opportunity to be offered in professional development programs (Bransford, Brown, & Cocking, 2007; Darling-Hammond & Bransford, 2005; Rolando et al., 2014; Shulman & Shulman, 2004; Villani, Almeida Pacca, & Freitas, 2009). From this perspective, the use of online professional development programs, including courses, activities and online interactions with tutors and peers (National Research Council, 2007; Treacy, Kleiman, & Peterson, 2002), especially promoting collaboration among teachers (Park, Oliver, Johnson, Graham, & Oppong, 2007; Rolando et al., 2014; Salvador, Rolando, & Rolando, 2012) would provide learning opportunities that, in a way, could meet the development needs of these professionals, as they this type of program takes advantage of the flexibility that the *Internet* can offer, giving teachers opportunities to keep up-to-date as they can access it at their convenience of time and space conditions (Dede, Jass Ketelhut, Whitehouse, Breit, & McCloskey, 2008).

Online professional development programs are provided through electronic technologies, and increasingly refer to web-based interactive experiences combining text, video and sound (National Research Council, 2007). Most of the time it is asynchronous, in that participants do not have to be involved in an activity at the same time,

allowing more time for reflection on the proposed questions, questions and/or answers before interacting with tutors or peers (National Research Council, 2007). Thus, the potential benefits of an online professional development program are: flexibility and versatility; the potential for establishing teacher communities; and the possibility that teachers become more directly involved in their own learning and professional growth (Brown & Neal, 2013; National Research Council, 2007).

Regarding the focus of a professional development program for teachers, Bransford et al. (2007) state that the path to be built by researchers, managers of professional development programs and by the teachers themselves must be guided by a permanent search for better teaching, stimulating research and the implementation of new technologies in a contextualized way to the daily school life and, above all, for the reflection on the pedagogical action carried out. Thus, the exchange of experiences and the contextualization of shared knowledge in professional development activities should be related to the daily professional practice, in a continuous process of action-reflection-action (Alarcão, 2011; Bonzanini & Bastos, 2009; Schon, 1983).

In their daily routine, teachers experience complex situations, and to manage them, they need a set of knowledge that supports their decision-making processes for effective action in specific teaching and learning situations (Mishra & Koehler, 2006; Shulman, 1986, 1987). Among these types of knowledge are those related to the integration of information and communication technologies (ICTs) in teaching, especially Internet tools, which constitute a recently new set for current teachers, who for the most part cannot be considered digital natives - children and teenagers who have not known a world without internet (Prensky, 2001).

In fact, although in recent years international (BECTA, 2003; Crook, 2008; ISTE, 2008; UNESCO, 2008, 2011) and national institutions (Brazil, 2014; CONAE, 2010; Fidalgo-Neto et al., 2009) have identified the importance of integrating ICTs in the educational context, there seems to be a gap in relation to their use in teaching practice, since these tools remain on the margins of classrooms in basic education in Brazil (Couto & Filho, 2014). Some recent studies suggest that the use of ICTs by teachers is often limited to preparing texts for classes, downloading resources, personal email communication, and socializing with friends and relatives (Rolando, Salvador, & Luz, 2013; Rolando, Vasconcellos, Moreno, Salvador, & Luz, 2015). Few teachers use these tools in teaching practice (Rolando et al., 2013).

This study presents and discusses the results obtained from the responses of 38 biology professors to the Brazilian version of the TPACK Survey for Meaningful Learning questionnaire (Rolando, Salvador, Vasconcellos & Luz, 2018), before and after participating in an online professional development program. The teachers' perception of their TPACK knowledge prior to participating in the professional development program was compared with their own perception right after the end of the program, as well as their perception one year after the end of the program.

1.1. THE TECHNOLOGICAL PEDAGOGICAL CONTENT KNOWLEDGE THEORETICAL MODEL

According to the theoretical formulation outlined by Shulman (1987), an integration between the pedagogical knowledge and the specific contents to be taught would occur in the minds of experienced teachers. Based on experiences of teacher training for the integration of technology in teaching, Mishra & Koehler (2006) proposed the theoretical model called Technological Pedagogical Content Knowledge (TPACK), which adds the Technology component to the Shulman model (1987). The TPACK theoretical model can be schematically visualized from Figure 1, which presents the three primary knowledge bases (content [C], pedagogy [P] and technology [T]) and their connections, resulting in three new knowledge bases, in addition to the Pedagogical Content Knowledge proposed by Shulman. Altogether, these seven TPACK knowledge bases define a set of knowledge that teachers would need for an effective integration of technologies in teaching, which are characterized by Koh, Chai and Tsai (2012) as follows:

- Technological Knowledge (TK): Knowledge about technological tools.
- Pedagogical knowledge (PK): knowledge of teaching methods.
- Content Knowledge (CK): Knowledge of the content to be taught.
- Technological Content Knowledge (TCK): Knowledge of how to represent content using technology.
- Technological Pedagogical Knowledge (TPK): Knowledge of the use of technology to implement different teaching methods.
- Pedagogical Content Knowledge (PCK): Knowledge of teaching methods related to the content to be taught.
- Technological Pedagogical Content Knowledge (TPACK): Knowledge of the use of technology to implement teaching methods for different contents to be taught.

Shulman proposed that specific teaching topics could be represented through analogies, illustrations, examples, explanations and demonstrations in order to make the content more understandable to students. Mishra and Koehler (2006) claimed that new technologies could play an important role in each of these aspects. These technologies would have the potential to change the nature of the classroom, as they would provide a series of possibilities for representations and demonstrations that could help make the content more accessible to the student (Mishra & Koehler, 2006).

From this point of view, there is no single technological solution that applies to all teachers, courses, or pedagogical methods. Quality in teaching requires developing a nuanced understanding of the complex relationships between technology, content, and pedagogy. It also depends on knowing how to use this understanding to develop appropriate strategies and representations, specific to the context in question. (Koehler, Mishra, & Cain, 2013; Mishra & Koehler, 2006).

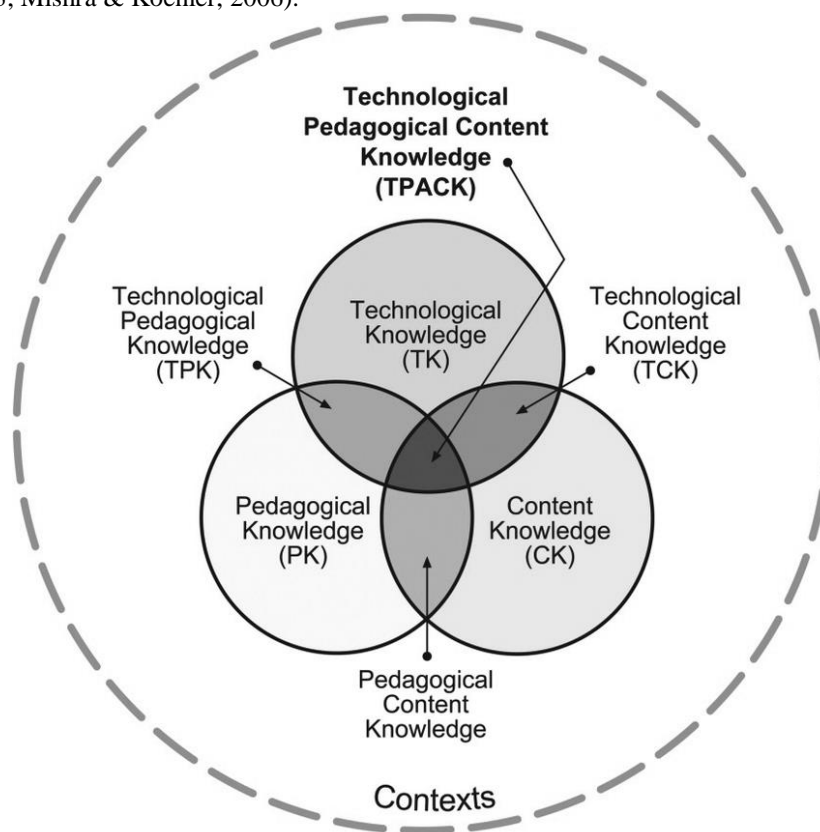


Figure 1: TPACK Framework

From the premises established in the TPACK framework, it is assumed that by relying on the content, pedagogy and technology tripod, online professional development programs could promote rich training environments. Such programs would aim to positively impact teachers' knowledge about the integration of ICTs in teaching practice. However, a recent systematic literature review, analyzing academic production about the TPACK framework in the Lusophone context, identified that none of the 60 articles found dealt directly with the assessment of teachers' perception about their TPACK bases (Rolando, Luz, & Salvador, 2015). Furthermore, no article proposed to analyze teachers' professional development strategies aimed at improving the knowledge bases involved in the CTPC model. In general, these studies investigated teachers' use made of technology, without actually making a methodological use of the TPACK framework in their research (Rolando et al., 2015). In other words, the possibility of evaluating the perception of teachers about their TPACK knowledge bases from their participation in professional development programs seems to be the threshold of current research.

The aim of the present study was to analyze the perception of Biology teachers about their knowledge bases related to technology, pedagogy and biology (content) after participating in an online professional development certificate program.

2. METHODOLOGY

2.1. STUDY CONTEXT

The Center for Science and Higher Distance Education of the State of Rio de Janeiro – Cecierj Foundation, an agency of the State Secretariat for Science, Technology and Innovation – SECTI, develops teaching and scientific dissemination activities in the State of Rio de Janeiro. Through the triad, higher education, university extension and Science public promotion, the Cecierj Foundation proposes that investing in the training of competent and autonomous professionals is the safest and most effective way to improve the State's Public Basic Education System. The Cecierj Foundation is the sponsor of the CEDERJ Consortium (consortium of the 7 public universities of Rio de Janeiro State) and collaborate with their Faculty and decision makers to create undergraduate and graduate online and blended degrees offered by these Universities.

In the last decade, Cecierj/Cederj Consortium has maintained Higher Education (undergraduate and graduate online programs) and extension actions in various areas of knowledge, offering many professional development actions to K12 teachers from the State of Rio de Janeiro. The production and management of online activities are centralized at its headquarters, with the support of information and communication technologies (ICTs), especially the Internet.

In 2012, a partnership was signed between the Cecierj Foundation and the Secretary of Education of the State of Rio de Janeiro (Seeduc), to offer a professional development graduate program through online and blended formats for teachers in the state education system in Rio de Janeiro. Teachers who complete a total of 6 courses in this program during the period of 18 months earn a Graduate Certificate degree in teaching practices in their area of expertise. The teachers were able also to use these earned credits into more advanced academic graduate programs offered for the Public Universities participants of the CEDERJ Consortium, who had previous collaboration with CECIERJ Foundation in this project and helped to develop these courses and programs. The goal of this graduate certificate program promoted by Seeduc and the Cecierj Foundation was to prepare a project that fill the gaps between the specific knowledge, didactic preparation and technology training for teachers by using the new curriculum proposed by the State of Rio de Janeiro. It happened through different actions including the elaboration of action lesson plans during the online courses, that increasingly seek the teacher's authorial autonomy (Rio de Janeiro State Department of Education, 2012).

2.2. THE ONLINE PROFESSIONAL DEVELOPMENT PROGRAM FOR TPACK TEACHER'S DEVELOPMENT

The courses from graduate certificate program offered by the Seeduc and Cecierj Foundation was characterized as an Online Educational program for Teacher Development, offered for the K12 teachers from the public schools of the state of Rio de Janeiro - Brazil. The course analyzed in this study was developed during the first two months of the 2015 school year, following the school calendar established by the curriculum of the state of Rio de Janeiro. The course was structured and made available to participants in a virtual learning environment (VLE) built on the online educational platform Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment). In the VLE there was the distribution of teaching material, the realization and delivery of online activities, as well as the interaction between the course participants and tutors responsible for conducting the online activities.

For a more interactive and personal relationship with the student, the distance tutoring system was used. In this system, each tutor attended about 15 participants during the entire period of the course. The tutor was responsible for guiding the participants in their doubts and evaluating the distance activities (DAs). Such assessments were based on comments that would lead the student to analyze and reflect on the concepts covered in the course. It was up to the tutors to also guide the course participants in the preparation of their action plan to be implemented in teaching practice. The focus of the tutoring was to create a relationship with the course participants that would reduce the effects imposed by geographic and temporal distance. The team of tutors was supervised by the team of teachers responsible for the program - Biology professors with a doctorate degree and experience in teacher training.

The dynamics employed in the course sought to establish a clear parallel between the topics proposed in the curriculum and classroom teaching. The course consisted of three stages: i) planning; and ii) implementation and iii) evaluation.

The planning stage lasted three weeks, in which the student became aware of the didactic material (set of texts, action scripts and learning objects aimed at teaching specific topics in Biology), participated in two thematic discussion forums and prepared an action plan related to one of the topics covered in the course: Biodiversity, Classification of living beings, Heredity, DNA and RNA, Evolution.

The action lesson plan is a didactic script prepared by the course teacher and applied in his classroom in basic education. The Action Plan is organized around the contents provided for by the curriculum for the current academic term. This plan contained the number of classes, the way in which the teaching topics would be worked with the students, the teaching and learning activities, the material and teaching resources to be used. The action lesson plan had the objective of previously organizing the performance of the course teacher in his classroom during the implementation/evaluation stage, as well reflect about the use in implementation of new educational technologies. At the same time the course participant prepared his action plan, he also participated in the online discussion forums, sharing information and ideas with his peers. In these forums, the course participants, along with the team of tutors, discussed the specific themes of the curriculum addressed in the course, especially, how to teach them and the use of possible new Educational Technologies.

The implementation and evaluation phases stage lasted two weeks. During this time, the teachers were part of in the "implementation online discussion forum", while executing the action plan in their own classrooms. The purpose of this second discussion was to collaborate and share with their peers and instructors the progress of the action plan during the implementation process. At this stage, the evaluation process also took place collectively: the course participants exposed the issues and benefits related to the choices, resources and activities selected for their action lesson plans, in addition to exposing the barriers and successes in the real classroom application. Also

as part of the evaluation phase, at the end of the course they submit a revised version of the action lesson plan with their reflections and analysis and self evaluation about the entire process.

2.3. PARTICIPANTS

The participants in this study were 38 Biology teachers from the state education system in the State of Rio de Janeiro. These teachers participated in the program offered by the Seeduc and Cecierj Foundation in 2015 and responded to the data collection instrument (see below). All teachers worked in the classroom at the time of the research.

2.4. DATA COLLECTION INSTRUMENT

To collect the data analyzed in this study, the Technological Pedagogical Content Knowledge Questionnaire (QTPACK) was used (Rolando et al., 2018). This instrument was translated, adapted and validated for the Portuguese language, from the original version developed and validated by Koh et al. (2012).

QTPACK contains 28 statements in a seven-point Likert scale format (strongly disagree, disagree, slightly disagree, neither agree nor disagree, slightly agree, agree, strongly agree). The purpose of the instrument is to measure the perception of teachers about their TPACK domain for the seven knowledge bases provided for in the TPACK framework.

The pre-test QTPACK was applied at the beginning of the course and the post-test QTPACK was applied immediately after the end of the course. 38 paired responses were obtained. One year after the end of the course, an invitation was made for these 38 respondents to respond to a second post-test. In all, 19 course participants answered the second post-test (50% response rate).

2.5. DATA ANALYSIS

Student's t-test (GraphPad Prism v.5 software) was used to compare the mean scores obtained from the QTPACK responses, for each of the seven TPACK knowledge bases.

3. RESULTS

Figure 2 shows the results of the mean scores for each of the seven TPACK knowledge bases obtained before the start of the course (pre-test) and immediately after its completion (post-test). Average scores of all post-tests were significantly higher than pre-tests. This dataset indicates that, on average, teachers felt more confident about their TPACK knowledge bases after participating in the online professional development program.

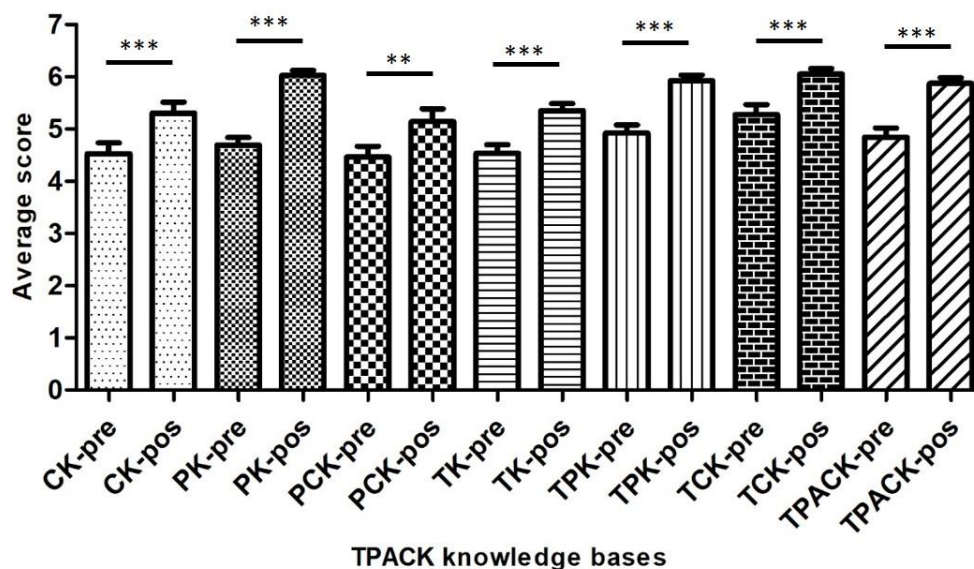


Figure 2: Comparison between pre and post QTPACK test. Teachers' perception of their knowledge bases (n=38, *** p<0,0001, ** p<0,001, t Student Paired).

Figure 3 shows the mean scores for each of the seven TPACK knowledge bases, obtained in the pre-test, post-test and second post-test of the 19 respondents who performed the three measurements. The comparison between the average scores obtained in the first post-test with those of the second post-test showed no statistically significant difference in any of the cases. That is, the variations between the average scores were minimal and possibly did not represent a change in the respondents' perception of their TPACK knowledge bases. These findings indicate that, one year after the end of the course, teachers remained more confident in relation to their knowledge bases TPACK.

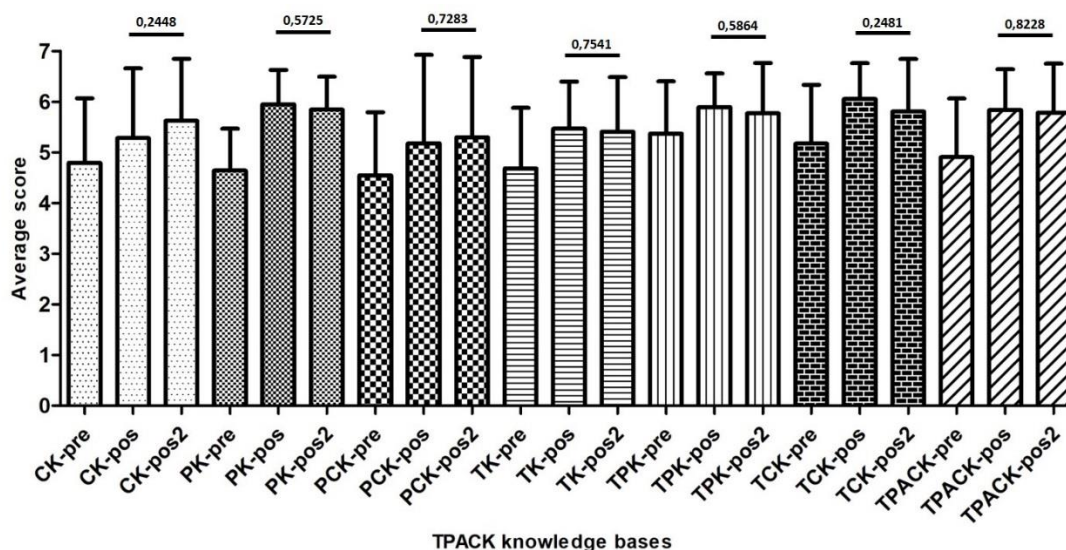


Figure 3: Comparison between mean scores after QTPACK tests. Teachers' perception of their knowledge bases (n=19, t Student Paired).

Table 1 presents a summary containing the details of the statistical comparison results between the average scores obtained before the start of the course (pre-test) and the average scores obtained in the first post-test, as well as the statistical comparison between the average scores obtained in the pre-test and the mean scores obtained in the second post-test of the 19 respondents who performed the three measurements. Except for two comparisons, CK-pre versus CK-pos, and TPK-pre versus TPK-pos2, in all other comparisons significant statistical differences were found, indicating that, in general, teachers felt more confident in relation to their TPACK knowledge bases, after participating in the online professional development program, even one (01) year after this participation occurred. In general, the comparisons between the results of the average scores obtained in the pre-test and post-test indicate that there was a general, immediate, and lasting effect on the positive perception of teachers in relation to all seven TPACK knowledge bases.

4. DISCUSSION

The training of in-service teachers involves offering professional development opportunities based on an update process in relation to new technologies, conceptual discussions focused on the subject to be taught, in a search for reflection on the pedagogical action aimed at improving teaching (Bransford et al., 2007; Carvalho & Gil-Pérez, 2011; Darling-Hammond & Bransford, 2005). It should also consider opportunities for opportunities for exchanging experiences between teachers (Park et al., 2007; Rolando et al., 2014). The methodology presented in this study aimed to investigate whether the proposal to promote an online course would produce any change in their perception of their TPACK knowledge bases. This expectation of change was justified because the course was structured to pedagogically equip the Biology teacher to deal with the themes proposed in the curriculum. That is, what is required of the teacher to teach in the classroom, using for this the elaboration of an action plan and the subsequent reflection on the teaching practice performed.

The comparison between the results of the average pre-test and immediate post-test scores indicated that the general effect of participation in the course was the expansion of the teachers' positive perception in relation to all seven TPACK knowledge bases. More than that, when we verified the perception of a sample of these teachers one year after the end of the course, it was identified that the effects of increasing the scores remained.

Some studies carried out in the Asian context obtained results similar to those presented here. In Singapore, 343 trainee teachers participated in a 12-week course focused on preparing them to integrate ICT into teaching (Chai, Koh, Tsai, & Tan, 2011). The comparison between the mean scores obtained in the immediate pre- and post-test showed an increase in teachers' confidence in their knowledge bases CK, TCK, TPK and TPACK (Chai, Koh, Tsai, & Tan, 2011). The theoretical foundations of that course can be considered similar to those of the professional development program in this study. According to the authors, the growing perception of teachers in relation to the TPACK knowledge base indicates that they were more prepared to integrate ICTs in teaching after participating in the course (Chai, Koh, Tsai, & Tan, 2011).

In another study also carried out in Singapore, 102 practicing teachers participated in a professional development course focused on building lesson plans that integrate ICTs into teaching (Koh & Chai, 2014). The comparison between the average scores obtained in the immediate pre- and post-test indicated an increase in teachers' confidence in their knowledge bases TK, TPK, TCK and TPACK, that is, all knowledge bases related to the Technology component (Koh & Chai, 2014). According to the authors, these findings suggest that involvement

in the development of teaching activities that integrate ICTs in teaching has a positive impact on teachers' perception of their knowledge bases (Koh & Chai, 2014).

Taking these results together we can speculate that participation in a professional development program was the only possible known variable that could cause a general increase in teachers' confidence about their knowledge bases. That is, the foundations on which the professional development program was established seem to be adequate to promote the lasting expansion of the teacher's confidence in their knowledge bases, especially those related to the integration of ICTs in teaching.

5. FINAL CONSIDERATIONS AND LIMITATIONS OF THE STUDY

The results presented in this study suggest that the use of an online professional development program for Biology teachers based on discussions of the subject to be taught, on the creation and application of teaching strategies and on reflection on pedagogical practice promoted an increase in perception of teachers in relation to their knowledge bases provided for in the TPACK theoretical model.

In general, the comparisons between the results of the average scores obtained in the pre-test and post-test indicate that there was a general, immediate and lasting effect on the positive perception of teachers in relation to all seven TPACK knowledge bases. Although these results of increased immediate perception and long-term retention on the TPACK knowledge bases are in agreement, it is worth noting that when we verify the average scores obtained in the pre-test and compare with those obtained in the immediate post-test and one after the end of the program (from the 19 teachers), no statistically significant differences were found between the CK-pre knowledge base and the immediate CK-pos knowledge base, as well as between the TPK-pre knowledge base and the TPK-pos 1 year knowledge base.

In the first case, the p value obtained for the Paired t Test was 0.0522, a value very close to the critical level of 0.05, which in statistics can be considered *approach significance*, which leads us to the hypothesis that a greater number of responding teachers could result in a p-value < 0.05. Corroborating this hypothesis, the comparison between the CK-pre knowledge base and the CK-pos 1-year knowledge base indicated that there was a statistically significant difference. Thus, we can speculate that this first case may be related to the small sample size, since the comparison between the CK-pre and immediate CK-pos knowledge base of the 38 respondent teachers was significant with a critical level value of $p < 0.0001$.

In the second case, although there was initially an increase in teachers' confidence in their pedagogical technological knowledge (TPK), this expansion was not maintained after one year. In this comparison, the p value was well above the critical value of 0.05, something that makes any speculation difficult from a statistical point of view.

A possible explanation for this result may be related to the fact that this knowledge base is not related to biological knowledge (CK). That is, since the professional development program was strongly linked to Biology themes, the TPK knowledge base, which deals with possible technologies that support pedagogical processes without emphasizing a theme of the curriculum addressed in the course, may not make much sense for the acting teacher in the classroom, especially after a long time has elapsed since the end of the professional development program. Another limitation of the present study is related to the lack of control over possible intervening variables in the increase of teachers' perception in relation to their knowledge bases, since only teachers who participated in the course answered the pre- and post-test questionnaires. However, we must consider that the time elapsed between pre-test and the first post-test was relatively short. It seems unlikely, therefore, that the numerous differences observed in all bases in this period would have occurred with a group of teachers during their daily experiences, without any type of intervention. Still, new studies must be carried out, in order to corroborate or not these findings.

The use of a similar online professional development program could be tested with teachers from other areas of knowledge, basic education subjects such as Physics, Chemistry, Mathematics, Languages, History and Geography, in order to be able to generalize or not the confidence in the general fundamentals under which the specific program for Biology teachers was established.

AVAILABILITY OF DATA AND MATERIALS

The data that support the findings of this study are available on request from the first author.

FUNDING

This work was supported by Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (FAPERJ) E- 26/110.546/2014 grant, Conselho Nacional de Pesquisa CNPq 481714/2013-8 grant, Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) and CECIERJ Foundation.

ACKNOWLEDGEMENTS

We appreciate the participants' engagement in this research. We acknowledge CECIERJ Foundation for the permission for data collection during the research period.

REFERENCES

- Alarcão, I. (2011). *Professores reflexivos em uma escola reflexiva* (8a ed.). São Paulo: Cortez editora.
- BECTA. (2003). What the research says about using ICT in science. Report to the BECTA ICT Research network. Retrieved from http://www.mmiweb.org.uk/publications/ict/Research_Barriers_TandL.pdf
- Bonzanini, T. K., & Bastos, F. (2009). FORMAÇÃO CONTINUADA DE PROFESSORES DE CIÊNCIAS: ALGUMAS REFLEXÕES. In ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM EDUCAÇÃO EM CIÊNCIAS (pp. 1–12). Florianópolis: ABRAPEC. Retrieved from <http://www.foco.fae.ufmg.br/viiienpec/index.php/enpec/viiienpec/paper/viewFile/644/283>
- Bransford, J. D., Brow, A. L., & Cocking, R. R. (2007). *Como as pessoas aprendem: cérebro, mente, experiência e escola*. Editora Senac.
- Brasil. (2002). Referenciais para a Formação de professores. Brasília.
- Brasil. (2006). Orientações Curriculares para o Ensino Médio: Ciências da Natureza, matemática e suas tecnologias. Secretaria de Educação Média e Tecnológica/MEC. ... (Vol. 2). Brasília, DF. Retrieved from http://portal.mec.gov.br/seb/arquivos/pdf/book_volume_02_internet.pdf
- Brown, C. A., & Neal, R. E. W. (2013). Definition and History of Online Professional Development. In J. Keengwe & L. Kyei-Blankson (Eds.), *Virtual Mentoring for Teachers: Online Professional Development Practices* (pp. 182–184). IGI-Global. <http://doi.org/10.4018/978-1-4666-1963-0.ch010>
- Carvalho, A. de, & Gil-Pérez, D. (2011). *Formação de professores de ciências: tendências e inovações* (10th ed.). São Paulo: Editora Cortez.
- Chai, C. S., Koh, J., Tsai, C.-C., & Tan, L. (2011). Modeling primary school pre-service teachers' Technological Pedagogical Content Knowledge (TPACK) for meaningful learning with information and communication technology (ICT). *Computers & Education*, 57(1), 1184–1193. <http://doi.org/10.1016/j.compedu.2011.01.007>
- CONAE. (2010). *Construindo o Sistema Nacional Articulado de Educação: o Plano Nacional de Educação, diretrizes e estratégias*; documento Final. Brasília: INEP. Brasília, DF. Retrieved from http://conae.mec.gov.br/images/stories/pdf/pdf/doc_base_documento_final.pdf
- Couto, H. H. O. de M., & Filho, L. A. C. de R. (2014). Mídias na Educação: discurso oficial nos discursos de professores egressos de um Programa de Formação Continuada. *Revista Brasileira de Informática Na Educação*, 21(03), 85–99. <http://doi.org/10.5753/RBIE.2013.21.03.85>
- Crook, C. (2008). Web 2.0 technologies for learning: The current landscape-opportunities, challenges and tensions. British Educational Communications and Technology Agency (BECTA) Report: Web 2.0 technologies for learning at Key Stages 3 and 4. <http://doi.org/10.1.1.142.9577>
- Darling-Hammond, L., & Bransford, J. (Eds.). (2005). *Preparing teachers for a changing world: What teachers should learn and be able to do*. San Francisco, CA: Jossey-Bass Inc.
- Dede, C., Jass Ketelhut, D., Whitehouse, P., Breit, L., & McCloskey, E. M. (2008). A Research Agenda for Online Teacher Professional Development. *Journal of Teacher Education*, 60(1), 8–19. <http://doi.org/10.1177/0022487108327554>
- Fidalgo-Neto, A. a., Tornaghi, A. J. C., Meirelles, R. M. S., Berçot, F. F., Xavier, L. L., Castro, M. F. a., & Alves, L. a. (2009). The use of computers in Brazilian primary and secondary schools. *Computers & Education*, 53(3), 677–685. <http://doi.org/10.1016/j.compedu.2009.04.005>
- Gatti, B., & Barretto, E. de S. (2009). Professores do Brasil: impasses e desafios. Brasília. Retrieved from <http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:Professores+do+Brasil:+impasses+e+desafios#0>
- ISTE. (2008). The ISTE NETS and performance indicators for teachers (NETS-T). Retrieved from http://www.iste.org/docs/pdfs/20-14_ISTE_Standards-T_PDF.pdf
- Koehler, M., Mishra, P., & Cain, W. (2013). What Is Technological Pedagogical Content Knowledge (TPACK)? *Journal of Education*, 193(3), 13–19.
- Koh, J. H. L., & Chai, C. S. (2014). Teacher clusters and their perceptions of technological pedagogical content knowledge (TPACK) development through ICT lesson design. *Computers & Education*, 70, 222–232. <http://doi.org/10.1016/j.compedu.2013.08.017>
- Koh, J. H. L., Chai, C. S., & Tsai, C.-C. (2012). Examining practicing teachers' perceptions of technological pedagogical content knowledge (TPACK) pathways: a structural equation modeling approach. *Instructional Science*. <http://doi.org/10.1007/s11251-012-9249-y>
- Mishra, P., & Koehler, M. J. (2006). Technological Pedagogical Content Knowledge: A Framework for Teacher Knowledge. *Teachers College Record*, 108(6), 1017–1054.
- National Research Council. (2007). *Enhancing Professional Development for Teachers: Potential Uses of Information Technology*, Report of a Workshop. Washington, D.C: The National Academic Press.
- Park, S., Oliver, J. S., Johnson, T. S., Graham, P., & Oppong, N. K. (2007). Colleagues' roles in the professional development of teachers: Results from a research study of National Board certification. *Teaching and Teacher Education*, 23(4), 368–389. <http://doi.org/10.1016/j.tate.2006.12.013>

- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6. <http://doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Rolando, L. G. R., Luz, M. R. M. P., & Salvador, D. F. (2015). O Conhecimento Tecnológico Pedagógico do Conteúdo no Contexto Lusófono: uma revisão sistemática da literatura. *Revista Brasileira de Informática Na Educação*, 23(3), 174–190. <http://doi.org/10.5753/rbie.2015.23.03.174>
- Rolando, L. G. R., Salvador, D. F., & Luz, M. R. M. P. (2013). The use of internet tools for teaching and learning by in-service biology teachers: A survey in Brazil. *Teaching and Teacher Education*, 34, 46–55. <http://doi.org/10.1016/j.tate.2013.03.007>
- Rolando, L. G. R., Salvador, D. F., Souza, A. H. S., & Luz, M. R. M. P. (2014). Learning with their peers: Using a virtual learning community to improve an in-service Biology teacher education program in Brazil. *Teaching and Teacher Education*, 44, 44–55. <http://doi.org/10.1016/j.tate.2014.07.010>
- Rolando, L. G. R., Salvador, D. F., Vasconcellos, R. F. R. R., & Luz, M. R. M. P. (2018). Evidências de validade da versão adaptada para o português do questionário TPACK Survey For Meaningful Learning. *Avaliação Psicológica*, 17(1), 37–47. <http://dx.doi.org/10.15689/ap.2017.1701.05.13157>
- Rolando, L. G. R., Vasconcellos, R. F. R. R., Moreno, E. L., Salvador, D. F., & Luz, M. R. M. P. (2015). Integração entre Internet e Prática Docente de Química. *Revista Virtual de Química*, 7(3), 864–879. <http://doi.org/10.5935/1984-6835.20150044>
- Salvador, D. F., Crapez, M. A. C., Rolando, R. F. R., Rolando, L. G. R., & Magarão, J. F. L. (2010). Um panorama da formação continuada de professores de Biologia e ciências através da ead no estado do rio de Janeiro. *EAD Em Foco*, 1, 59–68. Retrieved from <http://www.eademfoco.cecierj.edu.br/index.php/Revista/article/viewArticle/19>
- Salvador, D. F., Rolando, R. F. R., & Rolando, L. G. R. (2012). Colaborar para aprender e avaliar para formar: Um relato de experiência na formação continuada de professores de biologia. *Revista Brasileira de Aprendizagem Aberta E a Distância*, 11, 35 – 48.
- Schon, D. A. (1983). *The Reflective Practitioner: How Professionals Think In Action*. New York: Basic Books.
- Shulman, L. S. (1986). Those who understand: Knowledge growth in teaching. *Educational Researcher*, 15(2), 4–14. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/10.2307/1175860>
- Shulman, L. S. (1987). Knowledge and Teaching: Foundations of New Reform. *Harvard Educational Review*, 57(1), 01 – 21.
- Shulman, L. S., & Shulman, J. H. (2004). How and what teachers learn: a shifting perspective. *Journal of Curriculum Studies*, 36(2), 257–271. <http://doi.org/10.1080/0022027032000148298>
- Treacy, B., Kleiman, G., & Peterson, K. (2002). Successful online professional development. *Learning and Leading with Technology*, 30(1), 42 – 47. Retrieved from http://olms.noinc.com/olms/data/resource/1686/SuccessfulOnlinePD_.pdf
- UNESCO. (2008). *ICT competency standards for teachers*. United Kingdom. Retrieved from <http://www.unesco.org/publications>
- UNESCO. (2011). *Unesco ICT competency framework for teachers*. Paris, France. Retrieved from <http://www.unesco.org/publications>
- Villani, A., Almeida Pacca, J. L., & Freitas, D. (2009). Science Teacher Education in Brazil: 1950–2000. *Science & Education*, 18(1), 125–148. <http://doi.org/10.1007/s11191-007-9116-4>

Table 1: Summary of results comparing pre-test, first post-test and second QCTPC post-test. Teachers' perception of their knowledge bases (n=19, t Student Paired. Two-tailed. Number of pairs 19. *p<0,05. **p<0,01. ***p<0,001).

Paired t test	P value	P value summary	Are means signif. different? (P < 0.05)	t, df	How big is the difference?		R squared	How effective was the pairing?			
					Mean of differences	95% confidence interval		Correlation coefficient (r)	P Value (one tailed)	P value summary	Was the pairing significantly effective?
CC-pre vs CC-pos	0,0522	ns	No	t=2.079 df=18	-0,4895	-0.9841 to 0.005188	0,1936	0,7020	0,0004	***	Yes
CC-pre vs CC-pos2	0,0107	*	Yes	t=2.849 df=18	-0,8263	-1.436 to -0.2169	0,3107	0,4882	0,0170	*	Yes
CC-pos vs CC-pos2	0,2448	ns	No	t=1.202 df=18	-0,3368	-0.9255 to 0.2518	0,07434	0,5634	0,0060	**	Yes
CP-pre vs CP-pos	P<0.0001	***	Yes	t=6.698 df=18	-1,305	-1.715 to -0.8958	0,7136	0,3736	0,0576	ns	No
CP-pre vs CP-pos2	P<0.0001	***	Yes	t=5.302 df=18	-1,200	-1.676 to -0.7245	0,6096	0,1207	0,3112	ns	No
CP-pos vs CP-pos2	0,5725	ns	No	t=0.5748 df=18	0,1053	-0.2795 to 0.4900	0,01802	0,2813	0,1217	ns	No
CPC-pre vs CPC-pos	0,0480	*	Yes	t=2.122 df=18	-0,6316	-1.257 to -0.006202	0,2001	0,6695	0,0009	***	Yes
CPC-pre vs CPC-pos2	0,0211	*	Yes	t=2.526 df=18	-0,7474	-1.369 to -0.1259	0,2618	0,6100	0,0028	**	Yes
CPC-pos vs CPC-pos2	0,7283	ns	No	t=0.3529 df=18	-0,1158	-0.8052 to 0.5736	0,006870	0,6353	0,0017	**	Yes
CT-pre vs CT-pos	0,0005	***	Yes	t=4.250 df=18	-0,7842	-1.172 to -0.3965	0,5008	0,7414	0,0001	***	Yes
CT-pre vs CT-pos2	0,0062	**	Yes	t=3.099 df=18	-0,7211	-1.210 to -0.2322	0,3480	0,6069	0,0029	**	Yes
CT-pos vs CT-pos2	0,7541	ns	No	t=0.3181 df=18	0,06316	-0.3540 to 0.4803	0,005589	0,6370	0,0017	**	Yes
CTP-pre vs CTP-pos	0,0154	*	Yes	t=2.677 df=18	-0,5263	-0.9393 to -0.1133	0,2848	0,5640	0,0059	**	Yes
CTP-pre vs CTP-pos2	0,2171	ns	No	t=1.279 df=18	-0,4000	-1.057 to 0.2570	0,08333	0,09828	0,3445	ns	No
CTP-pos vs CTP-pos2	0,5864	ns	No	t=0.5540 df=18	0,1263	-0.3527 to 0.6053	0,01677	0,3354	0,0802	ns	No
CTC-pre vs CTC-pos	P<0.0001	***	Yes	t=5.338 df=18	-0,8789	-1.225 to -0.5330	0,6129	0,8117	P<0.0001	***	Yes
CTC-pre vs CTC-pos2	0,0257	*	Yes	t=2.431 df=18	-0,6316	-1.177 to -0.08577	0,2472	0,4731	0,0204	*	Yes
CTC-pos vs CTC-pos2	0,2481	ns	No	t=1.194 df=18	0,2474	-0.1880 to 0.6828	0,07335	0,5159	0,0119	*	Yes
CTPC-pre vs CTPC-pos	0,0001	***	Yes	t=4.869 df=18	-0,9316	-1.334 to -0.5296	0,5684	0,6936	0,0005	***	Yes
CTPC-pre vs CTPC-pos2	0,0063	**	Yes	t=3.090 df=18	-0,8789	-1.477 to -0.2813	0,3466	0,3281	0,0851	ns	No
CTPC-pos vs CTPC-pos2	0,8228	ns	No	t=0.2272 df=18	0,05263	-0.4340 to 0.5393	0,002860	0,3595	0,0653	ns	No

MAĞAZA KİŞİLİĞİ KAVRAMI VE TÜKETİCİ TERCİHLERİNE ETKİSİ ÜZERİNE BİR İRDELEME

Dr. Öğr. Üyesi Aslıhan YAVUZALP MARANGOZ
Toros Üniversitesi, Mersin, Türkiye
aslihan.marangoz@toros.edu.tr

ÖZET

Tüketicilerin sürekli değişen istek, ihtiyaç, beklenti ve bakış açıları tüketim tercihlerini de şekillendirmektedir. Tüketiciler, pazardaki benzer ürün ve hizmet tipleri arasından tercihlerini yaparken artık sadece fonksiyonel faydaya bakmamaktadır. Kendilerine yakın hissettikleri, kendileriyle ortak noktaları olan ve kendilerini ya da olmak istedikleri kişileri temsil eden markalara yönelmektedirler. İşletmeler, yoğun rekabet şartları altında pazarda tercih edilebilmek ve sadakat yaratabilmek için tüketicilerle sadece ürünleri ile değil duygusal anlamda da bir bağ kurmaya çalışmaktadırlar. Mağaza kişiliği kavramı da bu bağlamda ortaya çıkmıştır. Martineau'nun 1958 yılında ortaya çıkardığı mağaza kişiliği, mağazanın tüketicilerin zihninde hem fonksiyonel hem de psikolojik unsurlarla tanımlanmasıdır. Başka bir deyişle mağaza kişiliği, mağaza markasına insan özelliklerin yüklenmesidir. Yapılan çalışmalar mağaza kişiliğinin rakipler arasında farklılaşma yaratmaya, algılanan kaliteye, algılanan fiyata, mağaza imajına, mağaza tercihlerine ve mağaza sadakatine kadar birçok konuya etkisi olduğunu göstermektedir. Mağaza kişiliğini oluşturan unsurlar ise: mağazanın mimari özellikleri, tasarımı, rengi, hizmet kalitesi, personeli, ürün tipleri ve çeşitleri, mağazanın ismi, reklamları, mağaza markasının bağlı olduğu işletmeye olan genel tutum ve mağaza müşterileridir. Literatürde mağaza kişiliğine yüklenen insani özellikler ise sofistike, coşkulu, istekli, güvenilirlik, sağlamlık, samimiyet, kabalık olarak belirtilmektedir. Bu çalışmada mağaza kişiliği kavramı, yapıma nedenleri ve önemi anlatılmaktadır. Çalışmada ayrıca boyutları açıklanarak mağaza sadakati, tüketici tercihleri, benlik imajı uyumu kavramları ile mağaza kişiliği kavramının ilişkisi ele alınmaktadır. **Anahtar Kelimeler:** Mağaza Kişiliği, Marka Kişiliği, Tüketici Tercihleri.

ABSTRACT

Consumers' constantly changing needs, wants, expectations and perceptions shape the consumer preferences. Consumers not only notice the functional benefits of product or services while they are making choices between similar products and services. They prefer the brands that they can feel close, they can find common values and the brands that represent themselves or represent the person they want to be. In very intense competition companies try to find an emotional connection between themselves and consumers to be preferred and to provide loyalty. The concept store personality appeared in this context. Martineau defined store personality as the functional and psychological attributions of a store in consumers mind. In other words store personality is to attributing human characteristics to a store. Recent researches showed that store personality affects lots of important subject such as differentiation, perceived quality and price, store image, store preferences and store loyalty. Elements of store personality are: store's architecture, design, colour, service quality, personnel, product types, store name, advertisements, general attitude to store owner company and store's customers. The dimensions of store personality are: sophistication, enthusiasm, solidity, genuineness and unpleasantness. In this study store personality concept, advantages, importance, dimensions and the relationships between store personality and loyalty, preferences and self-congruity are examined.

Keywords: Store Personality, Brand Personality, Consumer Preferences.

GİRİŞ

İşletmelerin benzer ya da birbirine yakın ürün ve hizmetler üretmesi, pazarlama elemanlarının benzerlik göstermesi, yoğun rekabetin olduğu sektörlerde işletmeleri farklılaşma çabalarına itmektir. Rekabet avantajı kazanmak ve tüketicilerle yakın ilişkiler kurmak isteyen işletmeler, bunu sağlayacak konulara yönelmektedir. Mağaza kişiliği de bu kavramlardan birisidir.

Marka, ürün ve mağaza gibi cansız kavramlara kişilik özelliği eklemek, kişisel özelliklerle tanımlamak, tüketicilerin onlara yakınlık duyarak tercih etmesini artırmak amacıyla yapılmaktadır. Mağaza kişiliği, rakiplerin karşısında etkili bir konumlandırma yapmak ve farklılaşmak için önemli bir araçtır (Das,2014).

Mağazacılık sektörünün gelişmesi, tüketicilerin sıklıkla alışverişlerini büyük mağazalardan yapması bu alanda müşterileri kazanma ve elde tutma çabalarına neden olmaktadır. Mağazalara sembolik anlamlar yükleyerek tüketicilerle bağ kurulmasına yardımcı olmaktadır. Bu da müşteri memnuniyeti oluşturulmasına ve farklı bir mağaza algısı yaratılmasını kolaylaştırmaktadır (Willems vd., 2011).

Bu çalışmada mağaza kişiliği kavramı teorik olarak ele alınmaktadır. Çalışmada ilk olarak mağaza kişiliği kavramı tanımlanarak, önemi, yakın kavramlarla benzerlik ve farklılıkları açıklanmaktadır. Diğer bir bölümde mağaza kişiliğini oluşturan faktörler ayrıntılı olarak anlatılmaktadır. Çalışmada ayrıca kavramın etkileşimde olduğu özenlik imajı uyumu ve mağaza sadakati kavramlarıyla olan ilişkisi de açıklanmaktadır.

MAĞAZA KİŞİLİĞİ KAVRAMI

Mağaza kişiliği kavramı ilk olarak 1958 yılında Martineau tarafından "mağazanın tüketicilerin zihninde kısmen fonksiyonel kısmen de psikolojik özelliklerle yer alması" şeklinde tanımlanmıştır. Tüketicilerin zihnindeki mağazaya atfedilmiş insani özelliklerdir (Das vd.,2012).

Bir başka ifadeyle mağaza kişiliği mağazanın kişisel özelliklerle temsil edilmesidir (d'Astous ve Le'vesque, 2003). Mağaza kişiliği kavramının pazarlama akademisyenleri ve uygulayıcıları tarafından önem görmesinin nedenleri: konumlandırma ve farklılaşmaya yardımcı olması, tüketiciler için ilgi çekici bir unsur olması, tüketicilerin kendi kişilikleriyle bağ kurdukları markaları tercih etmeleri (Kotler, 2003), tüketicilerin benzer fiyat, kalite ve hizmet veren mağazalar arasında seçim yapmasında etkili olması (Martineau,1958) ve mağaza kişiliğinin mağaza sadakati yaratarak rekabet avantajı sağlamasıdır.

Mağaza kişiliğinin birlikte anıldığı ve zaman zaman karıştırıldığı yakın kavramlar bulunmaktadır. Bunlar marka kişiliği ve mağaza imajıdır.

Marka kişiliği, markaya insan özellikleri atfetmektir (Aaker, 1997). Tüketicilerin kendilerine yakın gördükleri ya da olmak istedikleri insanı temsil eden markaları tercih etmeleri sebebiyle pazarlama alanında popüler hale gelmiştir. Aaker (1997), marka kişiliği boyutlarını beş başlıkta toplamaktadır. Bunlar: dürüstlük, güler yüzlülük, cana yakınlık gibi **samimi** kişilik özellikleri taşıyan markalar, coşku, eğlence ve maceracılık gibi **heyecanlı** kişilik özellikleri gösteren markalar, güvenilir, akıllı, ciddi ve başarılı özellikler taşıyan **uzman** kişilikli markalar, üst sınıf ve elitlik özellikleri taşıyan **sofistike** markalar ve yoğun macera, sağlamlık özellikleri gösteren **sert** kişilikli markalardır.

d'Astous ve Le'vesque (2003), ürün markası kişiliği ve mağaza kişiliği kavramlarının reklam, semboller ve logo gibi ortak kaynakları olduğunu ancak mağaza atmosferi, satış elemanları gibi konularda sadece mağaza kişiliğinin etkilendiğini belirtmektedir. Her ne kadar ortak noktalardan etkilenseler de bu iki kavramın etkilenme seviyeleri farklılık göstermektedir (Breneman ve Willems, 2009).

Mağaza imajı ise tüketicilerde mağazanın farklı özellikleri nedeniyle oluşan mağaza ile ilgili algılarıdır (Bloemer ve Ruyter, 1998). Mağaza imajı fiyat, ürün seçimi, hizmet kalitesi gibi faktörlerle ilgili olsa da mağaza kişiliğinin sadece insan özelliklerine benzeyen faktörlerle sınırlı olduğu belirtilmektedir (d'Astous ve Le'vesque 2003).

MAĞAZA KİŞİLİĞİNİ OLUŞTURAN UNSURLAR

Tüketicilerin zihninde mağaza kişiliğini oluşturan ve kişilik algılarını etkileyen unsurlar mağaza atmosferi, fiyat, ürün tipi ve ürün çeşitliliği, mağaza hizmet kalitesi, reklamlar, ağızdan ağıza iletişim, perakendeci markaya olan genel tutum, mağaza ve marka ismi, satış elemanları ve mağazanın diğer müşterileridir (Das vd.,2013).

Mağaza atmosferi, tüketicilerin çevre algılarını etkileyen ve davranışsal tepkiler vermesine neden olan uyarıcıdır (Turley ve Milliman, 2000). Mağaza atmosferi genel olarak mağazanın dış görünümü, dekorasyonu, yerleşim düzeni, görsel sunumlar, çalışanlar, işitsel faktörler, mağazanın kokusu, havalandırma, ısı ve ürünler gibi başlıkları kapsamaktadır (Arslan, 2011).

Mağaza atmosferi tüketicilerin kalite algısını ve onları ikna edebilme derecesini artırmaktır (Sharma ve Stafford, 2000). Tablo 1de mağaza atmosferini oluşturan faktörler yer almaktadır.

Tablo 1: Mağaza atmosferini oluşturan faktörler

Mağaza dışı faktörler	Genel iç faktörler	Düzen ve tasarım faktörleri	Satış noktası ve dekorasyon faktörleri	Kişilerle ilgili faktörler
.Amblemler	.Yer döşemesi- halı	.Boş alan tasarımı	.Satış noktası vitrinleri	.Çalışanların özellikleri
.Giriş	.Renkler	.Ürünlerin yerleşimi	.Sembol ve kartlar	.Çalışan üniformaları
.Vitrin	.Işıklandırma	.Ürünlerin sınıflandırılması	.Duvar dekorasyonu	.Kalabalık
.Binanın uzunluğu	.Müzik	.Çalışma alanı düzenlemesi	.Sertifikalar	.Müşterilerin özellikleri
.Binanın büyüklüğü	.Koku	.Ekipmanların yerleşimi	.Resimler	.Gizlilik
.Binanın rengi	.Sigara dumanı	.Kasa	.Sanat eserleri	
.Çevredeki mağazalar	.Koridor genişliği	.Bekleme alanları	.Ürün sunumları	
.Bahçe ve çimler	. Duvar şekli	.Bekleme odaları	.Kullanım bilgilendirmesi	
.Adres ve lokasyon	.Duvar kağıdı ve boya	.Bölümlerin yeri	.Fiyat göstergeleri	
.Mimari tarz	.Tavan-iç kaplama	.Mağaza içi trafik akışı	.Teletext	
. Bölge	.Ürünler	.Raflar		

.Park kolaylığı	.Isı	.Bekleme sıraları	
.Trafik	.Temizlik	.Mobilyalar	
. Dış duvarlar		.Kullanılmayan alan	

Kaynak: L. W. Turley ve Ronald E. Milliman, Atmospheric Effects on Shopping Behavior: A Review of the Experimental Evidence, *Journal of business research*, 49(2), 2000,s.194.

Tablodan da görüleceği üzere mağaza atmosferini oluşturan faktörler beş grupta toplanmaktadır. Bunlar: mağazanın dışarıdan görüntüsü ile ilgili faktörler, mağaza içi ile ilgili faktörler, mağaza düzeni ve tasarımı faktörleri, satış noktasına ait faktörler ve mağaza içindeki kişilerle ilgili faktörlerdir. Tüm bu unsurlar tüketicilerin algılarında etkili olmaları nedeniyle mağaza atmosferi algısını şekillendirmektedir.

- **Fiyat:** Fiyat , tüketicilerin bir ürün/hizmeti alma ya da kullanma faydası karşılığında ödedikleri miktardır (Kotler ve Armstrong, 2006). Fady vd. (2008) fiyat imajını ise küresel olarak diğer satıcılarla karşılaştırdığında bir mağazanın pahalı ya da pahalı olmayan olarak sınıflandırılması olarak tanımlamaktadır. Tüketiciler ise bunu kendi fiyat algılarına göre değerlendirmektedir (Lombart ve Louis, 2014). Algılanan kalite ve algılanan değeri (Dodds vd., 1991) de etkilemesi nedeniyle fiyat algılanan mağaza kişiliğinde de önemli bir unsurdur.
- **Ürün tipi ve çeşitliliği:** ürünlerin tipi, ürün sayısı, mağazadaki farklı çeşitlerdeki ürünler tüketicilerin mağaza imajı algısını, hizmet kalitesi algısını etkilediği gibi mağaza kişiliği algısını da etkilemektedir.
- **Mağazadaki hizmet kalitesi:** Hizmet kalitesi, müşterilerin hizmetten beklentileri ile aldıkları hizmete dair algılarını karşılaştırmaları sonucundaki değerlendirmeleridir (Grönroos, 1984). Hizmet kalitesi kavramı pazarlama alanı için önemli bir kavramdır ve bu konuda kullanılan birçok ölçek bulunmaktadır ancak farklı yapıları ve tüketicilerin algılarındaki değişiklikler sebebiyle mevcut hizmet kalitesi ölçeklerinin mağaza hizmet kalitesini ölçmede tam olarak yeterli olmayacağı belirtilmektedir (Dabholkar vd., 1996).

Mağaza hizmet kalitesi kavramının mağaza memnuniyetini ve mağaza sadakatini de olumlu yönde etkilemektedir (Sivadas ve Baker-Prewitt, 2000).

Mağaza hizmet kalitesi algısını etkileyen faktörler şu şekildedir:

- Fiziksel göstergeler: Mağazanın düzeni, temizliği, genel görünümü, ürünleri bulma kolaylığı, mağaza içinde dolaşım kolaylığı
 - Güvenilirlik: Mağazanın verdiği sözleri tutması, her şeyi doğru yapması, sorunsuz satış işlemleri/ kayıtları yapması ve hizmeti ilk seferinde düzgün şekilde vermesi.
 - Kişisel etkileşim: Çalışanların müşterilerin sorularına cevap verecek bilgiye sahip olmaları, müşterilere zamanında ve çabuk hizmet sunmaları, müşterilerin isteklerini yerine getirmek için asla çok meşgul olmamaları, güven sergilemeleri ve müşterilere yardımcı olmaları.
 - Sorun çözme: Mağazanın iade alması, müşteri şikayetlerini verimli şekilde çözmesi
 - Politikalar: Uygun çalışma saatleri, kolay kredi ve hesap politikaları, rahat park edebilme (Huang, 2009).
- **Reklamlar:** Amerikan Pazarlama Derneği reklamı firmaların fikir, ürün ve hizmetlerini kişisel olmayan yollarla ücretini ödeyerek sunması olarak tanımlamaktadır (ama.org). Reklamların tüketicileri bilgilendirmek amacının dışında mağazalarda mağaza kişiliği algısını ve anlık satın almaya da etkili olduğu belirtilmektedir (Levy ve Gendel-Guterman, 2012).
 - **Ağızdan ağıza duyular:** Ağızdan ağıza iletişim, (WOM) kişiler arasında ürün ve hizmetlerle ilgili değerlendirmelerini yaptıkları resmi olmayan iletişim şeklidir (Anderson,1998). Tüketiciler, tanıdıkları birinden duydukları konulardan etkilenebilmektedirler. Geleneksel yöntemlerde aile ve arkadaşlar arasında gerçekleşirken çevrimiçi ortamlar sebebiyle diğer müşteriler arasında da gerçekleşmektedir (Gauri vd., 2008). Tüketicilerin mağaza hakkındaki duydukları da onların mağaza kişiliği algılarını etkilemektedir.
 - **Perakendeci işletmeye karşı genel tutum:** Tutum, kişinin bir durum hakkındaki zihinsel duruş veya duygusudur (Koç, 2016). Tüketicilerin marka ve işletmelere karşı tutumları onların satın alma kararlarını etkileyebilmektedir (Odabaşı ve Fidan, 2002). Buradan yola çıkarak tüketicilerin perakendeci işletmeye olan tutumlarının onların ürünlerine, mağazalarına ve mağaza kişiliği algılarına etkili olduğu söylenebilir.

- **Mağaza ve marka ismi:** Mağazanın ve içeride satışa sunulmuş markaların isimleri de tüketicilerin gerek bu ismi algılamaları gerekse bu ismin onlarda yarattığı çağrışımlardan dolayı mağaza kişiliği algısını da etkiledikleri söylenebilir.
- **Satış elemanları ve mağazanın müşterileri:** Önceki bölümlerde satış personelinin mağaza atmosferinden mağaza hizmet kalitesine ve mağaza sadakatine kadar mağaza ile ilgili birçok faktörü etkilediği belirtilmişti. Satış elemanlarının yaklaşımı, nezaketi, ilgi ve bilgisi müşterilerin mağaza hakkındaki görüşleri üzerinde oldukça etkilidir. Martineau (1958), mağazanın sunumunda satış personelinin oldukça önemli bir faktör olduğunu belirtmektedir.

MAĞAZA KİŞİLİĞİNİN BOYUTLARI

Literatürde mağaza kişiliği boyutlarını çalışmış birden fazla araştırma bulunmaktadır. d'Astous ve Le'vesque tarafından 2003 yılında yapılmış olan çalışmada boyutlar, sofistike, coşku, sertlik, gerçeklik ve hoş gitmeyen olmak üzere beş grupta incelenmektedir. Çalışmaya göre boyutlara ait özellikler aşağıda yer almaktadır (d'Astous ve Le'vesque,2003)

- Sofistike: Şık, üst sınıf, seçkin, seçici, elegan.
- Coşku: Canlı, dinamik, arkadaş canlısı, kafa dengi.
- Sertlik- Sağlamlık: Dayanıklı, sağlam, saygıdeğer, kuvvetli, lider, heybetli.
- Gerçeklik- İçtenlik: Dürüst, güvenilir, samimi, özenli, güven telkin eden, doğru.
- Hoşa gitmeyen: Rahatsız edici, sinir bozucu, gürültülü, yüzeysel, modası geçmiş, tutucu.

Willems vd. tarafından 2011 yılında yapılan araştırmaya göre mağaza kişiliği boyutları yenilikçilik, karışıklık, dikkat çekicilik, hoşluk-nezaket ve sofistike olarak beş boyutta ele alınmaktadır. Boyutların özellikleri ise:

- Yenilikçilik: Modern, trend, eğlenceli.
- Karışıklık: Düzensiz, özensiz, dağınık.
- Dikkat çekicilik: Özel, çarpıcı, abartılı.
- Hoşluk-nezaket: Güvenilir, başarılı, erişilebilir, cana yakın.
- Sofistike: Elegan, tarz, seçkin.

MAĞAZA KİŞİLİĞİ VE İLİŞKİLİ OLDUĞU KAVRAMLAR

ÖZ BENLİK İMAJİ UYUMU

Tüketiciler ürün ve markaları kullanarak öz kimliklerini ifade etmektedirler (Kurtuldu ve Çilingir,2009). Öz benlik teorisi tüketicilerin kendi öz kimliklerine uyan marka ya da ürünleri seçmeye meyilli olduklarını açıklamaktadır (Usaklı ve Baloglu,2011). Öz benlik uyumu ise bireyin kendisini bir nesne ile karşılaştığında hoşnut olma halidir. Mağaza kişiliği ve öz benlik uyumunun mağaza sadakatini de olumlu yönde etkilediği belirtilmektedir (Eryiğit ve Eren, 2020).

Tüketicilerin öz benlik uyumu ile mağaza kişiliği arasında pozitif ilişki olduğunda (Willems vd., 2011) bu markaları tercih etmeye yatkın olduğunu gösteren çalışmalar bulunmaktadır.

MAĞAZA SADAKATI

Sadık müşteriler, iş alanından ve büyüklüğünden bağımsız olarak tüm işletmeler için yaşam kaynaklarıdır (Chen ve Quester, 2006). Bu sebeple işletmeler müşteri sadakati yaratmak ve sadık müşterilerini kaybetmemek için uğraşmaktadırlar. Her sektör gibi mağazacılıkta da bu önemli hale gelmektedir. Mağaza sadakati, bir mağazayı ürün/hizmet satın almak için ilk tercih olarak görme eğilimidir (Pappu and Quester, 2006). Tüketiciler memnun oldukları ve kendilerine yakın buldukları mağazaları tercih etmektedirler. Bu sebeple mağaza kişiliği boyutları mağaza sadakatini olumlu yönde etkilemektedir (Zentes vd., 2008).

SONUÇ

Bu çalışmada mağaza kişiliği kavramı tanımlanmış, yakın kavramlardan bahsedilmiş, mağaza kişiliği boyutları açıklanmıştır. Mağaza kişiliğini oluşturan faktörler ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Mağaza kişiliği ile etkileşimde olan benlik uyumu ve mağaza sadakati ile olan ilişkisi anlatılmıştır

Mağazacılık sektörünün popüler hale gelmesiyle mağazacılıkla ilgili sadakat, atmosfer, imaj konularıyla ilgili çalışmalar daha sık görülmekle birlikte mağaza kişiliği kavramı pazarlama literatüründe göreceli olarak daha az çalışılmış bir konudur. Bu sebeple teorik bir çerçeveye çizilmeye çalışılmıştır.

Bu çalışma kavramsal bir çalışmadır daha sonraki araştırmalarda mağaza kişiliğinin ölçüldüğü ve mağaza kişiliği algısını etkileyen faktörler üzerine ampirik çalışmalar ele alınabilir. Tüketicilerin kişilik özellikleri ile seçtikleri mağazaların kişilik boyutları karşılaştırılabilir.

İşletmeler açısından bakıldığında ise bu kadar popüler olan ve büyümeye devam eden mağazacılık sektöründe tüketiciler için tercih edilebilir olmak ve müşteri sadakatini kazanabilmek için mağaza kişiliği kavramı üzerinde durmak fayda sağlayacaktır. Markalar, hedef kitlelerini belirleyerek bu konudaki pazarlama araştırmalarıyla onların kişilik özelliklerine uygun ya da hedef tüketicilerine yakın gelecek mağaza kişiliği boyutlarını belirleyerek konumlandırma stratejileri içinde yer verirlerse sektörde daha ön plana çıkabilecekleri ve tüketicilerle daha yoğun bağ kurabilecekleri söylenebilir.

KAYNAKÇA

- Aaker, J. L. (1997). Dimensions of brand personality. *Journal of marketing research*, 34(3), 347-356.
- Anderson, E. W. (1998). Customer satisfaction and word of mouth. *Journal of service research*, 1(1), 5-17.
- Arslan, F. M. (2011). *Mağazacılıkta atmosfer*. Beta Basım Yayım.
- Bloemer, J., & De Ruyter, K. (1998). On the relationship between store image, store satisfaction and store loyalty. *European Journal of marketing*.
- Chen, S. C., & Quester, P. G. (2006). Modeling store loyalty: perceived value in market orientation practice. *Journal of Services Marketing*.
- Dabholkar, P. A., Thorpe, D. I., & Rentz, J. O. (1996). A measure of service quality for retail stores: scale development and validation. *Journal of the Academy of marketing Science*, 24(1), 3.
- Das, G., Guin, K. K., & Datta, B. (2013). Impact of store personality antecedents on store personality dimensions: An empirical study of department retail brands. *Global Business Review*, 14(3), 471-486.
- Das, G. (2014). Store personality and consumer store choice behaviour: an empirical examination. *Marketing Intelligence & Planning*, 32(3), 375-394.
- d'Astous, A., & Levesque, M. (2003). A scale for measuring store personality. *Psychology & Marketing*, 20(5), 455-469.
- Dodds, W. B., Monroe, K. B., & Grewal, D. (1991). Effects of price, brand, and store information on buyers' product evaluations. *Journal of marketing research*, 28(3), 307-319.
- ERYİĞİT, C., & Zeynep, E. R. E. N. MAĞAZA KİŞİLİĞİ VE ÖZ BENLİK UYUMUNUN MAĞAZA SADAKATI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ. *Beykoz Akademi Dergisi*, 8(1), 36-52.
- Gauri, D. K., Bhatnagar, A., & Rao, R. (2008). Role of word of mouth in online store loyalty. *Communications of the ACM*, 51(3), 89-91.
- Guzmán, Francisco, Temi Abimbola, Malaika Brengman, and Kim Willems. "Determinants of fashion store personality: a consumer perspective." *Journal of Product & Brand Management* (2009).
- Gronroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing* Vol.18, No.4.
- Huang, M. H. (2009). Using service quality to enhance the perceived quality of store brands. *Total Quality Management*, 20(2), 241-252
- Koç, E. (2016). Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri (7. bs.). *Ankara: Seçkin Yayıncılık*.
- Kurtuldu, H., & Çilingir, Z. (2009). Gerçek Ve İdael Öz Kimlik Uyumunun Marka Sadakati Üzerindeki Etkisi: Sigara Sektöründe Bir Uygulama. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(1), 247-263.
- Levy, S., & Gendel-Guterman, H. (2012). Does advertising matter to store brand purchase intention? A conceptual framework. *Journal of Product & Brand Management*.
- Lombart, C., & Louis, D. (2014). A study of the impact of Corporate Social Responsibility and price image on retailer personality and consumers' reactions (satisfaction, trust and loyalty to the retailer). *Journal of retailing and consumer services*, 21(4), 630-642.
- Martineau, P. (1958). The personality of the retail store.
- Sharma, A., & Stafford, T. F. (2000). The effect of retail atmospherics on customers' perceptions of salespeople and customer persuasion: An empirical investigation. *Journal of Business Research*, 49(2), 183-191.
- Turley, L. W., & Milliman, R. E. (2000). Atmospheric effects on shopping behavior: a review of the experimental evidence. *Journal of business research*, 49(2), 193-211.
- Willems, K., Swinnen, G., Janssens, W., & Brengman, M. (2011). Fashion store personality: scale development and relation to self-congruity theory. *Journal of global fashion marketing*, 2(2), 55-65.
- Zentes, J., Morschett, D., & Schramm-Klein, H. (2008). Brand personality of retailers—an analysis of its applicability and its effect on store loyalty. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 18(2), 167-184.
- www.ama.org

MAINTAINING THE CONTINUOUS FOCUS ON ENGINEERING SKILLS THROUGHOUT THE LIFE CYCLE OF ENGINEERING STUDY AT UNIVERSITIES

Nedal A.M JABARI

Palestine Technical University Kadoorie

nidal.jabari@ptuk.edu.ps

ABSTRACT

This paper aimed to improve engineering learning process in the international universities. By reviewing a lot of researches, there is a weakness in the engineer's preservation of basic engineering skills and the continuity in following up recent developments. This study relied on the description of the attributes required by the engineer and the adaptive education systems to provide a viable model to raise the level of competence of the engineer and to maintain his cumulative possession of skills. The study determined the adaptive educational capabilities available in some educational systems that serve the desired goal, and then expand some of those capabilities to raise the level of education. In addition to add some unavailable components whose importance appeared during the study.

INTRODUCTION

ADAPTIVE LEARNING

Adaptive learning has been defined as education that takes into account individual differences among learners. These differences relate to more than one direction: differences in the achievement of previous learning objects, differences in personal characteristics, and differences in preferred learning style. Learners in traditional education access the same learning content through the internet, regardless of the individual learner's profile. While learners may have very different educational backgrounds, as well as knowledge levels, learning styles, and abilities [1]. Personal user profiles may contain all the information about the user that the educational system will rely on to manage the adaptation process. The content domain model is very necessary in order for the system to be able to be sequenced into the learning units assigned to the student. The adaptive system will link the learner's profile and the content domain model to create adaptive learning content that matches the characteristics of the learner, thus raising the level of his ability to receive the learning material [2].

ENGINEERING EDUCATION

The study of engineering is one of the most difficult studies that needs a strong connection between the concepts previously studied and those currently being studied. An engineering student needs a high percentage of engineering skill concepts because engineering education is a cumulative and not a discrete process. Engineering, in all its branches, depends on an applied education and based on the accumulation of skills. The abilities and personal attributes of the learner may be an obstacle to his educational attainment, which is necessary to achieve to be an expert engineer in his work. Accordingly, adaptive education is a very necessary approach to be followed in engineering education to ensure the highest degrees of educational attainment and

applied experience [3].

This paper provides a model to ensure that engineering student receives the required learning objects in addition to the skills that enable him to excel and compete in the labor market after graduation.

THEORITICAL FRAMEWORK

The Reality of Studying Engineering in the world

Education is of great importance in societies and countries, so it is considered as a form of investment that is spent on to get future benefits. The strength of any nation depends mainly on the number of skills available in it and its technical level. Education is an essential element for achieving sustainability in development [4]. Fresh graduates make lower achievements in competence and excellence, as well as keep up with competition around the world. Fresh graduates need to adapt to new skills in the global market to remain able to stand out in the market. The world has a new working conditions and a new working environment. The key element for graduates to stay close to these new conditions is to be aware of the new requirements in the labor market (Baker 1975).

Engineering Characteristics Required by EAC (Source: EAC Manual 2006):

1. The ability to acquire and apply knowledge of the basics of science and engineering
2. The ability to communicate effectively, not only with engineers but also with society as a whole.
3. In-depth technical competence in a particular engineering discipline.
4. The ability to identify, formulate and solve a problem
5. The ability to use a systematic approach to design and evaluate operational performance.
6. Understand the principles of sustainable design and development.
7. Understand and abide by professional and ethical responsibilities.
8. The ability to work effectively as an individual and in a group with the ability to be a leader or manager as well as an effective team member.
9. Understand the social, cultural, global and environmental responsibilities of the professional engineer, and the need for sustainable development.
10. Anticipate the need to undertake lifelong learning, and possess/gain the ability to do so.

Universities still follow the traditional method of lecturing regardless of the number of students in the class. Whether the number of students in the class, ten or a hundred, this leads the students to an end-to-end directed instructional style without giving the students enough opportunities to interact with each other. There is no doubt that traditional lectures are effective, and this means of imparting knowledge to a large number of students at the same time, but the measure of how much students absorb remains in question. [5, 6, 7]. It used to be one of the few ways for students to learn, but the world is a different place now, especially with the wide availability of online information, which is available almost everywhere [8]. Technology plays an important role in expanding educational spaces, especially active ones, and this raises the possibility of devising new ways and methodologies in learning that solve previous problems [9].

NEED FOR ADAPTIVE LEARNING AND STUDENT LEARNING STYLE

Through many studies that have been conducted, there is a clear conflict between the teacher's style and the learner's preferred learning style in studying engineering, and this explains the failure of many students in studying engineering despite being among the top achievers in the school stages [10]. Certainly, the study of engineering cannot be dispensed from the traditional method of teaching through regular classes, but the study of engineering also needs educational methodologies that are considered as supportive and complementary to the traditional education. One of those methods is adaptive education, which deals with many problems that students suffer from. For example, it addresses the problem of differences in learning styles among students, including sensory, intuitive, visual, auditory, inductive, deductive, active, and adaptive learning which provide learning paths to individual students [11].

The student's preferred educational or learning style is not the only component that requires adaptability, but it is the essential component of it. In order to obtain the preferred learning style for the student, figure 1 shows all types of learning styles [12].

<i>Preferred Learning Style</i>		<i>Corresponding Teaching Style</i>	
sensory	} perception	concrete	} content
intuitive		abstract	
visual	} input	visual	} presentation
auditory		verbal	
inductive	} organization	inductive	} organization
deductive		deductive	
active	} processing	active	} student participation
reflective		passive	
sequential	} understanding	sequential	} perspective
global		global	

Figure 1: Dimensions of Education and Learning Styles

ADAPTIVE LEARNING METHODOLOGY

SALM

Adaptive education is an effective solution to the problems of higher education [13]. There is no doubt that modern technology and the internet have created new dimensions to adaptive learning. Several investigations are being conducted on the use of adaptive learning in the higher education environment [14]. Many educational platforms have adopted adaptive education as a technical approach. For example, the intelligent adaptive learning model (SALM) is an adaptive learning model. It is the result of an ongoing research being conducted within the DocTDLL project, funded by the Latvian Science Council. The SALM model provides customized education to groups of people through timely feedback, pathways and resources. The primary objective of SALM is to quickly and accurately determine what a student knows and does not know in a learning context. The SALM algorithm is shown in figure 2 [15].

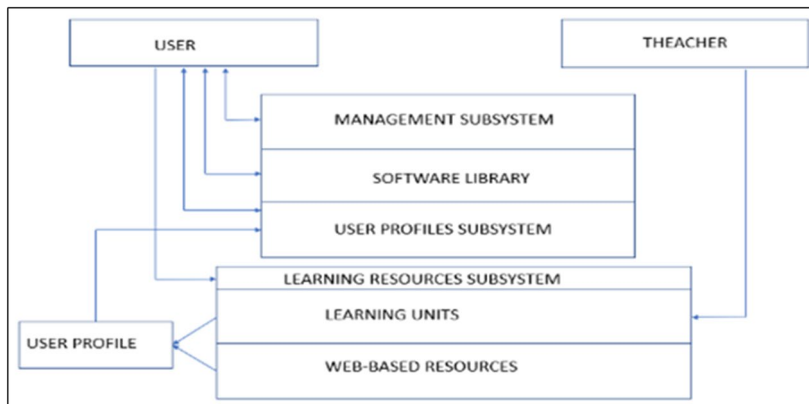


Figure 2: SALM Functional Structure

The SALM methodology is matching among learners. The smart agent keeps track of the educational paths and resources visited by a learner and then searches for similar profiles of other learners and suggests the same path to them. The assumption is that the effective learning path can be dynamically generated and suggested to learners with a similar profile.

The learning status is made and progressed by the learning unit and the learning achievement is expressed by five points (poor, fair, good, very good, excellent), and interpreted by another intelligent agent.

Ontology is automatically generated to organize online learning resources, as well as to predict what knowledge a user should learn next, while another agent provides personalized access to learning resources. The proactive algorithm provides assistance to users who are facing difficulties in achieving a particular learning object. This is based on evidence that the learner needs to internalize certain concepts or perform specific exercises in order to enhance his or her achievements. In fact, Bayes' theorem describes the probability of an event occurring, based on prior knowledge of the conditions that may be related to the event.

As a result, SALM operates within four resources: learner profiles, competency-based achievements, personalized learning, and a flexible smart learning environment [16].

AVCM

AVCM was proposed by researchers to find a certain methodology in building adaptive learning, a system that supports adaptive e-learning and adheres to the basic lines defined by researchers in adaptive learning. The system proposed by them works according to the cognitive style of the student that is saved and updated dynamically in the student profile. The model suggested three types of student study styles, which are the basic styles, visual, listener and textual, they were represented by the group <ver, vis, and lis>. The proposed system relied in its methodology on three operational elements, namely the student model, which contains the student's profile in addition to other characteristics that relate to the student and affect his educational path. It also relied on the domain model where the sequence of LOs and other activities are

organized in the form of a tree. Visit the course content starting from the class to the smallest concept.

The system receives at the beginning of the student's preferred learning style through a questionnaire that the learner fills out, and this is the default value of the student's learning style. Then the system uses machine learning to deduce the student's preferred learning style more accurately through the cumulative conclusion during the student's sequence in studying the educational course. With the student's completion of any study concept (LO), he is automatically subjected to a short test to measure the student's understanding of that concept. Through the student's profile, his stored learning style is obtained and a short exam is presented using that pattern. If the student answers the question correctly, this increases the accuracy of the student's learning style, and if his answer is wrong, the system automatically re-asks the question in another learning style, and if the wrong answer is repeated, it continues to display the question in other patterns. In the event that all the patterns are finished, the system assumes that the student has not achieved enough in studying the concept, so it returns it to the concept again to study it with changing the learning style with a new pattern. The process continues cumulatively with each concept, then the unit, then the entire course, and within a cumulative case, the system's evaluation of the student's preferred learning style increases.

The test process is drawn from the Petri Net (Status/Event) model to determine the next step after the student's response. Based on the test results, it serves for two purposes, the first is to assess the student's knowledge academically, and the second is to provide information to the student's profile, and this information along with other information as shown in [11] will work on adaptive learning and other systems that need information about the student such as the adaptive discussion room [17].

The following figure 3 gives a model for one of the questions from three different ways to be presented to the student and contribute to determining his learning style.

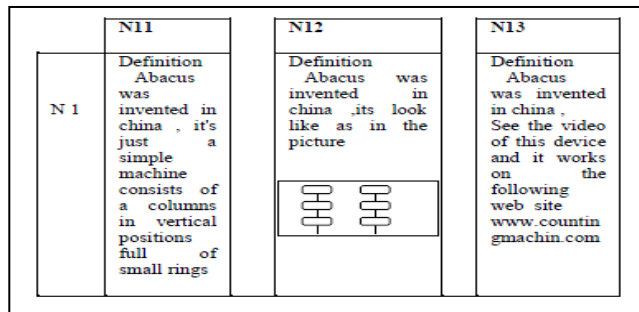


Figure 3: A model for One of the Question Styles

STANDARD ADAPTIVE

Standard adaptive methodology for applied engineering learning

Discussion

With reference to what was previously explained about the nature of studying engineering and the problems it suffers from and the need to excel in the student's cumulative skills it appears clearly that studying engineering, as discussed previously, depends on mastering cumulative skills to achieve continuity. This mainly involves

the engineer staying close to the newly invented skills and techniques because the lasting competitive advantage mainly depends on this activity.

Referring to the required attributes of an engineer, we can summarize them in: Possession of basic engineer skills, specialist in an engineering field, understanding and solving problems, designing and building systems, responsibility, individual and team work, continuity of learning. All these concepts, the educational system, whether in the university or in training, must take into account that the engineer has to master these attributes.

When discussing traditional education, the engineering student moves from one level to another by taking the tests that qualify him to advance. But this education does not guarantee that the engineering student will continue to possess the aforementioned attributes continuously and cumulatively. This requires improvements in the educational systems to achieve this goal. Through this, the role of adaptive education in educational systems for engineers is clarified as the following:

Ensuring that the engineer maintains the required attributes and their continuity

Ensure that the personal traits of the engineering student are taken into account during the educational process.

Ensuring that the student's preferred learning style is taken into account and providing the educational learning objects that fits this style.

Ensure that the student does not move from one educational level to another after verifying his achievement in the previous level.

Provides a mechanism so that students can interact and get benefit from their experiences among themselves.

Existence of mechanisms for evaluating all student activities in adaptive education, including discussions among them.

The previous six points will be discussed to check if they are available in the previously discussed systems, SALM and AVCM.

Regarding the first point, it is available in the SALM system, but it is limited in the sequence of learning objects in the course. It does not include other attributes. And in the AVCM system, it is also not available in the form that we are looking for. Accordingly, these systems need to add modules dealing with this part to ensure that the engineer continues to have the required engineering attributes. Regarding the second point, I don't see any system that has this technology. The feature of age, vision or hearing are not considered in these systems. Therefore, a detailed study of the student's personal traits should be conducted to create a unit can be carried out to take these traits into account in the education process. Regarding the third point, the AVCM methodology addressed this problem dynamically and found a solution for stylistic measurement using machine learning. As for SALM, there was no such feature. In engineering education, there may be a need to use more than the main learning styles that have been used in the AVCM and to extend that with the same mechanism by relying on figure 2. This ensures better delivery of didactic skills. Regarding the fourth point, both methodologies take this requirement into account, although it is better in AVCM than SALM. As for what was mentioned in the fifth and sixth points, the AVCM system has a creative model in adaptive discussion rooms, and it also provides a method for evaluating the written text among students from a scientific point of view as well as in terms of using time. This is not found in any other educational system.

Proposed Solution

So far, we have discussed forms of adaptation in engineering, close to the available space. In the previous section, we discussed what is present and what is not in the systems. It is clear from the AVCM methodology that many of the adaptive requirements discussed are available, but need the following additions:

Expanding the learning styles with the same mechanism used to include the rest of the styles. This will require the development of the database to include more styles of learning objects.

Develop AVCM to include the mechanism used in SALM to raise the level of ensuring that the student meets the requirements.

Using the AVCM methodology in delivering the learning objects.

Using the AVCM methodology to determine the student's preferred learning style in a dynamic manner.

Using the AVCM methodology for educational chat rooms and student assessment during them.

Developing the AVCM and adding a new module to solve the problem of the continuity of the engineering student in achieving the required engineering attributes in order to keep the student in touch with the required attributes.

This module will be called "Attribute Model". This model will contain a database of tables that teachers can fill out. For each course the teacher must fill in the engineering branch and the attributes mentioned above, and for each attribute the teacher must identify the competencies required to achieve the attribute. [Table 1] shows the proposed database model.

Br. No	Course No	Attribute No	Attribute	Competencies
1	1	1	Ability to acquire and apply knowledge of science and engineering fundamentals	1. check if the student can perform task 1 2. check if the student can perform task 2
	1	2	Ability to communicate effectively, not only with engineers but also with the community at large.	.
	1	3	
	1	4	

Table 1: Sample of Database Used of Engineer Attributes

We can see in figure 4 the evaluation flow of engineer attributes.

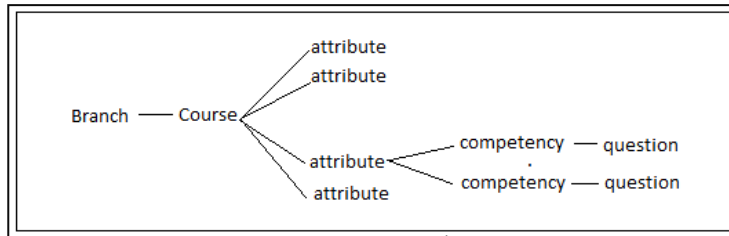


Figure 4: Engineering Attributes Evaluation Structure

Through the table and figure above, the new addition became clear. As each of the attributes has a set of competencies that the student must achieve, and this is done through a set of questions that are asked to him upon completion of a course. For each question there is an assessment of the answer so that the student gets an assessment of the engineering attributes separately from his assessment in the course. This process is repeated during the period of studying engineering, which ensures that the educational system keeps the student within the required engineering characteristics. Attribute's module should be added to AVCM for each course and an agent should perform this activity, accumulative evaluation for each course will lead to final evaluation just before the graduation. During the next study, the process of expanding the use of learning styles in AVCM, including those mentioned, will be explained.

CONCLUSION

This study was conducted to find the best ways to improve engineering education. Through the previous section, it was found that engineering education can be improved by applying the engineering concepts available in the AVCM methodology, but this is not sufficient at the current stage. There are many mechanisms that must be developed or added to that methodology, the most important of which is to ensure the continuity of the engineer in possessing the required engineering characteristics. A solution has been found that guarantees the realization of this mechanism. The study also found that the concept of adaptiveness, depending on the characteristics of the user, which are insufficient and some of them are not available, which calls for adding and expanding other mechanisms to achieve this end. The study found that the mechanism used in the SALM methodology is very useful in raising the level of efficiency, which calls for its incorporation into the AVCM methodology. The evaluation mechanism and the adaptive chatting mechanism are a viable and useful feature to achieve the goal.

ACKNOWLEDGEMENT

The researcher thanks Palestine Technical University Kadoorie for its support of scientific research in general and its support for this research in particular.

REGERENCES

- V. Esichaikul, S. Lamnoi, and C. Bechter, "Student Modelling in Adaptive E-Learning Systems," *Knowledge Management & eLearning: An International Journal*, vol. 3, pp. 342-355, 2011.
- H.-Y. Jeong, C.-R. Choi, and Y.-J. Song, "Personalized Learning Course Planner with

- E-learning DSS using user profile," *Expert Systems with Applications*, vol. 39, pp. 2567-2577, 2012. <http://dx.doi.org/10.1016/j.eswa.2011.08.109>
- Sri Chandana Panchangam, Annamacharya Institute of Technology & Sciences, "An Introduction to Engineering", engineering and science focus: AITK, 2014.
- Syed Fayaz and Dr. M. Prakash, "Study on Personal Attributes of Engineering Students", *International Journal of Research in Engineering, IT and Social Sciences*, ISSN 2250-0588, 2018.
- Andreas Bloom, H. S, "Employability and Skill Set of Newly graduated Engineers in India", World Bank ,2011
- Atif Anis Rao, "Employability in MNCs: Challenge for Graduates", *IJCRB*, Vol 3, No. 4., 2011
- Azami zaharim, "Employer's perception towards engineering employability skills in Asia", 2009.
- Becker, G.S., "Investment in Human Capital: A Theoretical Analysis. Columbia University and National Bureau of Economic Research" *Journal Political Economy* 5, pp.9-49, 1962.
- DEST, 2006. "Employability skills from framework to practice, an introductory guide for trainers and assessors", a report by the Australian Chamber of Commerce and Industry and the Business Council of Australia for the Department of Education, Science and Training, Canberra, 2006.
- R. M. Felder and L. Silverman, "Learning and Teaching Styles in Engineering Education," *Engineering Education*, vol. 78, no. 7, pp. 674-681, 1988.
- G. Morgan, J.-M. Lowendahl, and T.-L. Thayer, "Top 10 Strategic Technologies Impacting Higher Education", 2016.
- Richard M. Felder" Learning and teaching styles in learning education", *Engr. Education*, 78(7), 674-681 (1988), Author's Preface — June 2002
- Dziuban, C., Moskal, P., Parker, L., Campbell, M., Howlin, C., & Johnson, "Adaptive Learning: A Stabilizing Influence across Disciplines and Universities", *Online Learning*, 22(3), pp. 7-39, 2018.
- Dziuban, C.D., Moskal, P.D., Cassisi, J., & Fawcett, "Adaptive Learning in Psychology: Wayfinding in the Digital Age", *Online Learning*, 20(3), pp. 74-96, 2016.
- Truong, H.M., "Integrating learning styles and adaptive e-learning system: Current developments, problems and opportunities", *Computers in human behavior*, 55, pp. 1185-1193, 2016.
- Akhrif, O., Benfares, C., & Hmina, N. Collaborative learning services in the smart university environment. In *Proceedings of the 4th International Conference on Smart City Applications*. Article no. 42, 2019.
- Jabari, Hariadi, Hery, "Intelligent Adaptive Presentation and E-testing System based on User Modeling and Course Sequencing in Virtual Classroom", *International Journal of Computer Applications (0975 – 8887)* Volume 50 – No.9, July 2012

MANAGEMENT POWER

Ayhan DATLI

ABSTRACT

Man is the most important element that makes the organization happen. Therefore, organizations should not be considered separate from humans. People are living their lives through organizations. In addition, people play an important role in keeping the organization alive and functioning. In this sense, there is an important issue in which organization administrations are focused on increasing employee performance levels and ensuring their continuity in the business. It's about motivation.

Motives are the name given to some elements that enable human actions to take action, which are obliged to determine its duration and direction. These items are caused by certain conditions that are found on or outside of the individual themselves. The motivation that means that individuals must act to fulfill their own ambitions and aspirations; it is very important for the continuation of their existence. This study will focus on the importance of guidance in management after conceptual analysis of the motivation.

Keywords: Management Power, motivation

INTRODUCTION

As an organism, people behave in a variety of ways every day. It is possible to say that none of the behaviors are self-generated. There are reasons or reasons that drive organism to behavior. There are some motives that drive the organism to various behaviors. These motives are seen to come from within. It is important to note that human behavior is caused by the effects of these motives. The presence and effects of the laugh are also understood by looking at these behaviors.

Mocking comes as a need. It's natural to be driven by one's own will and purpose. The motives require the measures necessary to satisfy the needs of the organization's employees, to prevent stresses and to make the most of the human being in organizations. It is important to drive human resources management. The moth is in the nature of every employee. It is the need for employees to have a common goal and to be driven for as long as they are committed to it. In this study, both individually and organizationally, the motivation was emphasis.

Motivation

The movement is a concept that enables the human organism to be pushed into behavior, determines the energy and violence levels of these behaviors, drives and sustain behavior, and covers some external and internal causes and mechanisms of operation. The force is typically used to express the internal conditions that are considered to be organized and activated in a specific direction (Arık, 2000). The moth is used for the meaning of "driving, saic or driving" (Çalık and Ereş, 2006). From here, it is possible to describe the use of force that drives individuals to act for their goals and objectives.

1. Motives are to drive individuals into behavior and to behavior. In this framework, four factors stand out (Öneren, 2013):
2. The same way people are different from each other, the motivation changes from person to person. Not every human has the same effect.
3. People have behaviors at the heart of laughing. These behaviors are under the control of the individual. The motives arise from the increased efforts of individuals in their behavior.
4. It is necessary to be able to activate people and know what the motivations are. It is therefore possible to say that guidance is a multifaceted concept.

There are external and internal factors that affect the behavior of individuals. Motives can be described as neither performance nor behavior. It was a concept of power that affects individuals externally and internally.

It is seen that people behave in ways that will make them happy and provide satisfaction to meet their needs. It is important to note that human behavior has changed continuously and, accordingly, there are differences in behavior. This change is described as the dynamics of the drive (Acuner, 2010). In this case, three phases can be mentioned at the heart of the concept of motivation. The first is that there is a force that allows people to be asked for behavior. The second is the direction of behavior. The third is to ensure that the behavior is maintained, i.e. continued (Kantar, 2010).

The Importance Of Management Performance

The moth refers to the process in which people act with their own desires and desires to achieve a particular purpose (Aşan, 2001). The motives are one of the most important subjects examined by the psychology of management. So the main function of management is that it is done efficiently and with efforts in others. In this sense, understanding human motivation is important for manageable success. In particular, when looking at advanced industrial societies, automation plays an even more diminishing role in the work of workers. There are always dangers of lazy and stubborn workers working in boring jobs and those who don't have the freedom to

make decisions on their own (Eren, 2001). For this reason, managers need some means of direction when managing their organizations (Lesinger, Oytun & Yinal, 2019).

The process of driving for a management is the process of creating a business environment that satisfies both the needs of employees and the organization, which is the process of willingness to mobilize the individual (Aşan, 2001). In this sense, organization managers should act knowing that the organization can achieve its goals and objectives when it fulfills the needs of its employees and their employees must act accordingly.

In order to succeed, regardless of the organization's type and area of activity, managers must be very interested in guidance. Since the manager is the person who makes others do business, he should do his best to ensure that employees work and drive them most efficiently (Deniz, 2005). Encouraging employees to work in order to achieve organizational goals in particular, while it has become one of the main problems of governments today (Öğüt et al., 1992), it is essential that employees be guided. It is so that motivated employees will accelerate the organization's achievement of its goals.

The organization's problems are generally not considered to be problems that directly concern the employee. The organization needs to identify with the employee and be motivated to resolve the issue in order for the employee to handle the problems related to the organization (Örnek, 2009). Building a work environment where the expectations and aspirations of employees are met will increase both the employee's satisfaction level and job performance. This led employee will be more connected, more efficient and more productive to the organization. As long as they work in the organization, they will see the organization as their own family and add all the experience and information they have gained to the organization.

At this point, it plays a big role for managers. Managers should be very careful with their management quality and management practices. The efforts of managers to drive their employees must be aligned with general management behaviors. Manager personality is important to prevent employee motivation or motivation (Örnek, 2009). Managers who act fair and objective are more successful in managing their employees. A fair reward system created by managers will ensure equality among employees. This will lead to a significant increase in employee guidance.

In addition, it is difficult to maintain the same level of motivation, engagement and efficient operation of employees. The first thing to do in the working environment is to provide guidance. It is a requirement for employees to be driven and working efficiently to ensure that an organization can succeed. It is believed that employees will not be able to be productive and successful in their work if they are not well-guided. Therefore, management should always be able to provide better service to its employees and know how to work efficiently and effectively. The best way to do this is to ensure that employees are motivated and that their needs and desires are met (Aydın, 2008).

It is stated that there are three ways they can be directed to work: Fear, love and duty. It is seen that behaviors driven through fear and duty are short-term. The behavior will cease when a fear-stimulating factor or sanctions following the task are removed. In the case of the use of another method of love, it is seen that the behavior will continue for longer because the individual is triggered by an internal stimulus rather than an external stimulus; sometimes it will grow (Lesinger, Şahoğlu, & Yinal, 2018). If love is used as a means of motivation, there will be an environment within management processes where the individual enjoys doing the driven behaviors, adds something new to his work life and feels happy doing this behavior (Özdemir and Murodova, 2008). In this case, the rules of the management process will not be strict, but the employees will enjoy their work.

RESULT

It is seen that the concepts of drive and drive are used to express the emotion that comes from within people. They are also important tools that encourage people to succeed and rise in their business lives. Although these feelings appear to be feelings, needs or passions, they actually lead individuals to behavior. If a need has been addressed, individuals are not motivated to act again for those needs. However, there are still some needs that arise and the individual has to be approved, appreciated and understood, which gives them the opportunity to reinstate. So that they describe the needs of the individual that they often need.

At this point, it is important to note that needs and guidance are interrelated. The infinite and complex of human needs also complicates the point of motivation. When people are asked to impress and change their behavior, they require the reasons and needs under their behavior to be known. Managing the drive process in organizations is important for improving employee performance and systematic positioning.

The main purpose of organizations is to ensure the continuity of the organization and to survive. To do this, the employee's performance and ultimately the organization's performance and efficiency must be high. Poor individual and organizational performance and low efficiency indicate that the organization's continuity is at stake. The organization's high performance depends on the employee's capabilities as well as the employee's levels of guidance. Therefore, when people are motivated to use their skills for the purposes of the organization, their personal performance will increase, as a result, organizational performance and efficiency.

As a result, employees in organizations need to be motivated to do their work efficiently and effectively. The mocking begins with unsatisfied needs in people, or, in other words, needs for things. When this need occurs, the

individual's desire to welcome it. So the individual begins to be stimulated with a repulsive force. The person cannot be driven until these needs are warned. The needs that have been triggered or warned are called "motive" in the field of psychology. When an individual's need is stimulated, it is seen that the individual has taken a certain action to resolve this need. The individual's goal is to ensure the satisfaction of needs.

REFERENCE

- Acuner, Ş. A. (2010). Örgüt kültürünü oluşturan unsurların çalışanlar üzerindeki motivasyonel etkileri. Ankara: Mattek Matbaacılık.
- Arık, İ.A. (2000), Motivasyon ve Heyecana Giriş, Çantay Kitabevi. İstanbul
- Aşan, Ö. (2001). Motivasyon, yönetim ve organizasyon (ss. 225-256). Salih Güney (Ed.). Ankara: Nobel Yayınları.
- Aydın, A. H. (2008). Yönetim bilimi. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Çalık, T. ve Ereş, F. (2006). Kariyer yönetimi: Tanımlar, kavramlar ve ilkeler. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Deniz, A. (2005). Eğitim yöneticilerine öneriler, İstanbul: Zambak basım yayın.
- Eren, E. (2001). Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi. İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Kantar, H. (2010). İşletmede motivasyon. İstanbul: Kum Saati Yayıncılık.
- Öğüt, A., Akgemci, T., Demirsel, M. T. (1992). Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi Bağlamında Örgütlerde İşgören Motivasyonu Süreci, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Konya.
- Öneren, M. (2013). Örgütlerde motivasyon ve yönetimi, İsmail Bakan ve Mustafa Paksoy (Ed.), Yönetim ve organizasyon (ss. 254-280). İstanbul: Lisans Yayıncılık.
- Örnek, N. (2009). Ödül Sistemleri Ve Ödüllendirmenin Güdülemeye Etkisi Üzerine İnşaat Sektöründe Bir Uygulama (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özdemir, S. ve Muradova, T. (2008). Örgütlerde motivasyon ve verimlilik ilişkisi, Qafkaz Üniversitesi Dergisi. 24, 146-153.
- LESİNGER, F. Y., OYTUN, M., & YINAL, A. The Impact Of Violence Of The Visual Media On High School Students. *Folklor/Edebiyat*, 25(97), 676-702.
- LESİNGER, F. Y., ŞAHOĞLU, G. P., & YINAL, A. Application Of Total Quality Management In Educational Administration: Example Of The Nicosia District. "*Uluslararası Yükseköğretimde Kalite Kongresi (ICQH)*" ne, 18.

MARKALARIN KURUMSAL KOKULARININ 18-25 YAŞ ARALIĞINDAKİ TÜKETİCİ SATIN ALMA DAVRANIŞINA ETKİSİ: KOKUSAL PAZARLAMA

Prof. Dr. Aytekin İŞMAN
Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi
isman@sakarya.edu.tr

Ceren GÜVENÇİ
Yüksek Lisans Öğrencisi
Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
cerenguven7@gmail.com

ÖZET

Onar (2018a)'a göre; satın alma sürecinde satın almaya giden yol deneyimden, deneyime giden yol ise duyulara hitap etmekten geçmektedir. Beş duyardan herhangi birini veya birden fazla duyuyu kullanarak tüketicinin satın alma kararını etkilemeye yönelik çalışmaların tümü duysal pazarlama olarak yorumlanmaktadır (Onar, 2018b, s. 2). Duysal pazarlama yaklaşımı dahilinde, beş duyuya hitap ederek kimlik oluşturmak ve markayı tadı, kokusu, sesi gibi görsellik dışı diğer duysal unsurlarla tanımlamak, her geçen gün önemi artan bir strateji haline gelmektedir (Çakır, 2010, s. 40). Bu bağlamda markaların, tüketicileri etkileyebilmek için kaynak ayırdığı ve kullandığı duylardan bir tanesi de koku duyusu olmuştur ve markalar kendi kurumsal kokularını oluşturmaya başlamışlar hatta bazı kurumsal markalar, kurumsal kokularını oluşturmak için, kurumsal kokulandırma hizmeti veren şirketlerle çalışmaya başlamıştır. Markaların koku duyusuna yönelmelerinin sebeplerinden birkaç tanesi ise kokunun duyguları canlandırıcı ve rahatlatıcı etkisi olması, anıları canlandırması, stresi azaltması ve tüketicilerin algılarını istenilen yönde oluşmasını sağlayarak ikna edilmesini kolaylaştırmaktır (Solomon, 2004; aktaran Güzeloğlu, 2010).

Sosyo-psikolojik yaklaşım bağlamında yapılacak çalışmada Gürdin (2019)'in makale çalışmasına ait araştırma anketi kullanılacaktır. Kullanılacak ölçekte güvenilirlik katsayısı olan Cronbach's Alpha katsayısı 0,888'dir ve test ölçeğinin 0,95'lik bir güvenilirlikle uygulanabilir olduğu belirtilmiştir.

Bu çalışmada; markaların kurumsal kokularının tüketici davranışına düşünülen etkiyi oluşturup oluşturmadığı 18-25 yaş aralığı için belirlenecek olup söz konusu etki, cinsiyet ve gelir bazında olmak üzere iki farklı değişken bağlamında ele alınmaktadır (Gürdin, 2019).

Anahtar Kelimeler: Mağaza Atmosferi, Koku, Kurumsal Koku, Kokusal Pazarlama, Tüketici Davranışı.

GİRİŞ

Küreselleşmenin sonucu artan rekabetle birlikte değişen müşteri istek, ihtiyaç, beklenti ve tutumları, mağaza atmosferinin yani tüketicinin mağaza içinde gördüğü, duyduğu, kokladığı, dokunduğu her şeyin önemini daha da arttırmıştır. (Bozpolat, 2017). Mağazaların kokuları ile ürünlerin kendilerine özgü kokuları mağaza atmosferinin bir parçasıdır. Hepimiz bazı markaların, her mağazasında hep aynı kokunun olduğunu fark etmişizdir. İşte fark ettiğimiz bu koku, mağaza atmosferini oluşturan unsurlardan biridir. Markaların kurumsal kokularının tüketici davranışına etkisinin inceleneceği bu çalışmada, koku duyusunun tüketici davranışında düşünülen etkiyi oluşturup oluşturmadığı 18-25 yaş aralığı baz alınarak belirlenmiştir.

Marka

Marka; bir işletmenin, tüketicilere yönelik sunduğu ürün ve hizmetlerini, başka işletmelerin sunduğu ürün ve hizmetlerden ayırt etmek amacı ile kullanılan ve uzun yıllardan beri var olan bir kavramdır (Tengilimoğlu, 2012, aktaran Derakhshi, 2017). Marka ile üreticiler, tüketicilere kendi ürettikleri mal ve hizmetler hakkında bilgi vermenin yanı sıra, tüketicilerin ihtiyaç duydukları temel mal ve hizmetler dışında; tüketicilerin sosyal, psikolojik, kültürel etkiler altında farklı beklentiler içinde olması halinde de tüketici satın alma davranışı üzerinde etkili olan güçlü bir kavramdır (Can, 2014). Etkili ve kalıcı bir marka oluşturma sürecinde ise tüketicilerin duyularına odaklanmak, bu duyular üzerinden mümkün olduğunca iletişim kurabilmek, marka sadakatinin sağlanmasında önem arz etmektedir (Post, 2004, aktaran Simavoğlu ve Kuştepe, 2018).

Can (2014)'a göre; küresel pazarlama şartlarında birbirine benzeyen ürünlerin sayısının artması, ürünleri kalite açısından değerlendirdiğimizde bile aradaki farkın azaldığının gözlemlenmesi hem rekabeti zorlaştırmakta hem de tüketicilerin karar vermek mekanizmasını zorlamaktadır. İşte, pazarda bulunan ürünlerin diğerlerinden farklılaşmasını sağlayarak tüketici tarafından ayırt edilmesini sağlayacak en önemli kavram marka kavramıdır. Çünkü markalar tüketiciye ürün hakkında bir ipucu verir. Markaya değer katmak ise istikrarlı olmanın yanında planlamayı da içinde barındıran uzun bir süreçtir.

Kurumsallaşma

Kurumsallaşma, bir kurumda çalışanlar arasında düzenli bir uygulama, alışkanlık veya gelenek oluşturmak şeklinde anlamlandırılabilir; ayrıca, kurum, kuruluş amacını hayata geçirirken yani faaliyetlerini sürdürürken kendi yönetimine ait bir standart oluşturma çabası da kurumsallaşmada esas olan temel bir kavramdır (Bay ve ark., 2018; Halis ve Ay, 2017).

Kurumsallaşma, tipik olaylar düzenini ve bu olaylar arasındaki ilişkileri ihtiva eden bir süreçtir (Lawrence ve ark., 2001, aktaran Çavuş ve Yetiş, 2019, s. 278).

Bayer (2005)'in kurumsallaşma tanımı ise; kurumların uymak zorunda oldukları yasa ve baskılara uyum sağlayarak varlıklarını devam ettirme çabalarıdır. Ayrıca; kurumsallaşma sürecindeki kurumlar, yasal düzenlemelere ek olarak sosyal yaşama yön veren kuralları da dikkate almalı ve toplumsal değişimle ilgilenmelidir (Doğan, 2014, s.8).

Kurumsallaşmanın en önemli yararlarından birisi, kurumun varlığı için çalışan kurum çalışanlarının gösterdiği çabayı olumlu yönde etkilemesi olarak belirtilebilir (Halis ve Ay, 2017, s. 43).

Koku

Havada kapsüllerinin içinde çözünmüş halde bulunan ve koku reseptörleri tarafından algılanabilecek boyuta ve özelliğe sahip olan kimyasal madde kokuyu ifade eder (Kandemir ve Muluk, 2016).

Koku duyusu nefes almamızla birlikte sürekli devrede olduğu için istemsiz şekilde çalışmaktadır. Yani koku duyumuzu kapatma gibi bir olanağımız yoktur. Bir ortama girdiğimizde ortamın kokusu ister istemez dikkatimizi çektiğinden ortam kokusuna göre tepkiler geliştiririz (Gürdin, 2019).

Beyinde bulunan koku merkezi, duygularımızın merkezi olarak da işlev gören limbik sisteme hem çok yakındır hem de yakından ilişki içindedir. Bu durum; bireyin herhangi bir koku algıladığında sadece koku hissetmesine değil aynı zamanda duyduğu ve algıladığı koku ile ilgili önceden yaşamış olduğu duyguları ve deneyimlerini de hatırlamasına neden olmaktadır (Ak, 2012).

Yukarıda da bahsedildiği gibi nefes almamızla birlikte istemsizce algıladığımız kokular duygu ve deneyimlerimizi hatırlatarak olumlu ya da olumsuz olarak tepki vermeye neden olabilmektedir. Verdiğimiz bu tepkiler de bireylere, ortamlara, ürünlere vs. yönelik olabilir (Gürdin, 2019).

Son yıllarda yapılan çalışmalar koku duyumuzun gündelik yaşantımızı şaşırtıcı derecede etkilediğini göstermektedir. Girdiğimiz ortamlarda algıladığımız kokular, ruh halimizi ve davranışlarımızı etkilemenin yanında aldığımız kararları bile değiştirebilme potansiyelini içinde barındırıyor (Ak, 2012).

Duyuların pazarlamadaki önemi göz ardı edilemeyecek kadar fazladır. Sahip olduğumuz beş duyuya ait duyuşsal anlamlandırma sırası en etkili olandan başlayarak daha az etkili olana doğru sıralandığında görme duyusundan sonra gelen ikinci duyumuz, kokudur (Lindstrom, 2007, aktaran Onar, 2018b; Mininni, 2008, aktaran Tosun ve Elmasoğlu, 2015).

Kokular, bireyler farkında bile olmadan, onlara birtakım duygular hissettirmekte ve bireylerin anılarını geri çağırır. Kısaca, insanların duyguları koku ile harekete geçmektedir (Simavoğlu ve Kuştepe, 2018).

Kokuya karşı oluşan tepkilerle ilgili yapılan araştırmalar göstermiştir ki, bir kokuyu beğenip beğenmememizin temelinde yer alan şey sadece duygularımızla bağlantılıdır (Ak, 2012).

Kısaca, koku alma duyusu tüm canlıları, onlar farkında bile olmadan onları uyaran ve yönlendiren bir duyudur (Simavoğlu ve Kuştepe, 2018).

Kurumsal Koku

Günümüzde artan rekabetle birlikte tüketicilerin zihinlerinde yer kapma savaşı içinde olan markalar duygulara seslenmek, tüketicileriyle aralarında güçlü ve sağlam duygusal bağlar kurmak amacıyla duyuları kullanmaktadır (Simavoğlu ve Kuştepe, 2018).

Chebat ve Michon (2003) yaptıkları çalışmalarda, mağaza atmosferi olarak kokunun doğru kullanılmasıyla; tüketicinin memnuniyet ve harekete geçme duygusunu pozitif olarak etkilediğini; ayrıca, kokunun tüketicinin harcama düzeyi üzerinde de etkili olduğu ifade etmektedir (Aktaran Bakırtaş, 2013). İşte kokuların bireylerin duygularını harekete geçirdiğini keşfeden markalar; suni olarak geliştirdikleri ve beyin tarafından tanınan kokuları pazarlama stratejisi olarak ürünlerde ve mağaza atmosferinde kullanmaya başlamışlardır. Burada mağaza atmosferi tanımına değinecek olursak; Arslan (2011)'in mağaza atmosferi tanımı şu şekildedir:

Mağazada bulunan ürünlerin müşterilerin beğenisine sunulurken, mağaza içerisinde kullanılan renk, koku, ışık, dekorasyon, iklimlendirme, iç dizayn, müzik, satış görevlisinin giyim şekli ve davranışı ile müşterilerin mağazadaki alışveriş tutumları gibi müşterinin algısını şekillendiren faktörlerin yer aldığı mekandır (aktaran Bozpolat, 2017).

Markalar, duyguları okşayan ve bireyi bilişsel olarak rahatlatan kokuları kullanarak hem insanların hafızalarında bulunan güzel anıları canlandırmak hem de onları hoş kokularla rahatlatarak onların fiyatları dert etmemelerini istemektedir. Kurumsal kokular ile hem markaların sattıkları ürünler tüketici tarafından alımlı hâle gelir hem de tüketicinin akli ve duyguları kontrol altına alınmış olur (Simavoğlu ve Kuştepe, 2018).

Davranış

İnsan beyninin orta kısmında yer alan talamusda hem duyu lar gerçekleşir hem de bir işi yapabilmek için eyleme dönüşen davranışlar şekillenir (Akıllıbaş, 2019). Koku duyusunun bireylerin davranışlarını şekillendirdiği gözlemlenmiştir. Ortamdaki koşullara göre bireyler iki tür davranış gösterirler: Kaçınma ve yaklaşma (Karakışoğlu ve Arslan, 2016).

Hollanda’da bir alışveriş merkezinde, tüketicilerin kullanımına hizmet veren tuvaletlere limon kokusu verilmiştir. Ortamdaki bu limon kokusunun, bireylerin çöp atma davranışını olumlu bir şekilde etkilediği sonucuna varılmıştır. Amerika’da özellikle akşam vaktinde mağaza içerisine sıcak ekmek kokusu yayan bazı süpermarketler, müşterilerinin algılarını yönlendirmeyi başarmışlardır. Çünkü yapılan bu uygulama sonucu hem satışlar artmış hem de müşteriler mağaza hakkında olumlu düşünce geliştirmişlerdir. Ayrıca bu taze ekmek kokusunun mağaza içinde bulunan müşterileri geçmişe götürdüğü de vurgulanmıştır (Koç, 2016 aktaran Akıllıbaş, 2019).

Tüketici Davranışı

Odabaşı ve Barış (2014)’ın tüketici davranışı tanımına şu şekildedir: kişinin özellikle ekonomik olan ürünleri ve hizmetleri satın alma ve kullanmadaki kararları ve bunlarla ilgili faaliyetleridir (aktaran Onar, 2018b, s. 7). Tüketici kendi marjinal faydası doğrultusunda kendi istek ve ihtiyaçlarını en iyi bilen kişi olduğu için satın alma kararlarını da rasyonel davrandığı varsayılabilir. Kokusal pazarlama ile bu davranışı mağaza lehine çevirerek tüketici davranışını değiştirmek esastır.

Tüketici satın alma davranışını etkileyen 3 faktör vardır. Bunlar; kişisel faktörler (tüketicinin yaşam tarzı, eğitimi, yaşı, gelir durumu, mesleği ve kişilik eğilimleri), psikolojik faktörler (güdülenme, kişilik, öğrenme, algılama) (Odabaşı ve Barış, 2014, aktaran Onar, 2018b) ve sosyal faktörler (grup dinamiği ve danışma grupları, aile, kişisel etkiler ve yeniliklerin yayılması) dir (Onar, 2018b).

Burada dikkat edilmesi gereken bir nokta; algı olgusunun, tüketici davranışını anlamada ve başarılı pazarlama stratejisi oluşturmada oldukça önemli bir konuma sahip olduğudur (Altunışık ve İslamoğlu, 2013, s. 139, aktaran Onar, 2018a). Çünkü, yapılan araştırmalar tüketicilerin satın alma davranışı göstermesinde bir malın satış fiyatının tek başına belirleyici olmadığı göstermiştir (Çalık, 1992).

AMAÇ

Bu çalışmanın amacı, mağaza atmosferinin bir unsuru olan mağaza ve ürün kokularının 18-25 yaş aralığındaki tüketicilerin satın alma davranışı üzerinde bir etkisinin olup olmadığının belirlenmesidir. Bu amaç doğrultusunda makalenin bu bölümünde; mağaza atmosferinin tüketici davranışlarını nasıl etkilediğine, tüketici sadakatine, markaların bu konudaki çalışmalarına, koku pazarlamasının nasıl geliştiğine ve kokunun özelliklerine yer verilmiştir.

Tüketici olarak bizlerin, bir mağazada ilk dikkat ettiğimiz özelliğin mağaza atmosferi olduğu bir gerçektir. Bireylerin sahip olduğu duylulara hitap ederek, mağaza atmosferinde farklılık oluşturmak, markalara rekabet üstünlüğü sağlamaktadır (Bozpolat, 2017).

Amerikan Pazarlama Derneği (AMA), 1960 yılında mağaza atmosferini şu şekilde tanımlamıştır:

“Gelişmiş hava tabakalarından oluşan atmosfer nasıl ki dünyamızı tümüyle çepeçevre sarıyorsa, mağaza atmosferi de benzer şekilde bir mağazada yer alan ve alışveriş yapmak için gelen ziyaretçiyi tümüyle çevreleyen; görsel unsurlardan mağaza çalışanlarına, ürünlerin yerleşim ve teşhirinden, mağazanın kokusu, aydınlatması ve hatta içerideki ısı seviyesine kadar tüm detayları ile ele alınacak bileşenlerdir” (Çetintürk, 2014, aktaran Arslan ve Acar, 2020, s. 134).

Mağaza atmosferi, satın alma kararlarını etkilemek amacıyla, çevresel uyarıcılar kullanarak müşterileri manipüle etmek olarak da ifade edilebilir (Bozpolat, 2017).

Rekabet konusunda avantaj oluşturabilmek için farklılaşmak ve rakiplerinden daha iyi ve faydalı ürün ve hizmet sunmak elzem olduğundan, mağaza atmosferi, bu amaca hizmet etmek için kullanılan önemli bir araç haline gelmiştir (Türk ve Ünal, 2019).

Tüketiciler, mağaza atmosferinden ve/veya üründen duyduğu kokuyla kendi hatıralarını anımsayabilir ve anımsadıkları bu hatıralar onları satın alma davranışına yönlendirebilmektedir (Gürdin, 2019). Ayrıca ister mağaza içinden kaynaklansın ister mağaza dışından kaynaklansın, tüketicilerin maruz kaldığı kokular tüketicileri etkiler ve onların mağaza içinde geçirdikleri zamanı uzatabilir veya kısaltabilir (Arslan ve Acar, 2020).

Mağaza atmosferinin markalara üstünlük sağladığını keşfeden markalar son yıllarda kendi markalarına özel olarak geliştirilen ve mağaza atmosferinin bir parçası olan aromatik kurumsal koku oluşturma çabasına girişmişlerdir (Bradford ve Desrochers, 2009, aktaran Bozpolat, 2017). Markaların kurumsal kokularını oluşturma çabası kokusal pazarlama stratejisini adını almış ve günümüzde bu stratejiyi benimseyen markalar kendi kurumsal kokularını mağazalarında kullanarak, tüketicilerin hafızasında kalıcı bir yer edinmeyi; ayrıca bu kokular yardımıyla ürünün ve/veya markanın cazibesini arttırmayı ve tüketicinin geçmişle bir bağ kurmasını sağlayarak hem satış rakamlarını arttırmayı hem de memnun müşteri portföyü oluşturarak sadık müşteriler kazanmayı hedeflemektedir (Bozpolat, 2017; Gürdin, 2019; Onar, 2018b).

Müşteri sadakatini, Bell ve Bell (2004) bir mıknatısa benzetir. Nasıl ki mıknatıs metalleri, kendi gücüyle kendine çekiyorsa, marka sadakatini başarıyla oluşturan markalar da müşterilerini, onların iradesine bırakmaksızın mağazalarına çekerler. Bunu sağlamak için markalar, duyuşal öğelerle tüketicilerin duygularını harekete geçirir ve tüketiciler de farkına bile varmadan o markaya bağımlılık kazanırlar. Kısacası, sadık müşteri elde etmenin yolu tüketicilerin duygularına doğru şekilde hitap etmekten geçmektedir (aktaran Yurdakul, 2007). İşte markaların tüketicilere hitap ettiği duygulardan birisi de kokudur.

Kokunun bireyler üzerindeki çarpıcı etkisine örnek olarak, Nike'ın yapmış olduğu deney verilebilir. Bu deneye göre; Nike, birbirinin aynısı olan 2 deneme kabinine birbirinin aynısı olan spor ayakkabıyı tüketicilerin beğenisine sunar; ancak bu deneme kabinlerinden birisine özel bir koku uygularken diğer deneme kabinine ise hiçbir koku uygulamaz. Bu deney sonucunda; anlamlı bir farkla, tüketiciler koku uygulanan deneme kabinindeki ürünü fiyatı daha fazla olsa bile (%10-15) almaya razı olduklarını belirttiler (Lianne, 2006, aktaran Çakır, 2010; Lindstrom 2006, aktaran Bozpolat, 2017; Tanlasa, 2005, aktaran, Yurdakul, 2007).

Kokusal pazarlama stratejisinin doğuşuna verilebilecek en güzel örneklerden biri; ekmek fırınının önünden geçerken yayılan fırından yeni çıkmış ekmek kokusunun bireyin duygularını harekete geçirerek ekmek alma davranışına yöneltmesidir. Bir başka örnek de genellikle kuruyemiş dükkânlarının önünden geçerken gelen kavrulmuş kahve ya da kuruyemiş kokusunun yine bireyi satın alma davranışına itmesidir (Onar, 2018a). Kokunun tüketiciler üzerinde oluşturması beklenen davranış; tüketicinin duygularını harekete geçirerek karar mekanizmasını etkimesi ve bunun sonucunda da satın alma davranışını göstermesidir. Bu amaç doğrultusunda duyguların kullanılması büyük önem arz etmektedir. Tüketiciyi etkileyerek onların davranışlarını istenilen yönde şekillenmesini sağlamak; bu davranışları da tüketicinin kendi rızasıyla, yani kendi karar mekanizması doğrultusunda oluşturmak gerekmektedir.

Günümüzde kokunun gücünü keşfeden markaların, bireylerin duygularını harekete geçirmek için kendi kurumsal kokularını oluşturdukları ve bu pazarlama stratejisini kullandıkları görülmektedir. Üstelik bu stratejinin gün geçtikçe kullanım alanının daha da yaygınlaştığı görülmektedir.

Kokunun varlığı veya yokluğu, kokunun güzelliği, hoşluğu veya kötülüğü ve ürün ile kokunun uyumlu olması kokunun 3 temel özelliğidir (Onar, 2018a).

Güçlü bir satış pazarlama stratejisi olarak kullanılan kokusal pazarlama stratejisinin 18-25 yaş aralığındaki tüketiciler üzerinde beklenen davranışı oluşturup oluşturmadığının belirlendiği bu araştırmada analiz verileri, olasılıklı örnekleme yöntemi olan yansız örnekleme yöntemiyle toplanmıştır. Belirlenen bu örneklemeden, 5'li Likert soruları baz alınarak oluşturulan anket formu aracılığıyla bilgi alınmış olup 18-25 yaş aralığında bulunan tüketicilerden beklenen satın alma davranışı; cinsiyet ve gelir olmak üzere iki farklı değişken üzerinden ele alınıp bu değişkenler üzerinden değerlendirilmiştir (Gürdin, 2019).

ÖNEM

Araştırmada, mağaza atmosferinin bir unsuru olan markaların kurumsal kokularının, 18-25 yaş aralığındaki tüketicilerin satın alma davranışı üzerinde bir etkisinin olup olmadığını ölçmek üzere bir ölçek geliştirilmesi amaçlanmıştır. Türkiye'de bulunan ve farklı sosyo-ekonomik statüde olan tüketiciler üzerinde gelir ve cinsiyet değişkenleri bağlamında yapılan araştırmada kullanılan veriler 5'li Likert sorularından oluşan anket formu aracılığıyla toplanmıştır. Bu çalışma kokuların 18-25 yaş aralığında bulunan tüketicilerin davranışı üzerinde etkisinin beklenen ve istenen yönde olup olmadığını ortaya çıkartmak açısından önem arz etmektedir (Gürdin, 2019). Makalenin bu bölümünde; kokunun hem tüketiciler için önemi hem de kadın ve erkekler için algılama farklılıkları ile tüketicilerin gelir ile satın alma davranışı arasındaki ilişkinin önemi açıklanmaya çalışılmıştır.

Pazarlamanın küreselleşmesi ve ticarete sınırların kalkmasıyla dünyaya açılan markalar; tüketicilerin hafızasında kalıcı yer edinebilmek için çeşitli yollar aramışlar ve duyguların gücünü keşfetmişlerdir. Çünkü, insanlar sahip oldukları duygular yardımıyla yaşadıkları dünyada olup biteni algılar ve yorumlamak üzere bilgi toplar (Taşkıran ve Bolat, 2013). İşte markalar da insanların sahip oldukları duyguları, onların algılarını yönlendirmek için tekrarlı olarak kullanarak, pazarlamanın en etkili yöntemlerinden biri olan ikna etmeye çalışmakta ve son zamanlarda markalar ikna sürecinde duyuşal pazarlama stratejisini temel almaktadırlar (Pekar, 2017).

Ortam ve ürünlere ait kokular, koku duyusunun anıları hatırlatısındaki önemi, marka sadakati sağlamadaki katkısı, tüketici satın alma davranışı üzerindeki etkisinin yanı sıra isteğimiz zaman devre dışı bırakılamayacak tek duyuş organımız olması sebebi ile hem markalar için hem de tüketiciler için vazgeçilemez bir duyudur.

Koku duyusunun cinsiyet açısından farklılığına değinecek olursak; kadınlardaki koku korteksinin hücresel yapı ve boyut olarak erkeklere nazaran daha farklı olması sebebiyle genellikle kadınların kokuya karşı daha hassas oldukları ve kokuyu daha iyi algıladıkları belirlenmiştir (Simavoğlu ve Kuştepe, 2018).

Kokular tasarlanırken cinsiyet faktörü de göz önüne alınarak; yani, kadın ve erkeklerin koku duygularına etki edecek kokuları tasarlamak gerekmektedir. Bu konuda bir araştırma yaparak ilginç bulgular elde eden Dr. Eric Spangenberg'in çalışması şu şekildedir:

Kadın kıyafetlerinin satıldığı reyona çok hafif bir vanilya kokusu ve gül kokusu yayarken; erkek kıyafetlerinin satıldığı reyona ise baharat ve bala benzeyen kokular yaymıştır. Belli aralıklarla uygulama yapan araştırmacı, araştırma sonucunda; kokuların uygulandığı zamanlarda satışların neredeyse ikiye katlandığını görmüştür. Kadın

reyonuna gül, erkek reyonuna vanilya kokusun verdiğinde ise müşterilerin ortalamasının altında harcama yaptığını tespit etmiştir (Tischler, 2005, aktaran Akıllıbaş 2019).

Buradan da anlaşılacağı gibi hitap etmek ve algısını yönetmek istediğimiz hedef kitlenin cinsiyet faktörünü de dikkate almak büyük önem arz etmektedir. Çünkü, koku duyusuyla arttırılmak istenen satış başarısı, aynı zamanda azalma riskini de içinde barındırmaktadır.

Bir başka konu da ürünün kalite algısıyla kokusu arasındaki ilişkidir. Bu konuda da 1932 yılında yapılan bir çalışmayı incelediğimizde ortaya yine ilginç sonuçların çıktığı görülmektedir. Sözü edilen çalışmada;

“İpekten imal edilmiş bir kadın çorabı kokusuz olarak ve 3 farklı kokuda aynı kaliteye sahip olacak şekilde üretilir. Üretilen çoraplardaki 3 farklı koku: lavanta kokusu, meyve kokusu ve nergis kokusudur. 4 farklı kokuda; ancak, aynı kalitede olan çoraplar 250 ev hanımına sunularak hangisinin daha kaliteli olduğu sorulur. Bu çalışma sonucunda, 250 ev hanımından daha kaliteli olarak; doğal çorabı seçenlerin oranı %8, lavanta kokulu çorabı seçenlerin oranı %18, meyve kokulu çorabı seçenlerin oranı %24 ve nergis kokulu çorabı seçenlerin oranı ise %50 olarak belirlenir.” Bu çalışmadan elde edilen bulgu şudur ki, aynı kaliteye sahip ürünlerin sadece kokularını değiştirilerek tüketicinin kalite algısı istenilen yönde değiştirilebilir (Runyon ve Stewart, 1987, s. 419, aktaran Güzelöglü, 2010).

Tüketicilerin davranışına etki eden en önemli faktör hiç tartışmasız tüketicilerin gelir seviyesidir (Onar, 2018b). Gelir seviyesi yaşam kalitesinin en bariz göstergesidir. Doğal olarak gelir seviyesi yüksek olan bireylerde satın alma davranışının daha fazla, düşük olan bireylerde ise satın alma davranışının daha düşük olması beklenir (Derakhshi, 2017).

Bireylerde satın alma davranışı, bireyin ihtiyaç duyduğu ürünleri, algısı, güdüsü, tutumları gibi etkilerin yanı sıra; bireyin sahip olduğu sosyal sınıf, gelir seviyesi, yaş, kültür, aile gibi sosyo-kültürel özelliklerinden etkilenir ve belli bir karar süzgecinden geçtikten sonra birey tüketime hazır olduğunu gösterir (Arman, 2013, Derakhshi, 2017). Tüketilen ürünün ne olacağı, benzer özellikli ürünler arasında hangisinin tüketici tarafından seçileceği, tüketicinin mevcut koşulları ana belirleyici olmak üzere tüketicinin kendi iradesi ile verdiği bir karardır. Tüketicinin verdiği bu karar, onun algısının yönlendirilmesi ile iyi veya kötü yönde değişebilme ihtimalini de içinde barındırır.

Bireyin genel olarak yaşam evresini belirleyen yaş faktörü ise tüketicilerin satın alma davranışında etkili olan başka bir faktördür ve yaş, bireylerin istek, ihtiyaç ve güdülerini farklılaştırarak onların hem ürün hem de marka seçimini etkiler (Rüstamov, 2019).

Markaların kurumsal kokularının tüketici satın alma davranışına etkisinin incelendiği bu çalışmada bir adet bağımlı ve iki adet de bağımsız değişken bulunmaktadır. Bağımlı değişken koku iken, bağımsız değişkenler cinsiyet ve gelir seviyesidir (Gürdin, 2019).

Bu çalışmada mağaza atmosferinin bir parçası olan kurumsal kokuların 18-25 yaş aralığında bulunan tüketicilerin tercihi üzerindeki etkisi ele alınarak incelenmiş olup koku etkisinin düşünülen ölçüde etkili olup olmadığı yorumlanmıştır. Kurumsal koku mağaza ve ürün kokusudur. Kısacası koku duyusunun, cinsiyet ve gelir durumları gibi farklılıklar altında tüketicilerin algısını ve kararlarını ne derecede etkilediği analiz edilmiştir.

KURAMSAL TEMEL

Markaların kurumsal kokularının 18-25 yaş aralığındaki tüketici davranışına etkisinin gelir ve cinsiyet değişkenleri çatısı altında ele alınacağı bu makale çalışmasında, tüketici davranışlarına yön vermede etkili olduğu düşünülen algı yönetimi ile tüketicinin algı durumunun biçimlendirilmesiyle istenilen davranışa yönelip yönelmediği yani bir tutum geliştirip geliştirmediği sosyo-psikolojik yaklaşım bağlamında açıklanacaktır.

Sosyo-psikoloji 1990'lı yıllardan sonra modern bir bilim dalı olarak gelişmeye başlamıştır ve bu konuda ilk deney N. Triplett tarafından yapılmış olsa da en önemli çalışma W. I. Thomas ve F. Znaniecki'nin Polonyalı göçmenler üzerinde yaptığı tutum çalışması olmuştur. Allport ise 1924'de Sosyal Psikoloji adlı kitap yayınlarken sosyal psikolojinin bugünkü anlamıyla şekillenmesini sağlamıştır (Güney, 2021a). Sosyo-psikolojik modellerin temelinde; toplumsal yapının ve kişilerin içinde buldukları sosyo-psikolojik koşullar ışığında değerlendirilmesi yatar (Polat, 2016).

Sosyo-psikoloji hem sosyoloji hem de psikoloji disiplinlerinin ortak çalışma konusu olduğundan, her disiplin kendi bakış açısına göre bir sosyo-psikoloji tanımı yapmakta, bu durum da bu kavramın tek ve genel bir tanımı olmasını güçleştirmektedir (Kayaoğlu, 2018).

Belirtildiği gibi sosyo-psikolojinin tek bir tanımı olmamakla birlikte bu makale çalışmasında sosyo-psikolojinin şu tanımı dikkate alınacaktır: “Sosyo-psikoloji, insanların, bir grup veya toplum içinde olan diğer insanları nasıl algıladığı, bu insanlara karşı nasıl tepkiler geliştirdiği ve içinde buldukları ortamdan nasıl etkilendiğini inceleyen bir bilim dalıdır.” (Allport, 1985, aktaran Güney, 2021a, s. 32). Tanımda vurgulanmak istenen; bireyin algısı ile bu algıya sonucu kişi, olay, ortam ya da duruma karşı geliştirdiği tutumdur. Bu yaklaşım dahilinde ilk olarak algının bireyler üzerindeki etkisi ve tutum kavramının önemine değinilerek daha sonra da bu terimler arasındaki bağlantı ile birlikte tutum-davranış arasındaki ilişki tutum değişim kuramları ve işlevsel tutum kuramları bağlamında ele alınmıştır.

Algının tanımını tüketici açısından incelediğimizde; tüketicinin bulunduğu ortamdan aldığı bilgileri, sahip olduğu beş duyu organıyla algılaması, bilişsel süreç ile yorumlaması ve bu aşamalardan sonra veriyi anlamlandırması

şeklinde olduğunu görürüz (Rüstamov, 2019). İnsanlar; görme duyusu ile nesnelere renklerini, şekillerini, hareketlerini; duyma duyusu ile algılanabilir seviyedeki sesleri, koklama ile nesne ya da ortamdaki kokuları, tatma duyusu ile yiyeceklerin tadını ve dokunma duyusu ile de nesnelere yüzey özelliklerini algılayarak (Taşkıran ve Bolat, 2013). Sahip olduğumuz bu duyularla; gördüğümüz, dokunduğumuz, tattığımız, işittiğimiz ya da kokladığımız nesnelere özelliklerini algılayarak onları iyi, kötü, önemli, önemsiz, ekşi, acı, tuzlu, sert, yumuşak vb. gibi sıfatlarla anlamlandırabiliriz. Her bireyin aynı nesnelere gördüğü, tattığı, işittiği, kokladığı ve aynı nesnelere dokunduğu su götürmez bir gerçek olsa da burada algı konusunu önemli kılan etmen, algının sosyo-psikolojik bir kavram olarak dış müdahalelere açık olduğu, bu müdahalelerden etkilenerek tutumların istenilen yönde şekillendirilebilme olasılığını içinde barındırıyor olmasının yanı sıra algılama sonucu bireylerin harekete geçmesini sağlayan güdülerini uyarılarak, tutumların yerinin sağlamlaştırılabilme olasılığını da içinde barındırmasıdır (İnceoğlu, 2011). Gudu kavramı ise bir davranış halinde olan bireyin, gösterdiği davranışın altında yatan nedeni açıklamaya çalışır (Polat, 2016).

Sosyo-psikolojinin en önemli konularından biri olan tutum kavramı, insanların psikolojik hali ve insan davranışının parçası olması yönünden psikolojik; konuları bakımından sosyal kaynaklı olduğundan disiplinler arası bir kavram olma özelliğine sahiptir (Baysal, 1984). Tutumun kavramının da tek bir tanımı olmamakla birlikte yapılan bazı tanımları incelemek yerinde olacaktır. Kolasa (1979)'nın tutum tanımına göre; tutum, bireylerin herhangi bir olay, durum veya kişi karşısında olumlu ya da olumsuz olarak tepki oluşturma davranışdır (Aktaran Güney, 2021b). Allport (1935) tutum tanımını yaparken deneyimi de dikkate almış ve tutumu deneyimle edinilen bilgilerin bilişsel hazır olma durumu olarak tanımlamıştır (Aktaran Korkmaz, 2017). Freedman ve arkadaşlarının (2003) tutum tanıma göre; tutum, insanların belirli bir fikir, nesne veya bireye yönelik olarak geliştirdiği, duygusal ve bilişsel yanları olan davranışsal eğilimi de içinde barındıran sürekli bir kavramdır (Aktaran Güney, 2021b). Tutumun bilişsel yönü, insanların düşünce yetisine sahip olması sonucu algıladıkları uyaranları, zihnin işleyişi dahilinde sınıflandırması ve anlamlandırmasından ileri gelmektedir (İnceoğlu, 2011). Bilişsel sistem ile insanlar çevrelerini daha iyi ve daha kolay algılayarak (Baysal, 1984).

Tutumlar bireysel olup gözle görülemeyen bir kavramdır; davranışlar ise tutumların bir sonucu olarak tutumları yansıtır (Çöllü ve Öztürk, 2006). Bu nedenle tutum-davranış ilişkisi kuramsal olarak eş yönlü ve güçlü bir etkileşim içindedir (İnceoğlu, 2011).

Sosyo-psikologlar, insan davranışının değişmesi için öncelikle onların sahip olduğu tutumların değişmesi gerektiğini savunmaktadırlar (Kayaoğlu, 2018). Bireylerin tutumlarını değiştirmeye yönelik olarak yapılan çalışmalar aynı zamanda duygusal, deneyimsel, bilişsel ve davranışsal unsurlar arasındaki örgütlenme şeklini değiştirmeye çalışmak demektir (İnceoğlu, 2011). Çünkü insanların düşünceleri bilişsel unsurla biçimlenir, tutumları duygusal unsurla etki altına alınır ve eylemleri davranışsal unsurla gözlemlenir (Yaylagül, 2006). Tutum değişimi ise 3 aşamadan oluşmaktadır: Kabullenme, özdeşleşme ve benimseme (İnceoğlu, 2011). Tüketicilerin tercihlerinin, onların sahip olduğu tutumlarının etkisi altında olduğu bilgisi göz önüne alındığında; tutumun ve tutum değişiminin pazarlama açısından ne kadar önemli olduğu gözler önüne serilmektedir (Solomon ve ark., 2002, aktaran Öztürk ve Bacaksız, 2019).

Bu yaklaşım içinde tüketici algısının yönetiminde ve bir tutum oluşturmada, kokuların ne kadar güçlü olduğu irdelenmiştir. Sözü geçen kavram ve bilgiler ışığında; tüketicilerin sahip oldukları algıların ve buna bağlı olarak güdü ve deneyimlerinin etkisiyle geliştirdikleri tutumlar sonucu gösterdikleri davranışların, koku duyusu ile istenilen yönde değişip değişmeyeceği, sosyo-psikoloji yaklaşım çerçevesinde analiz edilmiştir.

LİTERATÜR TARAMASI

Araştırma konusu ile ilgili olarak literatür taraması yapıldığında; yapılmış çeşitli araştırmalar olduğu görülmektedir. Bu çalışmalar arasında ilk olarak, Bütün ve Ertürk (2020) tarafından, duyuşsal markalama konusunda yapılmış olan çalışmaya yer verilmiştir. Bütün ve Ertürk (2020) yapmış oldukları çalışmada; duyuşsal markalamayı, tüketicilerin algılarını, onların sahip olduğu beş duyuyu ile yönlendirme amacı taşıyan sistemli ve bilinçli olarak uygulanan bir pazarlama stratejisi olarak tanımlanmaktadır. Yapılmış olan çalışmada odaklanan konu ise; sahip olunan beş duyu ile tüketiciler tarafından rastgele bir markaya karşı oluşturulan davranış, tutum, algı ve düşünce arasındaki ilişkinin ne olduğu ifade edilmektedir. Beş duyu ile dışardan aldığımız bilgilerin bilişsel bir süreçten geçerek anlamlandırılmasıyla tutumların şekillendiği de çalışmada bahsi geçen bir diğer bilgidir.

Bütün ve Ertürk (2020) tarafından yapılan çalışmanın sonuç başlığı altında aktarılan bilgilere göre; farklı olarak oluşturulan 4 odak-gruba yönlendirilen sorular ve alınan cevapların sonucunda, tüketicilerin sadece tutum geliştirmesinde değil, aynı zamanda hali hazırda var olan tutumlarını değiştirirken de beş duyunun oldukça etkili olduğu belirtilmiştir. Ayrıca; bu bilgi ışığında, markaların sadece bir-iki duyuya odaklanmaması, beş duyuyu da dikkate alarak tüketicilerin tutumlarını istenilen yönde şekillenmesinin gerektiği belirtilen bir başka noktadır. Çalışmada dikkat çeken bir nokta vardır ki; oluşturulan 4 odak-grup; cinsiyet faktörünü sadece koku duyusunda farklılaştırmıştır. Şöyle ki, kokuyu algılama ve anlamlandırmada genel olarak erkeklerin, kadınlara oranla daha başarılı olduğu ifade edilmektedir.

Söz konusu çalışma ile yapılan bu çalışma arasındaki ilişkiye değinecek olursak; her iki çalışmada da tüketicilerin, kendi iradeleri dışında çalışan ve duyguların şekillenip davranışa dönüşmesi ile yakın ilişkili olan koku duyusuna

vurgu yapılmaktadır. Ayrıca; cinsiyetin bir değişken olarak ele alınıp incelendiği bu çalışma için yararlı bilgiler barındırmaktadır.

Literatür taraması kapsamında, yapılmış olan çalışmalar arasında ikinci olarak, Simavoğlu ve Kuştepe (2018) tarafından, kötü kokulu imgelerin reklam afişinde nasıl gösterildiği konusunda yapılmış olan çalışmaya yer verilmiştir. Simavoğlu ve Kuştepe (2018), bu çalışmada; toplum tarafından genel olarak kötü kabul edilen kokuların reklam afişlerinde nasıl sunulduğunu, bu afişlerde bulunan kötü kokulu imgelerin nasıl gösterildiğini, nasıl algılandığını, nasıl yorumlandığını ve reklamda gösterilen ürünün kullanılması ile kötü kokunun giderilmesi arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmayı amaçlamışlardır.

Simavoğlu ve Kuştepe (2018) tarafından yapılan çalışma sonucunda; kokunun limbik sistemle doğrudan bağlantılı olması yani bilişsel süreçten geçmemesi sebebi ile hafıza ile duygu arasındaki bağlantının güçlü olduğu vurgulanmış, insanların hoş olarak nitelendirdikleri kokulara maruz kalması onlarda pozitif duygular oluşturarak buldukları ortamda daha çok vakit geçirdikleri belirtilmiştir. Bu sebeple markaların beş duyu organına hitap ederek vermek istediği mesajı daha etkili ve kalıcı olarak vermeleri gerektiğine dikkat çekilerek; özellikle kokunun, tüketicilerin bilinçaltına nüfuz etmesiyle marka sadakati oluşturma konusunda da markalara yardımcı olacağına değinilmiştir. Çalışmada çıkarılan bir diğer sonuç da reklamlarda kokuyu çağrıştıran unsurların kullanılmasıyla hem tüketicinin dikkati çekilmekte hem de verilmek istenen mesajın akılda kalma süresi uzamaktadır.

Söz konusu çalışma ile yapılan bu çalışma arasındaki ilişkiye değinecek olursak; her iki çalışmada da tüketicilerin, kendi iradeleri dışında çalışan ve duyguların şekillenip davranışa dönüşmesi ile yakın ilişkili olan koku duyularına vurgu yapılmaktadır. Ayrıca; koku duyusunun cinsiyet bağlamında da incelendiği bu çalışmada; adı geçen çalışmada da bahsettiği gibi, kadınlarda erkeklere nazaran koku duyusunun daha gelişmiş olması, hatta kız bebeklerin erkek bebeklere nazaran kokuya yönelik farkındalıklarının daha fazla olmasının tüketici satın alma davranışı gösterirken ortaya çıkıp çıkmadığı da irdelenmiştir. (Açıkel, 2013, aktaran Simavoğlu ve Kuştepe, 2018). Literatür taraması kapsamında, yapılmış olan çalışmalar arasında üçüncü olarak, Ülker (2019)'in, mağaza atmosferi konusunda yapmış olduğu çalışmaya yer verilecektir. Ülker (2019)'in yapmış olduğu çalışmada temel amaç; tüketici grubun mağaza atmosferine verdikleri önemi kozmetik mağazası örneği üzerinden inceleyerek, tüketicilerin sahip olduğu cinsiyet, yaş, eğitim ve medeni durum gibi farklı demografik özellikler ile mağaza atmosferine verdikleri önem arasında bir ilişkinin olup olmadığını açıklamaktır.

Ülker (2019) tarafından yapılan çalışmanın tartışma, sonuç ve öneriler başlığı altında; markaların tüketicileri etkileyerek onları satın alma davranışına yönlendirmek için satın alma noktası iletişim çalışması yapmasının gerektiği; bunu da koku, müzik, tat, fiyatlandırma etiketi, aydınlatma gibi unsurları kullanarak; kısacası, mağaza atmosferindeki unsurlarla uygun mağaza ortamı oluşturarak satın alma noktası iletişimi adına önemli bir adım olduğu vurgulanmaktadır. Çalışma sonuçlarından biri de kadın katılımcıların erkek katılımcılara oranla mağaza atmosferine daha çok önem verdiği yönündedir. Yaş faktörü dikkate alındığında mağaza atmosferine en fazla önem veren yaş gurubu 27-32; eğitim faktörü dikkate alındığında ise mağaza atmosferine en fazla önem veren eğitim düzeyi lisansüstü olarak belirlenmiştir. Medeni durumla mağaza atmosferine verilen önem arasında anlamlı bir fark bulunamazken; gelir durumuyla mağaza atmosferine verilen önem arasında anlamlı fark bulunduğu belirtilmiştir.

Söz konusu çalışma ile yapılan bu çalışma arasındaki ilişkiye değinecek olursak; her iki çalışmada da mağaza atmosferinin tüketici satın alma davranışına yönelik etkisi demografik özellikler bağlamında incelenmekte olup bu çalışmada hem mağaza atmosferinin bir parçası hem de ürünün kendisine özgü olan koku faktörü çalışmanın temelini oluşturmuştur. Cinsiyet ve gelir seviyesi olmak üzere iki bağımsız değişken bağlamında, markaların kurumsal kokularının 18-25 yaş aralığındaki tüketicilerin davranışını nasıl etkilediğinin incelendiği bu araştırmada, mağaza atmosferinin önemi, Ülker'in çalışmasına göre daha dar bir alanda incelenmektedir.

Literatür taraması kapsamında, yapılmış olan çalışmalar arasında dördüncü olarak, Çakır (2010)'ın, duyuşal markalama konusunda yapmış olduğu çalışmaya yer verilmiştir. Çakır (2010)'ın çalışmasında; duyuşal markalama olarak tanımlanan strateji ile duyuların kurumsal markalama üzerindeki etkisini ve duyuşal pazarlama kavramını, tüketicilerin hafızasında kalıcı bir yer edinme amacını taşıyan markaların yapmış olduğu örnek uygulamalarla aktarmaktadır.

Çakır (2010) tarafından yapılan çalışmanın sonuç başlığı altında aktarılan bilgilere göre; var olma mücadelesi veren markaların günümüz piyasa koşullarında başarılı olabilmeleri için tüketicilerde farkındalık oluşturmaları gerektiği ifade edilmiş; bunun başarılabilmesi için de markayı tüketicilere tanımlayacak çok sayıda uyarıcı ile birlikte ilişkilendirerek sunulması gerektiği belirtilmiştir. Bu bağlamda, çalışmada bahsi geçen ve duyuşal pazarlama stratejisi ile ilişkili olan sonuçlardan biri, markaların duyuşal pazarlama stratejisi kapsamında, sadece logo, renk, marka ismi gibi unsurlara önem vermeyip bunun yanında ses, koku, dokunma, tat duyularını kullanarak markalaşma konusunda güçlü bir algı oluşturmayı başarmayı sağlamalarıdır. Markalar, kendilerine özel olarak oluşturdukları ses, koku, dokunma ve tat ile kurum kimliklerini özelleştirerek hedef kitle ile marka arasında güçlü bir etkileşim alanı oluşturmalılardır. Aynı makalede vurgulanan bir diğer sonuç da markaların birçok duyuya hitap ederek tüketicileri etkileme amacını taşıyan duyuşal pazarlama stratejisinin; marka mesajının gücünü artırarak algılamayı kolaylaştırdığıdır.

Söz konusu çalışma ile yapılan bu çalışma arasındaki ilişkiye değinecek olursak; her iki çalışma da duyuların gücünü ön plana çıkararak insanların algı ve tutumlarının duyular yoluyla şekillenmesi incelenmektedir. Bu bağlamda duysal pazarlama stratejisi öne çıkmaktadır. Yapılan bu çalışmada ise sahip olduğumuz beş duyudan sadece bir tanesine yönelik olarak yapılan duysal pazarlama stratejisi ele alınmıştır: Koku. Bu çalışmada markaların kurumsal kokularının tüketici davranışında bir değişiklik oluşturup oluşturmadığı açıklanmaktadır.

Literatür taraması kapsamında, yapılmış olan çalışmalar arasında beşinci olarak, Tosun ve ark. (2019)'nın, pazarlama biliminde duygu konusunda yapmış oldukları çalışmaya yer verilmiştir. Tosun ve ark. (2019)'nın yapmış olduğu çalışmada amaç; duygu ve duygu durumu terimlerinin pazarlama bilimi içerisinde çalıştığı genel bağlamlar olan bilişsel süreç, satın alma davranışı, ürün ve hizmet değerlendirmesiyle birlikte marka-tüketici ilişkisi alanındaki çalışmaları kavramsal şekilde incelemek ve pazarlamada duygulara ilişkin çalışmalarda temel alınmış olan teorileri ve modelleri özetlemektir.

Söz konusu çalışmanın okuyucuya aktardığı bilgilere göre; duygu, tüketici satın alma davranışında önemli bir etkiye sahiptir. Bu sebeple tüketicilerle aracısız olarak iletişimde bulunan satış personelinin hem kendi hissettiği duyguları hem de mağazada bulunan müşterilerin duygularını analiz ederek farkına varması ve karşılıklı güvene dayalı bir marka-müşteri ilişkisi kurmasının gerekliliğinden bahsedilmektedir. Pazarlama alanındaki teoriler ve modelleri de tek bir çatı altında toplayan adı geçen çalışmaya göre; Uyarıcı-Organizma-Tepki modelinin, müzik, renk, koku gibi mağaza atmosferine ait unsurların, tüketicilerdeki heyecan duygusunu tetikleyerek satın alma davranışı üzerinde etkili olduğu belirtilmektedir (Mehrabian, A., ve Russell, 1974, aktaran Tosun ve ark., 2019).

Söz konusu çalışma ile yapılan bu çalışma arasındaki ilişkiye değinecek olursak; her iki çalışma da tüketicilerin satın alma davranışı göstermesinde duyguların büyük payının olduğu vurgulanmaktadır. Dolayısıyla tüketicilerin duygularını etkilemek pazarlama faaliyetleri kapsamında çok önemli bir konudur. Sahip olduğumu beş duyudan sadece koku duyusunun ele alındığı bu çalışmada, koku ile tüketicilerin satın alma davranışı arasında bir ilişki olup olmadığı araştırılmakta olduğundan yine duygu ve duygu kavramları arasındaki bağlantı, tüketici satın alma davranışı konusunda büyük ve önemli bir işlevi yerine getirmektedir. Koku da tüketicilerde duygu değişimi oluşturabilecek güçlü unsurlardan bir tanesidir.

Literatür taraması kapsamında, yapılmış olan çalışmalar arasında altıncı olarak, Türk ve Ünal (2019)'ın, mağaza atmosferi konusunda yapmış oldukları çalışmaya yer verilmiştir. Türk ve Ünal (2019)'ın yapmış oldukları çalışmadaki amaç; tüketicilerin hangi mağazayı tercih edeceklerine karar verirken, bu kararın hangi faktörlerden etkilendiğini belirlemek, belirlenen bu faktörler ile mağaza tercihleri sonucu, tüketicinin hissettiği memnuniyet arasındaki ilişkiyi açıklamaktır. Adı geçen bu çalışma aynı zamanda, tüketicilerin hissettikleri memnuniyet ile mağazaya sadakat oluşturup oluşturmadığı ve bu sadık tüketicinin mağazayı kendi çevresine yani diğer tüketicilere tavsiye edip etmediği konusu açıklanmaya çalışılmıştır. Bahsi geçen bu amaçlar, tüketicilerin demografik özellikleri bağlamında (cinsiyet, aylık gelir düzeyi, eğitim, yaş, medeni durum, meslek) incelenmektedir.

Türk ve Ünal (2019) tarafından yapılan çalışmanın sonuç başlığı altında aktardığı bilgilere göre; tüketicilerin, bir mağazayı tercih ederken önem verdikleri değerler beş başlık altında sıralanmaktadır. Bunlar: Mağaza dış atmosferi, mağaza iç atmosferi, mağaza tasarımı, semboller ve beşerî atmosfer unsurlarıdır. Ayrıca söz konusu çalışmada; tüketicilerin tercih edip memnun kaldıkları mağazayı tekrar tercih ettikleri; yani, müşteri sadakatinin sağlandığını ve sadık müşterilerin mağazayı çevrelerine tavsiye ettiğini belirtmektedir. Sonuçları özetlemek gerekirse; tüketicinin mağaza tercihinde hangi faktörler etkiliyse onlara gereken önem verildiğinde; müşteri memnuniyeti oluşturulur, bu memnun müşteriler sadık müşteriye dönüşür ve bu sadık müşteriler de mağazayı çevrelerine yani diğer tüketicilere tavsiye edebilmektedir.

Söz konusu çalışma ile yapılan bu çalışma arasındaki ilişkiye değinecek olursak; her iki çalışma da tüketicilerde mağaza atmosferinin bir parçası olan kurumsal kokuların ve ürünün kendilerine özgü kokuların tüketicinin satın alma davranışına etkisi incelenmektedir. Önceden de bahsedildiği gibi, koku duyusunun insanların duyguları etkilemede rolü vardır. Bu duruma örnek olarak, kötü kokuların mutsuz hissetmemize neden olabilmesi, çikolata kokusu gibi şekerli kokuların da mutlu hissetmemize neden olabilmesi verilebilir.

Literatür taraması kapsamında, yapılmış olan çalışmalar arasında yedinci olarak, Bozpolat (2017)'in, mağaza atmosferi konusunda yapmış olduğu çalışmaya yer verilmiştir. Bozpolat (2017); globalleşmeyle birlikte artış gösteren rekabet ve tüketicilerin değişen istek, ihtiyaç ve beklentileri mağaza atmosferinin önemini daha da arttırdığını belirterek işletmelerin diğer işletmelerden farklılaşabilmesi için memnuniyet merkezli uygulamaları hayata geçirmeleri gerektiğini dile getirmiştir. Bozpolat (2017), yaptığı çalışmanın amacını şöyle tanımlamıştır: Bu çalışmanın amacı mağaza atmosferindeki duysal faktörlerin tüketici davranışı üzerindeki etkisini incelemektir. Bu amaçla mağaza atmosferinin tanımı yapılmış, mağaza atmosferinin işletmeler açısından önemine değinilmiş ve mağaza atmosferini oluşturan faktörler beş duyuya dikkate alınarak gruplandırılmıştır.

Bozpolat (2017) tarafından yapılan çalışmanın sonuç başlığı altında aktardığı bilgilere göre; işletmeler rekabet konusunda avantaj elde etmek ve tüketicilerin değişen istek, ihtiyaç ve beklentilerine cevap verebilmek için mağazalarında müzikle, vitrin düzenlemeyle, dış mimariyle, kullanılan renklerle, aydınlatmayla, kokuyla ve bunun gibi soyut ve somut birçok faktör ile farklılaşarak, günümüz tüketicilerinin sıradanlaşan satış ortamlarından farklı olarak istek ve beklentilerini karşılayan; ayrıca, kendilerini özel hissettiren mağazaları tercih etme yöneliminde olduğunu ifade etmektedir. Bu sebeple, işletme sahiplerinin ve yöneticilerinin, hem satışlarını arttırarak kar elde

etmek hem de sadık müşteri portföyü oluşturabilmek için mağazalarını, mağaza atmosferini olumlu yönde etkileyecek şekilde yeniden dizayn ederek tüketicileri etkilemeleri gerektiği sonuç bölümünde yer alan bir diğer bilgidir.

Söz konusu çalışma ile yapılan bu çalışma arasındaki ilişkiye değinecek olursak; her iki çalışmada da mağaza atmosferinin tüketici satın alma davranışına yönelik etkisi incelenmektedir. Bu çalışmada mağaza atmosferinin sadece koku unsuru ele alınmaktadır. Bunun yanında mağaza içerisinde satılan ürünlerin kendilerine özgü kokularının da tüketicinin satın alma davranışı üzerindeki etkisi incelenmektedir.

Literatür taraması kapsamında, yapılmış olan çalışmalar arasında sekizinci olarak, Tosun ve Elmasoğlu (2015)'nin, duysal markalama konusunda yapmış oldukları çalışmaya yer verilmiştir. Tosun ve Elmasoğlu (2015)'nin bu çalışmada; günümüzde, artık zorlu koşullar altında olan pazar yapısında bulunan pek çok işletmenin, tüketicilerde marka sadakatini oluşturmak amacıyla duysal markalama stratejisini uygulamaya başladığı belirtilmekte olup söz konusu bu stratejinin etkin olup olmadığı incelenmiştir.

Tosun ve Elmasoğlu (2015) tarafından yapılan çalışmada aktarılan bilgilere göre; işletmeler, marka ile tüketici arasında güçlü bağ kurmak istiyorlarsa, sadece iki duyuya hitap eden klasik markalama yönteminin daha da ötesine geçerek, beş duyunun hepsine hitap eden duysal markalama stratejisi benimseyerek bu stratejiyi uygulamaları gerekmektedir. Böylelikle beş duyuya yönelik oluşturulan mesajların, zihinsel ve duysal olarak tüketiciyi etkileyerek tüketici marka sadakatinin oluşumunu kolaylaştırdığı dile getirilmektedir. Söz konusu çalışmada duysal markalama stratejisini uyguladığı düşünülen 3 marka (Coca-Cola, Nutella ve Nescafe) ele alınarak, her marka için bu stratejinin marka sadakatine nasıl etki ettiğine ilişkin bulgulara ulaşıldığı belirtilmektedir. Çalışma sonucunda her 3 marka için de duysal markalama stratejisinin marka sadakatini doğrusal yönde ve pozitif olarak etkilediği tespit edildiği belirtilmektedir. Sonuçta, duysal markalama stratejisini benimseyen markaların, marka sadakatini oluşturmada başarılı olduğu aktarılmıştır.

Söz konusu çalışma ile yapılan bu çalışma arasındaki ilişkiye değinecek olursak; her iki çalışma da tüketicilerde marka/mağaza/işletme bağlılığı oluşturulmasında; dolayısıyla, tüketicilerin satın alma davranışını etkileme konusunda duysal markalama stratejisinin etkisinin ne yönlü olduğuna dair bir araştırma yapılmaktadır. Bu çalışmada, duysal pazarlama stratejisi başlığı altında sadece koku unsuru ele alınmaktadır. Koku unsuru mağaza ve ürün kokusunu içinde barındırmaktadır.

Literatür taraması kapsamında, yapılmış olan çalışmalar arasında dokuzuncu olarak, Bakırtaş (2013)'in, mağaza atmosferi ve duyguların pazarlamadaki önemi konusunda yapmış olduğu çalışmaya yer verilmiştir. Bakırtaş (2013) yapmış olduğu çalışmada; mağaza atmosferini, tüketici davranışını etkileyerek, tüketicinin mağaza içerisinde daha çok vakit geçirmesini ve mağazada harcama yapmasına neden olan önemli bir unsur olarak tanımlanmış; mağaza atmosferinin, tüketiciler üzerinde duysal, bilişsel ve davranışsal etki oluşturarak, onların tepkilerini önemli düzeyde etkilediği belirtilmektedir. Çalışmanın amacı ise, uyarıcı-organizma-tepki paradigması temelinde mağaza atmosferi ve duygulara yönelik olarak yapılan çalışmaların analiz sonuçlarını inceleyerek, pazarlama alanı içerisinde tüketici duyguları açısından mağaza atmosferinin ne kadar önemli olduğunu literatür temelinde açıklığa kavuşturmak olarak sözü geçen yazıda ifade edilmektedir.

Bakırtaş (2013) tarafından yapılan çalışmanın değerlendirmeler ve öneriler başlığı altında aktarılan bilgilere göre; mağaza atmosferinde kokunun kullanılması, tüketicilerin memnuniyet duygusunu arttırmaktadır (Spangenberg ve ark., 1996, aktaran Bakırtaş, 2013). Mağazada ambiyans olarak kokunun kullanılmasıyla tüketicinin memnuniyet ve harekete geçme duygusu pozitif olarak etkilenmesinin yanı sıra, kokunun tüketicinin harcama düzeyi üzerinde de etkili olduğu belirtilmektedir (Chebat ve Michon, 2003, aktaran Bakırtaş, 2013). Ayrıca koku ve düşük sesli müziğin de yine tüketicilerin memnuniyet ve harekete geçme duygusunu pozitif olarak etkileyerek, harcama ve tatmin düzeyi üzerinde de pozitif yönde etkili olduğu dile getirilmektedir (Morrison ve ark., 2011, aktaran Bakırtaş, 2013).

Söz konusu çalışma ile yapılan bu çalışma arasındaki ilişkiye değinecek olursak; her iki çalışmada da bir mağaza atmosferi unsuru olan koku duyusuna değinilerek tüketicilerin satın alma davranışı incelenmektedir. Adı geçen çalışmada, mağaza atmosferinde, ambiyans olarak doğru kokuların kullanılmasıyla tüketicilerin mağaza içinde vakit geçirme süresinin uzadığı ve daha çok harcama yaptıkları ifade edilmektedir.

Literatür taraması kapsamında, yapılmış olan çalışmalar arasında onuncu olarak, Karakaşoğlu ve Arslan (2016)'in, mağaza hizmet ortamı konusunda yapmış oldukları çalışmaya yer verilmiştir. Karakaşoğlu ve Arslan (2016) yapmış oldukları çalışmada; tüketicilerin sadece ürün satın almak değil aynı zamanda sosyalleşmek, alışveriş esnasında hoş deneyim yaşamak için de mağaza ortamında bulunmakta olduğu; dolayısıyla, hoşlandıkları ortam içerisinde daha fazla vakit geçirme davranışının gözlemlenebileceği ve bunun sonucunda da satın alma davranışının etkilenebileceği ifade edilmektedir. Söz konusu çalışmanın amacı, mağaza atmosferinin marka imajı ve tüketici satın alma niyeti üzerindeki etkilerini ölçmek olarak belirtilmiştir.

Karakaşoğlu ve Arslan (2016) tarafından yapılan çalışmanın sonuç başlığı altında aktarılan bilgilere göre; günümüzde artan rekabet ve teknolojik gelişmelerle tüketicide marka sadakati sağlamak da zorlaşmıştır. Bu sebeple mağazalar öncelikle müşterilerini mağaza içine çekmeli, bunun için de müşterilerin mağaza içinde yaşayacağı deneyimi, mağaza dışında da onlara hissettirecek ambiyansı oluşturmaları gerekmektedir. Koku, renk, müzik, dekorasyon gibi mağaza ortamı unsurları doğru kullanıldığında bireyler üzerinde mutluluk, harekete geçme

gibi etkiler oluşturabilmektedir. İşletmelerin var olabilmesi, satış yapmalarına yani kar elde etmelerine bağlı olduğundan markalar satın alma niyetinin hangi faktörlerden etkilendiğini iyi analiz etmelidirler. Ancak çalışma sonucunda; incelenen markalara ait mağaza ortamı faktörlerinden çalışanların tutum ve davranışı, hijyen, müzik ve kokunun satın alma niyeti üzerinde etkili olmadığı ifade edilmektedir.

Söz konusu çalışma ile yapılan bu çalışma arasındaki ilişkiye değinecek olursak; her iki çalışmada da bir mağaza atmosferi unsuru olan kurumsal mağaza ve ürün kokularının, tüketicilerin duyguları harekete geçirerek onları satın alma davranışına yönlendirip yönlendirmediği incelenmektedir. Bu çalışmada, mağaza atmosferi unsuru olarak sadece koku duyusu bağlamında ele alınmaktadır.

YÖNTEM

Bu çalışmada, markaların kurumsal kokularının 18-25 yaş aralığında bulunan tüketicilerin satın alma davranışı üzerinde beklenen düzeyde bir etkisinin olup olmadığı açıklanmaya çalışılmıştır. Araştırma modeli olarak ilişkisel tarama modeli, veri toplama aracı olarak da 5'li Likert soruları doğrultusunda hazırlanan anket formu kullanılmıştır. Hazırlanan anket formu 18-25 yaş aralığında bulunan tüketicilere uygulanmıştır.

Problem Cümlesi

“Markaların kurumsal kokularının 18-25 yaş aralığındaki tüketicilerin satın alma davranışı üzerinde etkisi var mıdır?” sorusu bu çalışmanın problemini oluşturmaktadır.

Alt Problemler

Çalışmaya ait problem cümlesi 2 alt problemi içinde barındırmaktadır. Bunlardan ilki; “Markaların kurumsal kokularının 18-25 yaş aralığındaki tüketicilerin satın alma davranışı üzerinde cinsiyet değişkeninde etkisi var mı?” ve ikincisi “Markaların kurumsal kokularının 18-25 yaş aralığındaki tüketicilerin satın alma davranışı üzerinde gelir değişkeninde etkisi var mı?” şeklindedir.

Araştırma Modeli

Bu çalışmada, araştırma metodolojisi olarak nicel araştırma yöntemi kapsamında bulunan tarama modeli tercih edilmiştir. Tarama modeline ait alt model olarak da ilişkisel tarama araştırma yöntemi seçilmiştir. Çünkü ilişkisel tarama yönteminde amaç; değişkenler arasında var olan ilişkileri tayin etmek olduğu için bu yöntemin bu çalışma için uygun olacağı düşünülmektedir. İlişkisel tarama modelinde, değişkenler arasında bulunan ilişkileri ortaya çıkarmak ve bu değişkenler arasındaki olası sonuçlar hakkında çıkarım yapmak için istatistiksel karşılaştırma yapılmaktadır (Tekbıyık, 2014, aktaran, Mazlum ve Mazlum, 2017).

Evren

Evren, araştırmaya konu olan ve hakkında bilgi toplanacak topluluktur (Şıklar, 2018). Bu çalışmanın evrenini 18-25 yaş aralığında bulunan tüketiciler oluşturmaktadır.

Örneklem

Örneklem, belli başlı yöntemler yardımıyla evrenden seçilmiş olan ve evreni temsil etme kapasitesine sahip birimler topluluğudur (Şıklar, 2018). Bu çalışmada örneklem yöntemi olarak; olasılıklı örnekleme yöntemi olan yansız örnekleme yöntemi seçilmiştir. Çalışma kapsamında 100 kişiye ulaşılması hedeflendiğinden örneklem 100 kişi olarak belirlenmiştir. Yapılan bu çalışma kapsamında 103 kişiye ulaşılmıştır.

Veri Toplama Aracı

Bu çalışmada, veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Anket formu; 2 bölümden oluşmakta olup ilk bölüm 3 sorudan oluşmaktadır. Bu bölümde sorular, katılımcıların cinsiyetini, yaş aralığını ve gelir durumunu belirlemek üzere çoktan seçmeli olarak oluşturulmuş olup bu bölümde katılımcıların demografik özellikleri belirlenmiştir. İkinci bölüm; hedonik (hazcı) tüketim, satın alma ihtiyacı ve anılar olmak üzere 3 alt bölüm ve Likert Tutum Ölçeği doğrultusunda 5'li Likert sorularından oluşan toplam 14 sorudan meydana gelmektedir. 5'li Likert soruları aşağıdaki şekildedir:

Kesinlikle katılmıyorum (1) – Katılmıyorum (2) – Kararsızım (3) – Katılıyorum (4) – Kesinlikle katılıyorum (5). Anket formu hazırlanırken; Yorulmazel (2017) tarafından yüksek lisans tezi kapsamında geliştirilen koklama ihtiyacı ölçeği baz alınmıştır (Aktaran Gürdin, 2019). Kullanılacak ölçekte güvenilirlik katsayısı olan Cronbach's Alpha katsayısı 0,888'dir ve test ölçeğinin 0,95'lik bir güvenilirlikle uygulanabilir olduğu belirtilmiştir.

Veri Analizi

Bu çalışmada, anket formu aracılığıyla toplanan veriler SPSS 20 programı yardımıyla analiz edilmiştir.

Varsayımlar

Yapılacak olan çalışmada; kullanılacak ölçeğin yeterli geçerlilik ve güvenilirlikte olduğu, anketin uygulandığı yaş grubunun testleri tarafsız ve doğru bir şekilde cevaplandığı ve seçilen örneklemin evreni temsil ettiği varsayılmıştır.

Sınırlılıklar

Bu çalışmada anket, sürenin sınırlı olması sebebiyle sadece 18-25 yaş arası tüketicilere uygulanmıştır. Bu durum bu çalışmanın sınırını oluşturmaktadır.

Tanımlar

Mağaza Atmosferi: Mağaza içerisinde ve dışarısında bulunan, tüketicinin beş duyusuna hitap ederek tüketicinin algıladığı mekanı, algılatmak istenilen duruma getirilmesine imkan veren, kapsamında mağazanın dizaynını, ışığını, kokusunu, müziğini, havalandırmasını; kısaca, mağaza çalışanlarının kıyafetinden mağazanın otoparkına kadar tüketicinin gördüğü, duyduğu, kokladığı, dokunduğu ve tattığı her şeyi ifade eder.

Koku: Burun içerisindeki kanallar yardımıyla ortamdan alınan ve işlenmeden beyne iletilen minik hava kapsülleridir.

Kurumsal Koku: Kurumsal marka tarafından, mağaza atmosferinde ve/veya ürünlerinde kullanılmak üzere özel olarak geliştirilen ve mağaza atmosferinin bir parçası olan kokudur.

Kokusal Pazarlama: Mağaza ve/veya ürüne yönelik olarak geliştirilen kokuların, müşterilerin algısını yöneterek tüketicinin mağaza lehine olan ve istenilen davranışı göstermesi için kullanılan bir duyuşsal pazarlama satış stratejisidir.

Tüketici Davranışı: Tüketicilerin, kendi marjinal faydalarına ve duygularına göre karar vererek o yönde davranış göstermesidir.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Markaların kurumsal kokularının 18-25 yaş aralığındaki tüketicilerin satın alma davranışına etkisinin incelendiği bu çalışmada, çalışma kapsamında hazırlanan anket, 18-25 yaş aralığında bulunan 103 katılımcı tarafından cevaplandırılmıştır olup cevapların tümü değerlendirmeye alınmıştır. Ankete katılan 103 katılımcıdan 57'si kadın ve 46'sı erkektir.

Cinsiyet	Frekans (n)	Yüzde (%)
Kadın	57	55,34
Erkek	46	44,66
Toplam	103	100

Tablo 1. Katılımcıların cinsiyetlerine göre dağılımları

Gelir durumu başlığı altında sorulan soruya 103 katılımcıdan, 11'i gelirini 200TL ve altı olarak, 6'sı gelirini 201TL-400TL arasında, 3'ü gelirini 401TL-600TL arasında, 3'ü gelirini 601TL-800TL arasında, 5'i gelirini 801TL-1000TL arasında ve 75'i gelirini 1001TL ve üzeri olarak beyan etmiştir.

Gelir Durumu	Frekans (n)	Yüzde (%)
200TL ve altı	11	10,68
201TL-400TL	6	5,83
401TL-600TL	3	2,91
601TL-800TL	3	2,91
801TL-1000TL	5	4,85
1001TL ve üzeri	75	72,82
Toplam	103	100

Tablo 2. Katılımcıların gelir durumlarına göre dağılımları

Katılımcıların gelir durumu sorusuna vermiş olduğu cevaplar tek grupta yığın oluşturduğundan gelir durumuna ait ayrıntılı analiz yapılamamıştır. Toplanan veriler analiz edildiğinde; genel ortalamaya ait çarpıklık değerinin -0,48 ve basıklık değerinin -0,24 olduğu bulunmuştur. Alt kategorilere bakıldığında; hedonik tüketime ait çarpıklık değeri -0,09 ve basıklık değeri -1,05; satın almaya ait çarpıklık değeri -0,64 ve basıklık değeri -0,05; anılara ait çarpıklık değeri -0,73 ve basıklık değeri 0,16 olarak hesaplanmıştır. Bu değerler -1,5 ile +1,5 arasında olması dağılımın normal olduğunu göstermektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013, aktaran Gürdin, 2019).

Anket aracılığıyla toplanan verilerin Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett's test sonuçlarını incelediğimizde; KMO değerinin 0,887 olduğu görülmektedir. Bu değer iyi bir faktör analizine sahip olduğumuzu göstermektedir. Bartlett's test değerleri incelendiğinde 0,000 anlamlılık düzeyinin çıktığı görülmekte olup bu değer de testimizi anlamlı kılmaktadır. Elde edilen bu değerler toplam varyansın %68,929'unu açıklamaktadır. Çalışma faktör analizi yapmaya uygundur.

Anket Likert Tutum Ölçeği doğrultusunda 5'li Likert sorularından oluşan toplam 14 sorudan meydana gelmektedir. 5'li Likert soruları aşağıdaki şekildedir:

Kesinlikle katılmıyorum (1) – Katılmıyorum (2) – Kararsızım (3) – Katılıyorum (4) – Kesinlikle katılıyorum (5).

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,887
Approx. Chi-Square		916,909
Bartlett's Test of Sphericity	df	91
	Sig.	,000

Tablo 3. Anket verilerine ait KMO ve Bartlett's testleri (Faktör Analizi)

Anket soruları	Ortalama	Standart Sapma
Hedonik (Hazcı) Tüketim		
1- Satın alacağım ürünleri koklamak eğlencelidir.	3,24	1,23
2- Satın alma amacım olmasa bile ürünleri koklamak hoşuma gider.	2,81	1,40
3- İhtiyacım olmayan bir ürünü sırf kokusu hoşuma gittiğinden dolayı almışlığım vardır/alabilirim.	2,80	1,50
4- Zaman zaman sırf güzel bir kokuyu duyacağımı bildiğim için belirli mekânlara gidip mal veya hizmet satın alabilirim.	2,54	1,29
5- O gün alışveriş yapmayacaksam bile güzel kokan bir mağazaya girebilirim ve bu ziyaret genellikle satın almayla sonuçlanır.	2,53	1,27
Satın Alma İhtiyacı		
6- Tüm ürün kategorilerinde ürünlerin kokularına dikkat ederek satın alırım.	3,23	1,39
7- Ürünün kokusu satın almamda önemli bir etkidir.	3,64	1,22
8- Benim için ürünün nasıl koktuğu satın alma sırasında oldukça önemlidir.	3,50	1,31
9-Fiyat, ambalaj, ergonomi gibi özellikler açısından beğendiğim bir ürün kötü kokuyorsa veya hoş bir kokuya sahip değilse o ürünü almam.	3,66	1,25
10- Günlük alışverişlerimde (gıda ürünleri vs.) bile kokulu ürünler satın almayı tercih ederim.	2,71	1,17
11- Kişisel bakım ürünleri satın alırken koku benim için çok önemlidir.	4,36	0,92
Anılar		
Koku benim için önceki satın almalarımı hatırlatan güçlü bir unsurdur.	3,52	1,16
Bir ürünü satın alacağımdayken onun kokusunu da kolaylıkla duyumsayabilirim.	3,70	1,14
Satın alacağım ürünleri kokuları ile birlikte hatırlarım.	3,70	1,07

Tablo 4. Tüm katılımcıların vermiş olduğu yanıtların ortalamaları ve standart sapmaları

Ankete katılan tüm katılımcıların, 5'li Likert sorularına vermiş olduğu yanıtlar incelendiğinde; en yüksek standart sapmanın, 1,50'lik payla, "ihtiyacım olmayan bir ürünü sırf kokusu hoşuma gittiğinden dolayı almışlığım vardır/alabilirim." önermesine ait olduğu görülmektedir. Bu durum, bu önermeye verilen yanıtlar arasında tutarlılığın düşük olduğunu göstermektedir.

En düşük standart sapmaya sahip önerme, 0,92'lik payla, "kişisel bakım ürünleri satın alırken koku benim için çok önemlidir." önermesidir. Bu durum, bu önermeye verilen yanıtlar arasında tutarlılığın yüksek olduğunu göstermektedir. Yine 4,36'lık ortama ile en yüksek ortama da söz konusu önermeye aittir. En düşük ortalama ise 2,53'lük bir değerle "O gün alışveriş yapmayacaksam bile güzel kokan bir mağazaya girebilirim ve bu ziyaret genellikle satın almayla sonuçlanır." önermesine aittir.

Anket soruları	Kesinlikle Katılmıyorum (%)	Katılmıyorum (%)	Karasızım (%)	Katılıyorum (%)	Kesinlikle Katılıyorum (%)
Hedonik (Hazcı) Tüketim					
Satın alacağım ürünleri koklamak eğlencelidir.	12,62	15,53	19,42	39,81	12,62
Satın alma amacım olmasa bile ürünleri koklamak hoşuma gider.	26,21	19,42	12,62	31,07	10,68
İhtiyacım olmayan bir ürünü sırf kokusu hoşuma gittiğinden dolayı almışlığım vardır/alabilirim.	30,10	19,42	5,83	30,10	14,56
Zaman zaman sırf güzel bir kokuyu duyacağımı bildiğim için belirli mekânlara gidip mal veya hizmet satın alabilirim.	26,21	29,13	16,50	20,39	7,77
O gün alışveriş yapmayacaksam bile güzel kokan bir mağazaya girebilirim ve bu ziyaret genellikle satın almayla sonuçlanır.	29,13	21,36	22,33	21,36	5,83

Tablo 5. Tüm katılımcıların hedonik tüketim kategorisindeki önermelere vermiş oldukları yanıtların yüzdelik dağılımı

Tüm katılımcıların hedonik tüketim başlığı altında bulunan 5 önermeye verdikleri yanıtların yüzdelik dağılımı incelendiğinde; 18-25 yaş aralığındaki tüketicilerin satın alma niyeti olsun ya da olmasın satılan ürünleri kokladıkları sonucuna varılmaktadır. “İhtiyacım olmayan bir ürünü sırf kokusu hoşuma gittiğinden dolayı almışlığım vardır/alabilirim.” önermesine bakıldığında ise “Kesinlikle Katılmıyorum” seçeneğini işaretleyenler ile “Katılıyorum” seçeneğini işaretleyenlerin yüzdelik oranları birbirine eşittir. Bu koşullar altında bu durum; katılımcılar bu konuda net bir görüş belirtmemişlerdir olarak değerlendirilmiştir.

Katılımcıların, sırf güzel bir koku duymak için mağazaya girme ya da güzel kokan bir mağazaya girerek bu ziyaret sonucunda alışveriş yapma davranışları ise verilen yanıtlar doğrultusunda yaklaşık %50’lik bir payla “Kesinlikle Katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” şeklindedir. Mağaza atmosferinin bir parçası olan koku, tüketiciyi mağazaya çekmek ve tüketicilerde satın alma davranışını oluşturmada tek başına yeterli değildir.

Anket soruları	Kesinlikle Katılmıyorum (%)	Katılmıyorum (%)	Karasızım (%)	Katılıyorum (%)	Kesinlikle Katılıyorum (%)
Satın Alma İhtiyacı					
Tüm ürün kategorilerinde ürünlerin kokularına dikkat ederek satın alırım.	15,53	19,42	11,65	33,01	20,39
Ürünün kokusu satın almamda önemli bir etkidir.	6,80	14,56	13,59	37,86	27,18
Benim için ürünün nasıl koktuğu satın alma sırasında oldukça önemlidir.	10,68	15,53	12,62	35,92	25,24
Fiyat, ambalaj, ergonomi gibi özellikler açısından beğendiğim bir ürün kötü kokuyorsa veya hoş bir kokuya sahip değilse o ürünü almam.	8,74	10,68	15,53	35,92	29,13
Günlük alışverişlerimde (gıda ürünleri vs.) bile kokulu ürünler satın almayı tercih ederim.	16,50	32,04	20,29	26,21	4,85

Kişisel bakım ürünleri satın alırken koku benim için çok önemlidir.	1,94	2,91	9,71	28,16	57,28
---	------	------	------	-------	-------

Tablo 6. Tüm katılımcıların satın alma ihtiyacı kategorisindeki önermelere vermiş oldukları yanıtların yüzdelik dağılımı

Tüm katılımcıların satın alma ihtiyacı başlığı altında bulunan 6 önermeye verdikleri yanıtların yüzdelik dağılımı incelendiğinde; 18-25 yaş aralığındaki tüketiciler için satın alma sırasında ürünün nasıl koktuğunun önem arz ettiği görülmektedir. Ürün kokusunun satın alma sırasındaki önemini ölçen ilk 3 sorudaki verilerin dağılımına göre %55-60 aralığında “Katılıyorum” ve “Kesinlikle Katılıyorum” olarak bu durum katılımcılar tarafından belirtilmiştir. Katılımcılar; fiyat, ambalaj, ergonomi gibi özellikler açısından beğendikleri ürünü, eğer ürün kötü bir kokuya sahipse onu almayacaklarını %35,92 ile “Katılıyorum” seçeneğini, %29,13 ile “Kesinlikle Katılıyorum” seçeneğini işaretleyerek göstermişlerdir.

Genel olarak bakıldığında, günlük alışverişlerde bile kokulu ürün tercih etme önermesine ait %32,04’lik bir değer ile “Katılmıyorum” seçeneğinin çıkmış olması genel olarak gıda ürünleri vs. gibi ürünlerde tüketicilerin kokulu ürün tercih etmediğini gösterse de %26,21’lik bir kısım da “Katılıyorum” seçeneğini işaretlemiştir. Bu konuda tüketici net bir fikir belirtmemiştir. Kişisel bakım ürünleri satın alırken kokuya verilen önem %57,28’lik payla “Kesinlikle Katılıyorum” seçeneğine aittir. Kişisel bakım ürünlerine ait kokular tüketici tarafından önem verilen bir olgudur.

Anket soruları	Kesinlikle Katılmıyorum (%)	Katılmıyorum (%)	Karasızım (%)	Katılıyorum (%)	Kesinlikle Katılıyorum (%)
Anılar					
Koku benim için önceki satın almalarımı hatırlatan güçlü bir unsurdur.	4,85	19,42	14,56	40,78	20,39
Bir ürünü satın alacağım da onun kokusunu da kolaylıkla duyumsayabilirim.	5,83	9,71	19,42	38,83	26,21
Satın alacağım ürünleri kokuları ile birlikte hatırlarım.	4,85	8,74	21,36	41,75	23,30

Tablo 7. Tüm katılımcıların anılar kategorisindeki önermelere vermiş oldukları yanıtların yüzdelik dağılımı
Tüm katılımcıların anılar başlığı altında bulunan 3 önermeye verdikleri yanıtların yüzdelik dağılımı incelendiğinde; 18-25 yaş aralığındaki tüketiciler için ürünün kokusu ile anılar arasındaki bağın pozitif olduğu ve tüketicilerin satın aldığı ya da alacağı ürünleri kokularıyla birlikte algıladıkları ve hatırladıkları görülmektedir. Katılımcılardan %40,78’i, “Koku benim için önceki satın almalarımı hatırlatan güçlü bir unsurdur.” önermesine katıldıklarını belirtirken, %38,83’ü “Bir ürünü satın alacağım da onun kokusunu da kolaylıkla duyumsayabilirim.” önermesine katılmakta, %26,21’i kesinlikle katılmaktadır. %41,75’i “Satın alacağım ürünleri kokuları ile birlikte hatırlarım.” önermesine katıldıklarını belirtmişlerdir.

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	,910	2	,455	,572	,566 ^b
Residual	79,487	100	,795		
Total	80,397	102			

a. Dependent Variable: koku_ort

b. Predictors: (Constant), Gelir, Cinsiyet

Tablo 8. İki bağımsız ve bir bağımsız değişkene ait anova tablosu

Anova tablosu incelendiğinde koku bağımlı değişkeni ile cinsiyet ve gelir bağımsız değişkenleri arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,067	,377		8,145	,000
	Cinsiyet	-,014	,177	-,008	-,079	,937
	Gelir	,053	,050	,106	1,063	,291

Tablo 9. Alt problemlere ait test sonuçları

Alt problemlerin test sonucunu gösterir tabloya baktığımızda da veriler arasında anlamlı fark bulunmadığından çalışma kapsamında alt problem olarak ifade edilen; “Markaların kurumsal kokularının 18-25 yaş aralığındaki tüketicilerin satın alma davranışı üzerinde cinsiyet değişkeninde etkisi var mı?” ve “Markaların kurumsal kokularının 18-25 yaş aralığındaki tüketicilerin satın alma davranışı üzerinde gelir değişkeninde etkisi var mı?” sorularına yapılan çalışma kapsamında çıkan yanıt “Markaların kurumsal kokularının 18-25 yaş aralığındaki tüketicilerin satın alma davranışı üzerinde cinsiyet ve gelir değişkeninde etkisi yoktur.” şeklinde olmuştur. Çalışmanın kapsamında problem olarak ifade edilen; “Markaların kurumsal kokularının 18-25 yaş aralığındaki tüketicilerin satın alma davranışı üzerinde etkisi var mıdır?” sorusuna yapılan çalışma kapsamında verilebilecek yanıt ise var şeklindedir. Çünkü çalışma sonucunda; markaların kurumsal kokularının tüketici satın alma davranışında pozitif etkisinin olduğu sonucuna varılmıştır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

18-25 yaş aralığında bulunan tüm katılımcıların vermiş olduğu yanıtlar dikkate alındığında; genel olarak gıda gibi günlük alışverişlerin dışında koku unsurunun satın alma amacı olsun olmasın güçlü bir unsur olduğu ortaya çıkmaktadır. Ancak tüketiciye sadece güzel koku sunulmuş olmasının, satın alma davranışına etkisinin beklenen düzeyde olmadığı görülmüştür. 18-25 yaş arasındaki tüketiciler, genel olarak mağaza atmosferi dahilinde sırf güzel bir koku duyacağı için bir mağazaya gitmeyeceklerini belirtmekle birlikte, sadece güzel bir ortam kokusu için satın alma davranışı da gerçekleştirmeyeceklerini ifade etmişlerdir. Bu durumun daha net bir şekilde belirlenebilmesi için tüketicilere yönelik duyuşal pazarlama kapsamında 5 duyuya hitap eden önermelerin hazırlanarak sorulması gerekmektedir.

18-25 yaş aralığındaki tüketiciler genel olarak beğendikleri bir ürün kötü kokuya sahipse onu almayacaklarını da belirtmişlerdir. Bu durum yine alışveriş niyetinde olan tüketici için koku faktörünün ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Tüketiciler, genel olarak istenilen özellikte olup fiyatı uygun olsa bile koku duyusuna olumsuz olarak hitap eden ürünleri almayacaklarını belirtmişlerdir.

Yapılan bu çalışma verilerinden neredeyse kesin olarak çıkarılan bir sonuç da 18-25 yaş aralığındaki tüketicilerin, çok büyük bir kısmının kişisel bakım ürünleri alırken ürünün kokusuna önem verdikleri şeklindedir.

Bir diğer önemli sonuç da koku ile hatıralar arasındaki bağın güçlü olduğunun ortaya çıkmasıdır. Yani gerçekten de bireyler algıladıkları kokularla anılarını hatırlamakta ve bu durum onların satın alma davranışlarını etkilemektedir. Önceden de bahsedildiği gibi bireyin anısını hatırlaması, marka sadakati oluşturmada ve dolayısıyla sadık bir müşteri portföyü oluşturarak satış rakamlarının yükselmesinde duyuşal pazarlama stratejisi kapsamında kokunun kullanılması güçlü bir etkidir (Bozpolat, 2017; Gürdin, 2019).

Markaların kurumsal kokularının 18-25 yaş aralığında bulunan tüketicilerin satın alma davranışına etkisinin gelir ve cinsiyet değişkeninde ele alınıp analiz edilmesiyle çıkan sonuç ise gelir ve cinsiyet bazında etkisinin olmadığıdır. Yani incelenen örneklem grubundaki tüketici davranışı, kadın ve erkek fark etmeksizin hemen hemen aynı doğrultuda meydana gelmektedir. Bu bilgiye ek olarak gelir değişkenine ait verilerde yığın oluşması sebebi ile ayrıca ele alınıp incelenememiştir. Bu sebepten dolayı gelir ile ilgili net bir sonuca ulaşılammıştır.

Sonuç olarak, tek başına mağaza atmosferi olarak kullanılan koku faktörünün satın alma davranışı üzerinde beklenen etkiyi oluşturmadığı sonucuna varılsa da; özellikle ürün kokusunun genel olarak 18-25 yaş aralığındaki tüketicilerin satın alma davranışı üzerinde olumlu etkiye neden olduğu sonucuna varılmıştır. Duyuşal pazarlama stratejisi olarak kokunun kullanımı, yani kokusal pazarlama stratejisi bu bağlamda önem arz etmektedir.

Yapılan bu çalışmada sadece 18-25 yaş aralığındaki tüketiciler dikkate alınmış olup çalışma yaş aralığı genişletilerek ya da belirli bir yaş grubu üzerinde daha büyük bir örnekleme uygulanabilir. Ayrıca eğitim, yaşanılan semt gibi bazı demografik özellikler de eklenerek çalışma daha ayrıntılı olarak ele alınabilir. Tüm bunlara ek olarak sahip olduğumuz 5 duyudan hangisinin satın alma davranışında daha etkili olduğunu açıklamaya yönelik bir çalışma da yapılabilir. Bu çalışmada sadece cinsiyet ve gelir bağımsız değişkenleri ele alınmıştır.

KAYNAKÇA

- Açikel, T. Z. (2013). *Ürün ve Marka Tercihinde Koku Etkisi* (Yayın no:332810) [Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. Aktaran Simavoğlu, F. ve Kuştepe, İ. (2018). Reklamlarda Koku Duyusunun Kullanımına İlişkin Göstergibilimsel Analiz: Temizlik Ürünleri Üzerine Bir Çalışma. *Journal of Awareness*, 3(Özel), 683-696. <https://doi.org/10.26809/joa.2018548680>
- Ak, Ö. (2012). Farkında Olmadığımız Vazgeçilmezimiz: Koku Duyumuz. *Bilim ve Teknik Dergisi Aylık Popüler Bilim Dergisi*, 45(531), 68-71.
- Akıllıbaş, E. (2019). Beş Duyunun Pazarlama Algısındaki Gücü. *Bitlis Eren Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Akademik İzdüşüm Dergisi*, 4(1), 97-124. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/beuifbaid/issue/44027/523933>
- Allport, G. (1935). Attitudes. C. Murchison (Ed.), *Handbook of Social Psychology* (789-844). Clark University Press. Aktaran Korkmaz, L. (2017). Tutumlarımızın Ne Kadar Farkındayız? Örtük Tutumlar ve Örtük Ölçüm Yöntemleri. *Türk Psikoloji Yazıları*, 20(40), 109-127. <https://www.psikolog.org.tr/tr/yayinlar/dergiler/1031828/tpy1301996120170000m000021.pdf>

- Allport, G. W. (1985). The Historical Background of Modern Social Psychology. G. Lindzey ve E. Aronson (Eds), *Handbook of Social Psychology* (3. basım, ss. 1-46). Random House/Erlbaum. Aktaran Güney, S. (2021a). 2. Bölüm İletişim. S. Güney (Ed.), *Sosyal Psikoloji*, (329-375). Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını.
- Altunışık, R. ve İslamoğlu, A. (2013). *Tüketici Davranışları*. Beta Yayınları. Aktaran Onar, C. (2018a). *Duyusal Pazarlama Stratejilerinin Türkiye Perakende Sektöründeki Uygulamaları* (Yayın no: 530571) [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi] <http://acikerisim.ticaret.edu.tr/xmlui/handle/11467/3100>
- Arman, C. (2013). *Gelir Dağılımının Tüketici Davranışlarına Etkisi* (Yayın no: 327393) [Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi] <http://adudspace.adu.edu.tr:8080/jspui/bitstream/11607/1418/5/CENNET%20ARMAN.pdf>
- Arslan, İ. K. ve Acar, N. (2020). Uyarıcıların Önemi: Mağaza Atmosferinin İçgüdüsel Satın Alma Üzerindeki Etkileri. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi*, 3(6), 132-142. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tje/issue/56620/758944>
- Arslan, M. (2011). *Mağazacılıkta Atmosfer*. Beta Basım Yayın Dağıtım. Aktaran Bozpolat, C. (2017). Mağaza Atmosferinin Tüketici Tercihindeki Önemi. *The Journal of Social Science*, 1(2), 94-103. <https://doi.org/10.30520/tjsosci.360140>
- Bakırtaş, H. (2013). S-O-R Paradigması Temelinde Mağaza Atmosferi ve Duyguların Pazarlamadaki Önemi: Bir Literatür İncelemesi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 15(25), 47-55. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kmusekad/issue/10211/125472>
- Bay, M., Akpınar, S. ve Erarabacı, A. (2018). Kobiler'in Kurumsallaşma Düzeyinin Belirlenmesi; Konya O.S.B. Örneği. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(14), 383-391. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/gusbd/issue/39212/434021>
- Bayer, E. (2005). İşletmelerde Kurumsallaşmanın Sorunsal Haline Gelmesi ve Kurumsallaşamama Nedenlerinin Belirlenmesi. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(3), 125-142. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/gaziuiibfd/issue/28337/301182>
- Baysal, A. C. (1984). Sosyal Psikolojide Tutumlar. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi*, Davranış Bilimleri Kürsüsü. 121-138.
- Bell, C.R. ve Bell, B.R. (2004). *Manyetik Servis Müşteri Sadakati Yaratmanın Sırları*. Elips Yayınları. Aktaran Yurdakul, M. (2007). İlişkisel Pazarlama Anlayışında Müşteri Sadakati Olgusunun Ayrıntılı Bir Şekilde Analizi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(17), 268-287. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/dpusbe/issue/4759/65385>
- Bozpolat, C. (2017). Mağaza Atmosferinin Tüketici Tercihindeki Önemi. *The Journal of Social Science*, 1(2), 94-103. <https://doi.org/10.30520/tjsosci.360140>
- Bradford, K. D. ve Desrochers, D. M. (2009). The Use of Scents to Influence Consumers: The Sense of Using Scents to Make Cents. *Journal of Business Ethics*, 90, 141-153. Aktaran Bozpolat, C. (2017). Mağaza Atmosferinin Tüketici Tercihindeki Önemi. *The Journal of Social Science*, 1(2), 94-103. <https://doi.org/10.30520/tjsosci.360140>
- Büdü, E. ve Ertürk, Y. D. (2020). Beş Duyu Kullanımı İle Duyusal Markalama: Tüketici Tutumlarını Belirleme Üzerine Bir Odak Grup Çalışması. *Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi Etkileşim*, (5), 52-71. <https://doi.org/10.32739/etkilesim.2020.5.83>
- Can, E. (2014). Marka ve Marka Yapılandırma. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, XXIII(1), 225-237. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/muiibd/issue/490/4295>
- Chebat, J.-C. ve Michon R. (2003). Impact Of Ambient Odors On Mall Shoppers' Emotions, Cognition, And Spending A Test Of Competitive Causal Theories. *Journal of Business Research*, 56(7), 529-539. Aktaran Bakırtaş, H. (2013). S-O-R Paradigması Temelinde Mağaza Atmosferi ve Duyguların Pazarlamadaki Önemi: Bir Literatür İncelemesi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 15(25), 47-55. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kmusekad/issue/10211/125472>
- Çakır, S. Y. (2010). Markaların Duyular Yoluyla Şekillenmesi: Duyusal Markalama. *Erciyes İletişim Dergisi*, 1(4), 39-62. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/erciyesiletisim/issue/5863/77599>
- Çalık, N. (1992). Markaya Yönelik Tüketici Davranışı. *Eskişehir Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, X(1-2), 293-306.
- Çetintürk, N. (2014). *Mağaza Atmosferi*, İstanbul Üniversitesi. Aktaran Arslan, İ. K. ve Acar, N. (2020). Uyarıcıların Önemi: Mağaza Atmosferinin İçgüdüsel Satın Alma Üzerindeki Etkileri. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi*. 3(6), 132-142. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tje/issue/56620/758944>
- Çöllü, E. F. ve Öztürk, Y. E. (2006). Örgütlerde İnançlar-Tutumlar Tutumların Ölçüm Yöntemleri ve Uygulama Örnekleri Bu Yöntemlerin Değerlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 9(1-2), 373-404. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/selcuksbmyd/issue/11297/135079>
- Derakhshi, A. (2017). Markanın Tüketici Davranışlarına Etkisi: Dış Macunu Sektörü Üzerine Bir İnceleme. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 9(3), 13-32. <http://91.239.204.115/handle/11547/1422>

- Doğan, R. (2014). *Aile Şirketlerinde Kurumsallaşma Sorunları ve Bir Model Önerisi: Adıyaman İlinde Bir Araştırma* (Yayın no: 375436) [Yüksek Lisans Tezi, Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü] Ulusal Tez Merkezi Erişime Açık <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Freedman, J., Sears, L., David O., Carlsmith ve J. Merrill. (2003). *Sosyal Psikoloji*. (A. Dönmez Çev.), İmge Yayınevi. Aktaran Güney, S. (2021b). 9. Ünite Tutumlar ve Önyargı. S. Güney (Ed.), *Sosyal Psikoloji*, (241-279). Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını.
- Güney, S. (2021a). 2. Ünite Sosyal Psikolojinin Gelişim Süreci ve Diğer Sosyal Bilimlerle İlişkisi. S. Güney (Ed.), *Sosyal Psikoloji*, (26-43). Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını.
- Güney, S. (2021c). 12. Ünite İletişim. S. Güney (Ed.), *Sosyal Psikoloji*, (329-375). Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını.
- Gürdin, B. (2019). Kokunun Tüketici Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkisi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(3), 2160-2175. <https://doi.org/10.20491/isarder.2019.731>
- Halis, M. ve Ay, D. A. (2017). Kurumsallaşma Düzeyinin Örgütsel Sessizlik Üzerine Etkisi: Bir Araştırma. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 18(2), 43-62. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/cumuiibf/issue/32189/366160>
- İnceoğlu, M. (2011). *Tutum Algı İletişim* (6. Baskı). Siyasal Kitabevi.
- Kandemir, S. ve Muluk, N. B. (2016). Koku Fizyolojisi ve Koku Testleri: Derleme. *Turkish Journal of Clinics and Laboratory*, 7(2), 48-53. <https://doi.org/10.18663/tjcl.54874>
- Karakaşoğlu, M. ve Arslan, F. (2016). Mağaza Hizmet Ortamının Marka İmajına ve Satın Alma Niyetine Etkisi: P&B ve H&M Örneği. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 12(46), 223-243. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/maruoneri/issue/23666/252042>
- Kayaoğlu, A. (2018). 8. Ünite Sosyal Psikoloji. S. Ünlü (Ed.), *Birey ve Davranış (168-194)*. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayını.
- Koç, E. (2016). *Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejisi*. Seçkin Yayıncılık. Aktaran Akıllıbaş, E. (2019). Beş Duyunun Pazarlama Algısındaki Gücü. *Bitlis Eren Üniversitesi Akademik İzdüşüm Dergisi*. 4(1). 97-124. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/beuiibfaidd/issue/44027/523933>
- Kolasa, B. J. (1979). *İşletmeler İçin Davranış Bilimlerine Giriş*. (K. Tosun ve Diğerleri Çev.), İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yayını. Aktaran Güney, S. (2021b). 9. Ünite Tutumlar ve Önyargı. S. Güney (Ed.), *Sosyal Psikoloji (241-279)*. Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını.
- Lawrence, T. B., Winn, M. I., ve Jennings, P. D. (2001). The temporal dynamics of institutionalization. *Academy of Management Review*, 26, 624-644. Aktaran Çavuş M. F. ve Yetiş, E. (2019). Kurumsallaşma Algısının Üretim Karşıtı Davranışlara Etkisi: Elazığ Organize Sanayi Bölgesi Örneği. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 29(2), 277-288. <https://doi.org/10.18069/firatsbed.519572>
- Lianne, G. (2006). The Sweet Smell of Shopping. Macleans's. 13.Feb.2006. 55. <https://archive.macleans.ca/article/2006/2/13/the-sweet-smell-of-shopping>. Aktaran Çakır, S. Y. (2010). Markaların Duyular Yoluyla Şekillenmesi: Duyusal Markalama. *Erciyes İletişim Dergisi*, 1(4), 39-62. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/erciyesiletisim/issue/5863/77599>
- Lindstrom, M. (2006). *Duyular ve Marka*. (Ü. Şenşoy Çev.), Optimist Yayınları. Aktaran Bozpolat, C. (2017). Mağaza Atmosferinin Tüketici Tercihindeki Önemi. *The Journal of Social Science*, 1 (2), 94-103. <https://doi.org/10.30520/tjsosci.360140>
- Lindstrom, M. (2007). *Duyular ve Marka 5 Duyuyla Güçlü Markalar Yaratmak*. Optimist Yayınları. Aktaran Onar, C. (2018b). *Duyusal Pazarlamanın Tüketici Satın Alma Sürecine Etkisi*. [Tartışma Metni, İstanbul Ticaret Üniversitesi] <https://www.ticaret.edu.tr/uploads/dosyalar/921/200%20DUYUSAL%20PAZARLAMANNIN%20T%C3%9CKET%C4%B0C%C4%B0%20SATIN%20ALMA%20S%C3%9CREK%C4%B0NE%20ETK%C4%B0S%C4%B0.pdf>
- Mehrabian, A., ve Russell, J. A. (1974). *An Approach to Environmental Psychology*. Cambridge, MA, US: The MIT Press. Aktaran Tosun, P., Sezgin, S. ve Uray, N. (2019). Pazarlama Biliminde Duygu ve Duygu Durumu Kavramları İçin Baz Alınmış Teoriler. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(72), 1830-1849. <https://doi.org/10.17755/esosder.562236>
- Mininni, T. (2008) *Multi-sensory Packaging Emotionally Satisfies Consumers*. *Flexible Packaging*, (10)11, (24-25). Aktaran Tosun, N. B. ve Elmasoğlu, K. (2015). Duyusal Markalamanın Marka Sadakati Üzerindeki Rolü. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 91-111. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iled/issue/18466/194412>
- Morrison, M., Gan, S., Dubelaar, C. ve Oppewal, H., (2011), "In-Store Music and Aroma Influences on Shopper Behavior and Satisfaction", *Journal of Business Research*, 64(6), 558-564. Aktaran Bakırtaş, H. (2013). S-O-R Paradigması Temelinde Mağaza Atmosferi ve Duyuların Pazarlamadaki Önemi: Bir Literatür İncelemesi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 15(25), 47-55. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kmusekad/issue/10211/125472>

- Odabaşı, Y. ve Barış, G. (2014). *Tüketici Davranışı*. Kapital Medya Hizmetleri. Aktaran Onar, C. (2018b). *Duyusal Pazarlamanın Tüketici Satın Alma Sürecine Etkisi*. [Tartışma Metni, İstanbul Ticaret Üniversitesi]
<https://www.ticaret.edu.tr/uploads/dosyalar/921/200%20DUYUSAL%20PAZARLAMANIN%20T%C3%9CKET%C4%B0C%C4%B0%20SATIN%20ALMA%20S%C3%9CREK%C4%B0NE%20ETK%C4%B0S%C4%B0.pdf>
- Onar, C. (2018a). *Duyusal Pazarlama Stratejilerinin Türkiye Perakende Sektöründeki Uygulamaları* (Yayın no: 530571) [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi]
<http://acikerisim.ticaret.edu.tr/xmlui/handle/11467/3100>
- Onar, C. (2018b). *Duyusal Pazarlamanın Tüketici Satın Alma Sürecine Etkisi* [Tartışma Metni, İstanbul Ticaret Üniversitesi]
<https://www.ticaret.edu.tr/uploads/dosyalar/921/200%20DUYUSAL%20PAZARLAMANIN%20T%C3%9CKET%C4%B0C%C4%B0%20SATIN%20ALMA%20S%C3%9CREK%C4%B0NE%20ETK%C4%B0S%C4%B0.pdf>
- Pekar, E. (2017). *Duyusal Markalama ve Tüketicilerin Marka Algısında Duyusal Pazarlamanın (Beş Duyunun) Rolü* (Yayın no: 484197) [Yüksek Lisans Tezi, Bursa Uludağ Üniversitesi]
<https://acikerisim.uludag.edu.tr/bitstream/11452/2945/1/484197.pdf>
- Polat, V. (2016). 4. Ünite Kitle İletişim Kuramlarında Çizgisel, Sosyo-psikolojik ve Toplumsal Yaklaşımlar. *Kitle İletişim Kuramları (50-64)*. İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi Yayını.
- Post, K. (2004). Brain Tattoos: Creating Unique Brands That Stick in Your Customers Minds. Aktaran Simavoğlu, F. ve Kuştepe, İ. (2018). Reklamlarda Koku Duyusunun Kullanımına İlişkin Göstergibilimsel Analiz: Temizlik Ürünleri Üzerine Bir Çalışm. *Journal of Awareness*, 3(Özel), 683-696.
<https://doi.org/10.26809/joa.2018548680>
- Runyon, K. E. ve Stewart, D. W. (1987). *Consumer Behavior and the Practice of Marketing*, Third Edition, Merrill: Columbus. Aktaran Güzeloğlu, C. (2010). Tüketici Yazıları II. Müberra Babaoğlu ve Arzu Şener (Ed.). Ambalaj Tasarımında Görsel Bir Unsur Olarak Rengin Tüketici Algısı Üzerindeki Rolü. (271-291). Hacettepe Üniversitesi Tüketici-Pazar-Araştırma-Danışma Test ve Eğitim Merkezi (TÜPADEM).
<http://www.consumeracademy.gov.tr/data/56bda5021a79f7086c081112/tuketici%20yazilari%2027.02.pdf>
- Rüstəmov, H. (2019). *Tüketici Davranışlarında Algı Yönetiminin Rolü, Bir Araştırma*. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Azerbaycan Cumhuriyeti Eğitim Bakanlığı Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi.
<http://unec.edu.az/application/uploads/2019/09/T-KET-C-DAVRANI-LARINDA-ALGI-Y-NET-M-N-N-R-L-B-R-ARA-TIRMA.pdf>
- Simavoğlu, F. ve Kuştepe, İ. (2018). Reklamlarda Koku Duyusunun Kullanımına İlişkin Göstergibilimsel Analiz: Temizlik Ürünleri Üzerine Bir Çalışma. *Journal of Awareness*, 3(Özel), 683-696.
<https://doi.org/10.26809/joa.2018548680>
- Solomon, M., Bamossy G. ve Askegaard, S. (2002). *Consumer Behavior European Perspective*, 2. Baskı. Pearson Education Limited. Aktaran Öztürk, M, ve Bacaksız, P. (2019). İnternette Emlak Reklamlarına Yönelik Tüketici Güveni: Tüketici Tutum Bileşenleri Üzerine Bir Araştırma. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 7(18), 323-348. DOI: 10.33692/avrasyad.595663
- Solomon, M.R. (2004). *Consumer Behavior, Buying, Having and Being*, 6. Baskı. Prentice Hall Inc. Aktaran Güzeloğlu, C. (2010). Tüketici Yazıları II. Müberra Babaoğlu ve Arzu Şener (Ed.). Ambalaj Tasarımında Görsel Bir Unsur Olarak Rengin Tüketici Algısı Üzerindeki Rolü (271-291). Hacettepe Üniversitesi Tüketici-Pazar-Araştırma-Danışma Test ve Eğitim Merkezi (TÜPADEM).
<http://www.consumeracademy.gov.tr/data/56bda5021a79f7086c081112/tuketici%20yazilari%2027.02.pdf>
- Spangenberg, E. R., Crowley, A. E. and Henderson, P. W., (1996), "Improving the Store Environment: Do Olfactory Cues Affect Evaluations and Behaviors?", *Journal of Marketing*, 60, 67-80. Aktaran Bakırtaş, H. (2013). S-O-R Paradigması Temelinde Mağaza Atmosferi ve Duyuların Pazarlamadaki Önemi: Bir Literatür İncelemesi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 15(25), 47-55. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kmusekad/issue/10211/125472>
- Şıklar, E. (2018). 6. Ünite Örneklem ve Bazı Örneklem Dağılımları. A. Özmen ve B. F. Şeniş (Ed). *İstatistik (154-191)*. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayını.
- Tabachnick, B.G. ve Fidell, L.S. (2013). *Using Multivariate Statistics*, (6. Baskı), Boston, Pearson. Aktaran Gürdin, B. (2019). Kokunun Tüketici Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkisi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(3), 2160-2175. <https://doi.org/10.20491/isarder.2019.731>
- Tanlasa, B. T. (2005). Geleceğin Pazarlaması Bes Duyuda. *Marketing Türkiye Dergisi*, 1 Kasım Sayısı. Aktaran Yurdakul, M. (2007). İlişkisel Pazarlama Anlayışında Müşteri Sadakati Olgusunun Ayrıntılı Bir Şekilde Analizi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(17), 268-287.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/dpusbe/issue/4759/65385>

- Taşkıran, N. Ö. ve Bolat, N. (2013). Reklam ve Algı İlişkisi: Reklam Metinlerinin Alınlanmasında Duyu Organlarının İşlevleri Hakkında Bir İnceleme. *Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 49-69. <https://dergipark.org.tr/pub/bujss/issue/3864/51615>
- Tekbıyık, A. (2014). İlişkisel Tarama. M. Metin (Ed.) Kuramdan Uygulamaya Eğitimde Bilimsel Araştırma Yöntemleri (99-114). Pegem A. Aktaran Mazlum M. M. ve Mazlum A. A. (2017). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yönteminin Belirlenmesi. *Route Educational and Social Science Journal*, 4(4), (1-21). <https://www.researchgate.net/publication/317656800>
- Tengilimoğlu, D. (2012). *Sağlık Hizmetleri Pazarlaması*. Siyasal Kitapevi. Aktaran Derakhshi, A. (2017). Markanın Tüketici Davranışlarına Etkisi: Dış Macunu Sektörü Üzerine Bir İnceleme. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 9 (3), 13-32. <http://91.239.204.115/handle/11547/1422>
- Tischler, L. (2005). Smells Like Brand Spirit. *Fast Company Magazine*, August (97), 52-59. <https://www.fastcompany.com/53313/smells-brand-spirit>. Aktaran Akıllıbaş, E. (2019). Beş Duyunun Pazarlama Algısındaki Gücü. *Bitlis Eren Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Akademik İzdüşüm Dergisi*, 4(1), 97-124. <https://dergipark.org.tr/pub/beuiibfaid/issue/44027/523933>
- Tosun, N. B. ve Elmasoğlu, K. (2015). Duyusal Markalamanın Marka Sadakati Üzerindeki Rolü. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 91-111. <https://dergipark.org.tr/pub/iled/issue/18466/194412>
- Tosun, P., Sezgin, S. ve Uray, N. (2019). Pazarlama Biliminde Duygu ve Duygu Durumu Kavramları İçin Baz Alınmış Teoriler. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(72), 1830-1849. <https://doi.org/10.17755/esosder.562236>
- Türk, M. ve Ünal, A. (2019). Mağaza Atmosferinde Etkili Olan Faktörlerle Memnuniyet-Sadakat-Tavsiye Etme Durumu Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Alan Çalışması. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 20(1), 260-280. <https://dergipark.org.tr/pub/cumuiibf/issue/45599/526246>
- Ülker, Y. (2019). Tüketicilerin Mağaza Atmosferine Verdikleri Önem. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), 142-159. <https://doi.org/10.18026/cbayarsos.525180>
- Yaylagül, L. (2006). *Kitle İletişim Kuramları*. Dipnot Yayınları.
- Yorulmazel, A. (2017). *Individual Differences in Obtaining Olfactory Information: The Need For Smell Scale (Koku Bilgilerinin Edinilmesinde Bireysel Farklılıklar: Koklama İhtiyacı Ölçeği)* (Yayın no: 496000) [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi] <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> Aktaran Gürdin, B. (2019). Kokunun Tüketici Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkisi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(3), 2160-2175. <https://doi.org/10.20491/isarder.2019.731>

MESLEK LİSESİ ÖĞRETMENLERİNİN EĞİTİM BİLİŞİM AĞINA YÖNELİK GÖRÜŞLERİ İLE DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Prof. Dr. Selami ERYILMAZ
Gazi Üniversitesi, Eğitim Fakültesi

ÖZET

Teknolojinin olanaklarından faydalanmak için hayata geçirilen etkileşimli tahta ve tablet-pc'lerde materyal gereksinimi gidermek için geliştirilen EBA (Eğitimde Bilişim Ağı) Projesi, eğitimde sınırları kaldırma, kaliteyi ve niteliği artırma adına okullarımızda önemli bir gelişmeye imzasını atmıştır. Bu çalışmanın amacı meslek lisesi öğretmenlerinin EBA kullanımına ilişkin görüşlerini demografik bilgiler ile incelemektir. Çalışmanın bağımlı değişkeni öğretmenlerin EBA kullanımını düzeyidir. Bağımlı değişken üzerindeki etkisi araştırılan Fatih Projesi içeriğinde kullanılan EBA platformudur. Bağımsız değişkenler cinsiyet, yaş, mesleki deneyim, öğrenim durumudur. Araştırmada gruplar arası karşılaştırmayı içeren tarama modeli kullanılmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu Meslek liselerinde görev yapan 90 öğretmen oluşturmaktadır. Veri toplama aracı olarak EBA kullanım düzeylerini belirlemeye yönelik anket kullanılmıştır. Elde edilen verilerin analizinde betimsel analiz, T-testi ve Tek Faktörlü Varyans (One-Way ANOVA) ve Korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Bulgular doğrultusunda, meslek lisesi öğretmenlerinin EBA kullanım düzeylerinin cinsiyete, yaşa, mesleki deneyime ve öğrenim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda, öğretmenlerin EBA'yı sıklıkla kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Öğretmenlerin en çok çoktan seçmeli sorulardan, görsel ve işitsel materyallerden yararlanma amacıyla kullandıkları belirlenmiştir. EBA'daki kullanım sıklığının artırılması için e-kursların eklenmesi, ödüllerin tasarlanabilmesine yönelik öneriler getirilmiştir.

Anahtar kelimeler: FATİH Projesi, EBA, teknoloji, eğitim.

INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN VOCATIONAL HIGH SCHOOL TEACHERS' VIEWS ON EDUCATION INFORMATION NETWORK (EBA) AND THEIR DEMOGRAPHIC PROPERTIES

ABSTRACT

The EBA (Information Network in Education) Project, which was developed with the aim of meeting the material needs of interactive boards and tablet-pcs implemented in order to take advantage of the opportunities of technology, has signed an important development in our schools in order to lift the boundaries in education and increase the quality and quality. The aim of this study is to examine the opinions of vocational high school teachers regarding the use of EBA with demographic information. The dependent variable of the study is the level of teachers using EBA. It is the EBA platform used in the Fatih Project content, the effect of which depends on the dependent variable. Independent variables are gender, age, professional experience, educational status. In the research, the screening model, which includes comparison between groups, was used. The sample of the research consists of 90 teachers working in vocational high schools. A questionnaire was used to determine EBA usage levels as a data collection tool. Descriptive analysis, T-test and One-Way ANOVA and Correlation analysis were performed in the analysis of the data obtained. In line with the findings, it was found that the EBA usage levels of vocational high school teachers did not differ significantly according to gender, age, professional experience and educational background. As a result of the research, it was concluded that teachers frequently use EBA. It was determined that teachers mostly use multiple choice questions to use visual and audio materials. Suggestions were made for adding e-courses and designing awards to increase the frequency of use in EBA.

Keywords: FATİH Project, EBA, technology, education.

GİRİŞ

Günümüz dünyası bilim ve teknoloji alanında hızlı bir değişime imzasını atmış, bu değişim ister istemez eğitim dünyasına da yansımıştır. Teknolojinin yaygınlaşması, eğitim teknolojisi adına daha kolay hedeflerin elde edilmesine zemin hazırlamıştır. Teknoloji, eğitim, sağlık vb. alanlarda olumlu katkılar sağlaması açısından son derece önemlidir. Bu durum teknolojinin öğretim amacına da hizmet edebileceği sonucunu doğurmaktadır. Bilgi çağı olarak adlandırılan günümüz dünyasında toplum, ihtiyaç duyduğu insan gücüne bilgi çağına uygun eğitimler sayesinde kavuşacaktır. Bu nedenle toplumların eğitimcilerine yeni teknolojiyle uyum sağlaması ve yeni teknolojinin faydalarını kavrayacak bilgi ve beceriyi kazandırma konusunda gerekli öğretimi gerçekleştirmesini zorunlu kılmaktadır (Akkoyunlu, 1998).

Bireylerin hayatlarındaki davranış değişiklikleri temeline dayanan ve bireyin gerekli kazanımları kendi yaşantısı yoluyla elde etme süreci olarak tanımlanan eğitim (Demirel, 2011, s.6), değişime hız katarken değişimden

etkilenerek başkalaşır (Vural, 2004, s.20). Eğitim sistemi içindeki birimlerin bu etkilenişe koşut olarak teknolojik ve bilimsel gelişmelerden faydalanması sonucunda "bilgi teknolojileri" kavramı ortaya çıkmıştır. Bunun sonucunda, "Öğrencilerin üst düzey öğrenmelerini gerçekleştirmek için üretilen teknolojik araç gereçlerin eğitim sürecinde sistematik ve planlı bir şekilde faaliyete konma süreci" olarak ifade edilen bilgi teknolojisi, eğitim sürecinde öğrenciye ve öğretmene büyük bir yol açacaktır. Okullarda sunulan kaynaklar ve teknolojiler doğrultusunda der içeriklerine dijital ortamlardan erişilmektedir. Bu dijital ortamlardan birisi de okullarda kullanılan EBA'dır. Eğitimde yararlanılacak içerikler (e-kitap şeklindeki pdf dosyaları, video, ses ve görsel ihtiyaçlar) "Eğitim Bilişim Ağı" portalı üzerinden kullanıcılara sunulmaktadır (Gök, 2019).

FATİH Projesi

Eğitim ve öğretimde fırsat eşitliğini sağlamak ve okullarımızdaki teknolojiyi iyileştirmek amacıyla hayata geçirilen Eğitimde FATİH Projesi, bilişim teknolojileri araçlarının öğrenme-öğretme sürecinde, derslerde etkin kullanımını için başlatılmıştır. Bu prensiplerden yola çıkarak çözümü oluştururken başarı faktörlerini MEB; erişilebilirlik, verimlilik, eşitlik, ölçülebilirlik, Kalite olmak üzere 5 temel esasa dayandırmıştır (MEB, 2016). Bu esaslara kısaca bakacak olursak;

1. Erişilebilirlik: Her an her yerden istenilen zamanda ulaşma imkânının olması,
2. Verimlilik: Verimli çalışma ortamları ve gelişim alanları sunabilmesi,
3. Eşitlik (Fırsat Eşitliği): Her insanın eşit şekilde ulaşmasını sağlaması,
4. Ölçülebilirlik: Eğitim sürecinin ve sonuçların doğru ölçülebilmesini ve buna göre düzgün dönütler sunabilmesi,
5. Kalite: Eğitimin kalitesini ölçülebilir şekilde yükseltmek.

Eğitim süreçleri ile birlikte hazır hale getirilen araçların doğru kullanılması ile internetin bilinçli ve güvenilir bir şekilde faydalanılmasını adına gerekli donanım ve program altyapısının kurulması (<http://fatihprojesi.meb.gov.tr>) sağlanacaktır.

Projenin başlangıcından bugüne birçok çalışma gerçekleşmiştir. Öğretmen ve öğrencilere yönelik yapılan araştırmalar (Vatanartıran ve Karadeniz, 2015; Erden ve Seferoğlu, 2015; Baz, 2015; Altın ve Kalelioğlu, 2015), kurum yöneticilerine yönelik araştırmalar (Gök ve Yıldırım, 2015), velilere yönelik araştırmalar (Kenar, Köse ve Demir, 2015) bunlardan bazılarıdır. Benzer başlıklar altında birçok araştırma yapılırken 2011-2014 yılları arasında kapsayacak şekilde İslamoğlu, Ursavaş ve Reisoğlu (2015) tarafından içerik analizi çalışması yapılmıştır. Ancak bu yıllar sonrası kapsayacak bir içerik analizine rastlanmamıştır. Bunlar dışında yapılan çalışmaların birçoğunun birbirinin tekrarı niteliktedir. Özellikle geçmiş araştırmalar ele alındığında, öğretmenlerin EBA ile ilgili yeteri kadar sahibi olma ve EBA'yı kullanabilme açısından sıkıntılar yaşadıkları görülmüştür. Bu yüzden öğretmenler EBA'yı eğitim sürecinde yeteri kadar kullanamamaktadır. Bu sebeple EBA'nın özellik ve sunduğu içerikler bakımından incelenerek analiz edilmesi önem arz etmektedir.

EBA

Eğitim Bilişim Ağı (EBA), Yenilik ve Eğitim Teknolojileri Genel Müdürlüğü tarafından ücretsiz bir şekilde sunulan çevrimiçi bir sosyal eğitim platformu (Eğitim Bilişim Ağı, 2016)'dur. Günümüzde ilköğretim ve ortaöğretim öğrencileri tarafından önemli bir boyutta kullanılan EBA, 2012 yılında yayın hayatına başlamış yenilene zenginleşmiş ve büyük bir içerik hizmetine dönüşmüştür. (Hürriyet Gazetesi, 2016). EBA sistemi, öğretmen ve öğrencilerin kullanabileceği eğitim araçları sunarken aynı zamanda eğitsel içeriklere de yer veren bir sistemdir. EBA öğretmenler için; meslektaşları ile iş birliği yapabilmeleri ve öğrencileriyle eğitsel paylaşımlarda bulunmalarını sağlamak amacıyla tasarlanmıştır. (Eryılmaz ve Ulusoy, 2015).EBA içerisinde, yazı, ses ve resim biçimindeki kaynakların dışında video anlatımı biçimindeki kaynaklarla da karşılaşılabilir. Öğretmen ve öğrenciler EBA aracılığıyla dosya yükleme ve yarışmalar düzenleme, değişik seviyelere uygun dersler, duyurular yapılması ve kullanıcılar tarafından paylaşımların yapılabilme olanağı gibi birçok etkinliğe ulaşılabilir. (Aktay ve Sevim, 2016)

Öğretmenlerimiz; EBA eğitim tartışmalarına katılıp, eğitim alışverişi yapıp, öğrencilerine çalışma gönderebilirler. Öğretmenler, içerik geliştirme araçlarını kullanarak ürettiği e-içeriklerle dünya pazarında yer alabilirler. Zengin e-içerikler sağlayan EBA'nın başarısının, doğrudan FATİH Projesi çalışmalarındaki başarıyı da arttıracığı düşünülebilir (Eryılmaz ve Ulusoy, 2015).

Kendi içerisinde EBA'yı, EBA Ders bölümü ve EBA İçerik bölümü olarak gruplandırabiliriz. EBA ders ekranına EBA şifresi ile giriş yapılmaktadır. Öğretmenler, sisteme EBA öğretmen girişi ile giriş yaptıktan sonra derslere istedikleri sınıf seviyesinde içeriklere, videolara kolaylıkla ulaşılabilirler. Öğretmenler, mesaj paylaşımında bulunabilir, diğer öğretmenlerle faydalı tartışmalara katılabilirler. Dersler menüsünde ise bölümler, konular, sınavlar, prodüksiyonlar, ders listeleri, çalışma takibi ve raporlarla karşılaşırız.

EBA Ders öğretmeni bölümünde etkinlik ve çalışma bölümlerini de görmek mümkündür. Buradan, öğretmen kullanıcılar oluşturup etkinlikler hakkında duyurular yapılabilir. Sınıflarım ve Gruplarım menüsünde, okul bilgilerini güncellemek, yeni dallar eklemek ve yeni gruplar eklemek için seçenekler vardır. Burada eklenen gruplar sayesinde, öğretmenler hangi grup öğrenciye paylaşım yapacağını kolayca önceden belirleyebilirler. Dosyalarım menüsünde ayrıca yeni ekle ve EBA dosya alanlarını da bulmak mümkündür.

EBA dersin kurulum amacı öğrenciler için daha etkili kazanımlar elde etmek ve çalışmalarının karşılığını olumlu bir şekilde almak için tasarlandı. EBA Ders sayesinde öğrenciler, arkadaşları ve öğretmenleri ile iletişim içerisinde olduğu gibi birlikte ders çalışabilir ve hatta paylaşımında bulunabilirler. Buna ek olarak öğrenciler, öğretmenlerinin kendilerine gönderdiği ödev ve alıştırmaları hazırlayabilir belli bir takvim dahilinde çalışmalarını tamamlayabilirler. EBA Ders, öğrenciye istediği zaman istediği konuyu çalışabilme fırsatı da sunar. EBA Ders, öğrencinin sadece okul süresinde değil okul zamanı dışında da öğrencinin eğitim içine katılmasını sağlar.

EBA'da yer alan İçerik ile ilgili Haber, Video, Görsel, Ses, Kitap, Dergi, Doküman gibi bölümlerin kullanılabilmesi için bu menü ekranında yer alır. Öğretmen ve öğrenci sitenin hazırladığı ya da diğer öğretmen ve öğrencilerin hazırlamış olduğu çeşitli içeriklere bu menü sayesinde ulaşır. Bu bölümde yer alan içerik başlıkları ise şöyle sıralanabilir: EBA Haber, EBA Video, EBA Görsel, EBA Ses, EBA E-Kitap, EBA Dergi, EBA Doküman, EBA Yarışma Bölümü, EBA Uygulamalar, EBA E-Kurs, EBA Blog.

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

Araştırma gruplar arası karşılaştırmayı da içeren tarama modeline uygun olarak düzenlenmiştir. Araştırmanın bağımlı değişkenleri öğretmenlerin EBA kullanım düzeyi biçiminde belirlenmiştir. Bağımlı değişken üzerindeki etkisi araştırılan Fatih Projesi içeriğinde kullanılan EBA platformudur. Bağımsız değişkenler cinsiyet, yaş, mesleki deneyim ve öğrenim durumudur.

Evren-Örneklem

Çalışmanın evrenini meslek lisesinde görev yapan 163 öğretmen oluşturmaktadır. Çalışma örnekleminin oluşturulmasında ulaşılabilecek örneklem büyüklüğü Büyüköztürk ve diğerleri (2012) tarafından önerilen eşitlik ile hesaplanmıştır. Sürekli değişkenlerde örneklem büyüklüğü tahmini aşağıda gösterilmiştir:

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

$n_0 = (t^2 PQ) / d^2$ eşitliği ile hesaplanmakta ve p anlamlılık değeri 0,05 alındığında, pq=0,25 olacağından ve

tabloda karşılık gelen t değeri 1,96 olduğundan 0,05 anlamlılık düzeyinde $n_0=384,16$ olarak hesaplanmaktadır (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz, Demirel, 2012, S. 93). Formülde öğretmen ve öğrenciler örneklemini

hesaplamak için yerine n_0 konulduğunda;

$$n = \frac{384,16}{1 + \frac{384,16}{163}} = 114,67 = 115 \quad (\text{öğretmen örneklemini})$$

olarak hesaplanmıştır. Meslek liselerinde görev yapan 90 öğretmene ulaşılmıştır. Bu bağlamda seçilen örneklemin evreni temsil edebilecek yeterliliğe sahip olduğu görülmektedir.

Verilerin Toplanması

Veri toplama araçları

Öğretmenler den EBA'ya ilişkin kullanım düzeylerini belirlemek amacıyla hazırlanan anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde kişisel bilgiler içeren ilk 5 madde; cinsiyet, yaş, mesleki deneyim ve öğrenim durumu yer almaktadır. Devamında Fatih Projesi ve EBA hakkında "Evet"- "Hayır" seçeneği üç madde yöneltilmiştir. EBA hakkındaki görüşleri belirlemeye yönelik (9. madde), EBA kullanım düzeylerini belirlemeye yönelik (10. madde), ile anket tamamlanmıştır. Öğretmen anketini cevaplayanlar düşünce ve değerlendirmelerini 9. ve 11. Bölümde "Kesinlikle Katılmıyorum", "Katılmıyorum", "Kararsızım", "Katılıyorum", "Kesinlikle Katılıyorum"; 10. bölümlerinde ise "Hiç", "Nadiren", "Ara sıra", "Çoğu Zaman", "Sık Sık" seçeneklerinden birini seçmişlerdir. Bu ankette yer alan ifadelerle katılma derecesine göre aralık genişliği; Tekin (2014) formülünden "dizi genişliği/yapılacak grup sayısı"(5-1=4 => 514/5= 0.80) ile hesaplanarak, araştırma bulgularının değerlendirilmesinde aritmetik ortalama;

- 1,00 – 1,80 Kesinlikle katılmıyorum
- 1,81 – 2,60 Katılmıyorum
- 2,61 – 3,40 Kararsızım
- 3,41 – 4,20 Katılıyorum
- 4,21 – 5,00 Kesinlikle katılıyorum şeklinde belirlenmiştir.

Verilerin Analizi

Verilerin analizi SPSS paket programı kullanılarak elde edilmiştir. Betimsel istatistiklerde frekans (f), yüzde (%), aritmetik ortalama (X) ve standart sapma (SS) kullanılmıştır. Öğretmenlerin demografik bilgileri ile EBA kullanım düzeyleri arasındaki ilişkilerinin incelemek amacıyla T-testi ve Tek Faktörlü Varyans (One-Way ANOVA) ve Korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir.

Geçerlik ve Güvenirlik

Veri toplama aracı olarak kullanılan anketin uzman değerlendirme formu sonucunda Kapsam Geçerlilik İndeksi her bir alt boyut için 0,84 ile 0,90 arasında çıkmıştır. Kapsam geçerlilik ölçütü 10 uzman için 0,62 gerekmede olup, düşük değere sahip maddeler anketten çıkarılmıştır. Kullanılan anket için kapsam geçerlik indeksleri (KGI>0,62) olduğundan anketin kapsam geçerliliği istatistiksel olarak anlamlıdır (Veneziano ve Hooper,1997; akt. Yurdugül, 2005).

Anketin güvenilirliği güvenirliliği için iç tutarlılık katsayısına (Cronbach Alpha) bakılmıştır. Güvenirlik katsayısı, ölçme sonuçlarının hatalardan arınlığı ölçüsünde üst sınıra(+1,00) yaklaşır (Tekin,2014). Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayıları alt boyutlar için ayrı ayrı belirlenmiş olup (0,702-0,858) arasında değerler almıştır.

BULGULAR

Öğretmenlerin EBA'yı kullanım düzeylerini incelemek amacıyla yapılan betimsel analiz sonuçları Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Öğretmenlerin EBA Kullanım Düzeylerine İlişkin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Görüşler	Min.	Max.	\bar{X}	SS
görsel ve işitsel materyallerden yararlanırım	1,00	5,00	3,51	0,36
dergi/kitap gibi yazılı kaynakları incelerim	1,00	5,00	2,90	0,41
video/animasyon materyallerinden faydalanırım	1,00	5,00	2,62	0,70
simülasyon(benzetim) uygulamalarını kullanırım	1,00	5,00	2,63	0,98
test sorularından yararlanırım	1,00	5,00	3,68	0,56
güncel olayları takip ederim	1,00	4,00	2,870	0,13
çektığım videoyu paylaşıyorum	1,00	4,00	2,98	0,83
eğitsel oyun oynarım	1,00	5,00	2,67	0,86
deney uygulamalarından faydalanırım	1,00	4,00	2,38	0,85
proje araştırmalarından faydalanırım	1,00	5,00	2,47	0,85
sosyal ağ yapısıyla bilgi alışverişinde bulunurum	1,00	5,00	2,67	0,96
hazırladığım etkinliği paylaşıyorum	1,00	4,00	2,86	0,34
ders materyali indirip, üzerinde değişiklik yapabilirim	1,00	5,00	2,91	0,35
dersimle ilgili içerik geliştirebilirim	1,00	5,00	2,94	0,67
öğrencilerimin kullanmaları için özendiririm	1,00	5,00	3,01	0,69

* 1,00-1,80 Hiç, 1,81-2,60 Nadiren, 2,61-3,40 Ara sıra, 3,41-4,20 Çoğu zaman, 4,21-5,00 Sık sık

Tablo 1 incelendiğinde öğretmenlerin EBA kullanım düzeylerine ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri incelendiğinde öğretmenler EBA'yı en az deney uygulamalarında kullanırken, EBA'yı en sık test sorularından ve görsel ve işitsel materyallerden yararlanma için kullanmaktadırlar.

Tablo 2'de katılımcıların cinsiyetlerine ilişkin dağılımı verilmiştir.

Tablo 2.Öğretmenlerin Cinsiyetlerine İlişkin Bulgular

Cinsiyet	N	%
Erkek	52	57,7
Kadın	38	42,3
Toplam	90	100,0

Tablo 2 incelendiğinde öğretmenlerinin 52'sini (%57,7) erkek 38'ini (% 42,3) kadın bireyler oluşturmaktadır. Örneklem grubu cinsiyet açısından birbirine yakın oranlarda dağılmıştır.

Katılımcıların cinsiyetine göre EBA kullanma düzeyleri T-testi ile analizi edilmiş ve sonuçlar Tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 3.Öğretmenlerin Cinsiyet Değişkenlerine Göre EBA Kullanım Düzeyleri

Cinsiyet	N	\bar{X}	SS	t	p
Erkek	52	2,31	0,25	-0,213	0,631
Kadın	38	2,45	0,54		

Tablo 3 incelendiğinde öğretmenlerin cinsiyetine göre EBA kullanma düzeylerinde anlamlı bir farklılık saptanamamıştır ($p>0.05$).

Tablo 4’de katılımcıların yaşlarına ilişkin dağılımı verilmiştir.

Tablo 4.Öğretmenlerin Yaşlarına İlişkin Bulgular

Yaş	N	%
21-25	21	23,3
26-30	24	26,6
31-35	26	28,9
36-40	11	12,3
41 ve üzeri	8	8,9

Tablo 4 incelendiğinde öğretmenlerin 21’i (% 23,3) 21-25 yaşında, 24’ü (% 26,6) 26-30 yaşında, 26’sı (% 28,9) 31-35 yaşında, 11’i (% 12,3) 36-40 yaşında ve 8’i (% 8,9) 40 ve üzeri yaştadır. Tabloya bakıldığı zaman öğretmenlerinin büyük bir kısmını 35 yaş altı öğretmenlerden oluştuğu görülmektedir.

Katılımcıların yaşına göre EBA kullanma düzeyleri ANOVA ile analizi edilmiş ve sonuçlar Tablo 5’de verilmiştir.

Tablo 5.Öğretmenlerin Yaşına Göre EBA Kullanım Düzeyleri

Yaş grubu	N	\bar{X}	SS	F	p
21-25	21	2,32	,48	1,035	0,390
26-30	24	2,43	,57		
31-35	26	2,37	,44		
36-40	11	2,20	,55		
41 ve üzeri	8	2,39	,57		
Toplam	90	2,35	,52		

Tablo 5 incelendiğinde öğretmenlerin yaşları ile EBA kullanım düzeyleri karşılaştırıldığında en düşük ortalamaya sahip örneklem grubu 2,20 ortalama ile 36-40 yaş ve en yüksek ortalamaya sahip olan örneklem grubu ise 2,43 ortalama ile 26-30 yaş grubudur. Öğretmenlerin yaşına göre EBA kullanma düzeylerinde anlamlı bir farklılık saptanamamıştır ($p= ,390$), ($p>0.05$).

Tablo 6’da katılımcıların mesleki deneyim dağılımı verilmiştir.

Tablo 6.Öğretmenlerin Mesleki Deneyimlerine İlişkin Bulgular

Mesleki Deneyim	N	%
1-5 yıl	43	47,7
6-10 yıl	26	28,9
11-15 yıl	11	12,3
16-20 yıl	10	11,1
Toplam	90	100,0

Tablo 6 incelendiğinde öğretmenlerin mesleki deneyimlerinin 43’ünün (% 47,7) 1-5 yıl, 26’sının (% 28,9) 6-10 yıl, 11’inin (% 12,3) 11-15 yıl ve 10’unun (% 11,1) 16-20 yıldır. Çalışma dahil edilen öğretmen grubunun büyük bir kısmı mesleğinin ilk 5 yılı içerisinde.

Katılımcıların mesleki deneyimlerine göre EBA kullanma düzeyleri ANOVA ile analizi edilmiş ve sonuçlar Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. Öğretmenlerin Mesleki Deneyimlerine Göre EBA Kullanım Düzeyleri

Mesleki Deneyim	N	\bar{X}	Ss	F	p
1-5 yıl	43	2,34	,49	0,693	0,440
6-10 yıl	26	2,37	,36		
11-15 yıl	11	2,49	,59		
16-20 yıl	10	2,29	,59		
Toplam	90	2,35	,41		

Tablo 7 incelendiğinde öğretmenlerin mesleki deneyimlerine göre EBA kullanım düzeyleri en düşük ortalamaya sahip örneklem grubu 2,29 ortalama ile 16-20 yıl ve en yüksek ortalamaya sahip olan örneklem grubu ise 2,49 ortalama ile 11-15 grubudur. Öğretmenlerin mesleki deneyimlerine göre EBA kullanma düzeylerinde anlamlı bir farklılık saptanamamıştır ($p= ,440$), ($p>0.05$).

Tablo 8’de katılımcıların öğrenim durumuna ilişkin dağılımı verilmiştir.

Tablo 8. Öğretmenlerin Öğrenim Seviyelerine İlişkin Bulgular

Öğrenim Durumu	N	%
Lisans	77	85,6
Lisansüstü	13	14,4
Toplam	90	100,0

Tablo 8 incelendiğinde öğretmenlerin 77’si (% 85,6) lisans ve 13’ü (% 14,4) lisansüstü mezundur.

Katılımcıların öğrenim durumuna göre EBA kullanma düzeyleri T-testi ile analiz edilmiş ve sonuçlar Tablo 9’da verilmiştir.

Tablo 9. Öğretmenlerin Öğrenim Durumlarına Göre EBA Kullanım Düzeyleri

Öğrenim Durumu	N	\bar{X}	SS	t	p
Lisans	77	2,38	0,43	1,856	1,856
Lisansüstü	13	2,21	0,28		

Tablo 9 incelendiği zaman araştırmaya katılan öğretmenlerin öğrenim durumları ile EBA kullanım düzeyleri karşılaştırıldığında en düşük ortalamaya sahip örneklem grubu 2,21 ortalama ile yüksek lisans ve en yüksek ortalamaya sahip olan örneklem grubu ise 2,38 ortalama ile lisans grubudur. İki değişken arasında anlamlı bir farklılık saptanamamıştır ($p= 0,065$), ($p>0.05$).

TARTIŞMA VE SONUÇ

Araştırmanın bulguları değerlendirildiğinde meslek lisesi öğretmenlerinin cinsiyetine, yaşına, mesleki durumuna ve öğrenim durumuna göre EBA kullanım düzeyleri anlamlı farklılık göstermemiştir. Alabay ve Taşdelen (2017)’nin çalışmasında da aynı sonuçlara ulaşılmıştır. Diğer yandan Kurtdeğede Fidan, Erbasan ve Kolsuz (2016)’nin çalışmasında öğretmenlerin EBA kullanım düzeyleri öğretmenlerinin cinsiyetine, mesleki durumuna ve öğrenim durumuna göre anlamlı farklılık göstermemiştir. Kurtdeğede Fidan, Erbasan ve Kolsuz (2016)’nin çalışmasında sınıf öğretmenlerinin EBA’yı sıklıkla kullanmadıkları sonuçlanmıştır. Ancak öğretmenlerin görüşlerinin EBA’nın kullanışlı, etkili ve verimli bir site olduğu yönünde olduğu anlaşılmıştır. Çakmak ve Taşkıran (2017) Bu bulgular ışığında genel olarak EBA platformunun faydalı ve öğrenmede kolaylık sağladığı ancak gerekli alt yapıların henüz tamamlanmasından dolayı yeteri derecede istifade edilmediği belirtilmektedir. Tanrıku (2017) EBA içeriklerinin yeterliliğine yönelik öğretmen görüşlerini tespit etmeyi amaçladığı çalışmada EBA içeriklerinin öğrenme alanlarını karşılamada yetersiz olduğu belirlenmiştir. Konuşma, dinleme, okuma, yazma ve dil bilgisi alanlarının her birine yönelik hazırlanan içeriklerin istenilen düzeyde olmadığı, dinleme ve yazma alanlarına yönelik içeriklerin diğerlerine oranla daha yetersiz olduğu bulgularda görülmüştür.

FATİH projesinin alt bileşeni olan EBA’da eğitsel açıdan öğretmen ve öğrencilere sunulan içeriklerin olduğu görülmektedir. EBA kullanımının artması hedeflenen amaca ulaşması en büyük eğitim projesi olan FATİH’in de hedeflere ulaşması açısından oldukça önemlidir. Bu bağlamda meslek öğretmenlerin EBA hakkındaki görüşleri de önemli bir yer tutmaktadır. Çalışmaya dahil edilen öğretmenlerin 52’sini (%57,7) erkek 38’ini (% 42,3) kadın bireyler oluşturmaktadır. Örneklem grubu cinsiyet açısından birbirine yakın oranlarda dağılmıştır.

Çalışmaya dahil edilen öğretmenlerin branşı 4’ünün büro yönetimi, 8’inin Muhasebe ve Finansman, 25’inin Bilişim Teknolojileri, 20’sinin Çocuk Gelişimi, 2’sinin Hasta ve Yaşlı Bakımı, 4’ünün Aile ve Tüketici Hizmetleri,

4'ünün Adalet, 3'ünün Güzellik ve Saç bakım hizmetleri, 4'ünün Tesisat, 4'ünün Elektrik ve Elektronik Teknolojileri, 4'ünün Yiyecek İçecek Hizmetleri, 2'sinin El Sanatları, 3'ünün Moda Tasarımı Teknolojileri ve 3'ünün Sağlık Hizmetleri öğretmenleri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Meslek öğretmenlerinin EBA da ders içerikleri ile ilgili ihtiyaçlarını karşılayıp karşılamadığı konusunda kararsız kalmışlardır. Bu durum, Altın(2014)'nın "Öğrenci, öğretmen, yönetici ve veli bakış açısıyla FATİH projesinin incelenmesi" adlı çalışması sonucuyla benzerlik göstermiştir. Öğretmenler, "Öğrencilerin dikkatini uzun süre tutabilmekteyim" maddesine "katılmıyorum" cevabı vermişlerdir. Bunun sebebi ankette yer alan "EBA derslere yönelik ilgiyi artırıyor" sorusuna verdikleri "katılmıyorum" cevabı ile ilişkili olduğu düşünülebilir. EBA'nın derslerde öğretmenler tarafından çok fazla kullanılmadığı görülmüştür. "EBA'nın eğitimin iyileşmesine ve kalitesine katkıda bulunacağına inanıyorum" sorusuna verdikleri "kararsızım" cevabı ile ilişkili olduğu düşünülebilir. Öğretmenlerin, "EBA ile bilgiye kolay erişebiliyorum" konusunda "kararsızım" ile "katılıyorum" seçenekleri arasında kaldıkları görülmüştür. Çalışmaya katılan öğretmenlerin EBA'nın öğretmenin yeni ders aracıdır konusunda kararsız kaldıkları belirlenmiştir. "EBA kullandığım derslerde katılım geleneksel yöntemlere göre daha fazla oluyor" konusunda "kararsızım" ve "katılmıyorum" seçenekleri arasındaki yığılma ile ilişkilendirilebilir. Araştırmaya katılan öğretmenlerin EBA kullanım düzeylerine ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri incelendiğinde öğretmenler EBA'yı en çok Test Sorularından ve görsel ve işitsel materyallerden yararlanma için kullandıkları belirlenmiştir.

KAYNAKÇA

- Alabay, A., & Taşdelen, V. (2017). Ortaöğretim öğretmenlerinin ve öğrencilerinin EBA (eğitimde bilişim ağı) kullanımına ilişkin görüşleri üzerine bir araştırma. *Özel Sayı-2017*, 27.
- Akkoyunlu, B. (1998). Eğitimde teknolojik gelişmeler. Özer, B. (Ed.): Çağdaş eğitimde yeni teknolojiler (s. 3–12). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Aktay, S. & Keskin, T. (2016). Eğitim Bilişim Ağı (Eba) İncelemesi, eğitim Kuram ve Uygulama Araştırmaları Dergisi, Cilt 02, Sayı 03 27-44.
- Altın, H. M., & Kalelioğlu, F. (2015). Fatih Projesi ile İlgili Öğrenci ve Öğretmen Görüşleri. *Başkent University Journal of Education*, 89-105.
- Baz, F. Ç. (2015). Eğitici Formatör Öğretmenlerin Mesleki ve Kişisel Anlamda FATİH Projesine Bakışı. *Amasya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 208-219.
- Çakmak, Z., & Taşkıran, C. (2017). Sosyal bilgiler öğretmenlerinin perspektifinden eğitim bilişim ağı (EBA) platformu. *Uluslararası Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 2017(9), 284-295.
- Demirel, Ö. (2011). Öğretme sanatı. Ankara: Pegem Akademi.
- Eğitim Bilişim Ağı (2016). EBA Hakkında. <http://www.eba.gov.tr/hakkimizda> sayfasından ulaşılmıştır.
- Erden, M. K., & Seferoğlu, S. S. (2015). Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi (BÖTE) Bölümü Öğrencilerinin Bölümlerine Yönelik Algılarının İncelenmesi. *Eğitim Teknolojileri Araştırmaları Dergisi*, 1-20.
- Eryılmaz, S., & Uluyol, Ç. (2015). 21. Yüzyıl Becerileri Işığında FATİH Projesi Değerlendirmesi. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 209-229.
- Gök, A., & Yıldırım, Z. (2015). FATİH Projesi'nin Öğretmenler, Okul Yöneticileri ve YEĞİTEK Yöneticileri Görüşleri Kapsamında İncelenmesi: Bir Çoklu Durum Çalışması. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 487-504.
- Gök, V. (2019). *Fatih Projesi Kapsamında Fizik Dersi Isı ve Sıcaklık Konusunda Akıllı Cihaz Uygulaması Geliştirme*. Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Hürriyet Gazetesi (2016). MEB'in eğitim programı EBA tanıtıldı. <http://www.hurriyet.com.tr/meb-egitimprogrami-eba-tanitildi-30256965> sayfasından ulaşılmıştır.
- İslamoğlu, H., Ursavaş, Ö. F., & Reisoğlu, İ. (2015). FATİH Projesi Üzerine Yapılan Akademik Çalışmaların İçerik Analizi. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 161-183.
- Kenar, İ., Köse, M., & Demir, H. İ. (2015). Kırsal ve Kentsel Kesimdeki Öğrenci Velilerinin Teknoloji ve Derslerde Teknoloji Kullanımına Yönelik Tutumlarının Değerlendirilmesi: Kütahya İli Örneği. *Kuramsal Eğitimbilim Dergisi*, 581-596.
- Kurtdede Fidan, N., Erbasan, Ö., & Kolsuz, S. (2016). Sınıf öğretmenlerinin eğitim bilişim ağı'ndan (EBA) yararlanmaya ilişkin görüşleri. *Journal Of International Social Research*, 9(45).
- MEB. (2016, 6 13). fatihprojesi.meb.gov.tr. <http://fatihprojesi.meb.gov.tr/proje-hakkinda/> sayfasından ulaşılmıştır.
- Vatanartıran, S., & Karadeniz, Ş. (2015). A Needs Analysis for Technology Integration Plan: Challenges and Needs of Teachers. *Contemporary Educational Technology*, 206-220.
- Vural, B. (2004). *Eğitim-Öğretimde Teknoloji ve Materyal Kullanımı*. İstanbul: Hayat.

MOBILE LEARNING MOTIVATION AND MOBILE SELF-EFFICACY OF PRE-SERVICE TEACHERS

Kübra OKUMUŞ DAĞDELER
Sivas Cumhuriyet University, Turkey
kokumus@cumhuriyet.edu.tr
ORCID: 0000-0002-3781-3182

Burak DELİCAN
Tokat Gaziosmanpaşa University, Turkey
burak.delican@gop.edu.tr
ORCID: 0000-0003-3187-0001

ABSTRACT

This study aimed at identifying mobile learning motivation and mobile self-efficacy level of pre-service teachers and relationship between mobile learning motivation and mobile self- efficacy. Concerning these aims, it adopted correlational design, which was one of the quantitative research approaches. 337 pre-service teachers were included in the study through convenience sampling. The participants were surveyed through two data collection tools which were Mobile Learning Motivation Scale (Okumuş Dağdeler, 2018) and Mobile Self-Efficacy Measure which was adapted from Computer Self-Efficacy Measure (Compeau & Higgins, 1995). The results showed that the pre-service teachers had a moderate and high level of mobile learning motivation and mobile self-efficacy. The mobile learning motivation and self-efficacy level of participants did not show any difference according to gender and field, while significant difference was observed in terms of mobile usage frequency. Furthermore, a linear positive correlation between mobile self-efficacy and mobile learning motivation was found. The regression analysis showed that mobile learning motivation was a significant predictor of mobile self-efficacy.

Key words: mobile learning, mobile-self efficacy, mobile learning motivation, pre-service teachers

INTRODUCTION

The qualifications of teachers have been traditionally assessed through their professional knowledge which has three types: pedagogical knowledge, content knowledge, and pedagogical content knowledge. However, the era of information and technology has updated these qualifications. The classic model of professional knowledge is not sufficient to be an effective teacher today. Instructional planning, professionalism, learning environment, assessment, instructional delivery are some other main areas that a teacher should master (Stronge, 2018). Furthermore, some extra roles such as communicator, the learner, visionary, model, leader, adaptor, collaborator and risk-taker (Selli, 2017) are casted to teachers. In order to perform these roles successfully, teachers need some skills and affective behaviors such as motivation. Teachers are “transformational leaders” and “engine of this transformational drive” (p.3) of classrooms as they are in the best place for shaping them, and the thing that will provide this transformation is their motivation (Dörnyei & Kubanyiova, 2014). Thus, teacher motivation is also essential like student motivation for an effective educational environment. Not only motivation but also self-efficacy is crucial in this environment as people will have a more enhanced performance, creativity and persistence when they have self-efficacy for the action (Ryan & Deci, 2000a). Moreover, teachers require to have digital competence and knowledge nowadays when technology is interwoven in education. Being one of the latest theories combining education and technology, mobile learning has been affecting profoundly the learning processes. Considering this importance and potential relation between mobile learning, self-efficacy and motivation, this study examined the correlation between mobile self-efficacy and motivation for mobile learning which were addressed in the next section.

PEDAGOGICAL FRAMEWORK AND RELATED STUDIES

Mobile learning

Mobile learning presents new opportunities that surpass traditional practice, so it can be seen an obtrusive and transforming force (Kukulka-Hulme, 2019). Due to this force, it has taken its place in theory (research) and practice (classrooms) after the introduction and prevalence of mobile technologies. Early on, mobile learning, which is abbreviated as m-learning, is defined as any learning process using mobile devices in mobile environments (Trifonova, 2003; Ally, 2009; Colazza et al, 2003). However, it has been understood that there are some other “mobile” points other than technology in m-learning. According to MOBILEarn project (cited in Sharples et al., 2005), “it is the learner that is mobile, rather than the technology”. Similarly, El-Hussein and Cronje (2010) describe three areas of mobile learning which are mobility of technology, mobility of learning and mobility of learners. They define m-learning as “any type of learning that takes place in learning environments and spaces that take account of the mobility of technology, mobility of learners and mobility of learning” (ibid, p.20). Kukulka-Hulme and Shield (2008) define m-learning as learning “anywhere and anytime”. It seems that using

mobile devices for learning is not enough to describe m-learning. On the other hand, mobile devices are required to provide the mobility of learner and learning in that the situation of “anywhere and anytime” learning. M-learning unites the knowledge and techniques of conventional learning environments with the innovative characteristics of mobile devices in order to create an effective learning process (Khan & Gupta, 2021).

As m-learning is a new field of research, much attempt has been initiated in order to conceptualize it. Some researchers try to understand it by relating it to some previous theories such as Behaviorism, Constructivism, Blended Learning, Collaborative Learning, Active Learning, Situated Learning, Problem-based Learning, Conversational Learning, Socio-cultural Theory, Connectivism, Informal and Life-long Learning and Context Aware Learning (Taylor et al, 2006; Keskin & Metcalf, 2011; Özdamlı, 2012). M-learning benefits from these theories while forming its own theory. Some researchers try to present a pedagogical framework for m-learning. For instance, Park (2011) suggests four type of mobile-learning activities which are (1) high transactional distance socialized m-learning, (2) high transactional distance individualized m-learning, (3) low transactional distance socialized m-learning, and (4) low transactional distance individualized m-learning. Park (2011) grounds his pedagogy on transactional distance theory which is related to distance education. According to this theory, in distance education the learners and teachers are not only physically distant from each other but also psychologically (Moore, 1997). Moore (2007) defines transactional distance as “interplay of teachers and learners in environments that have the special characteristics of their being spatially separate from one another” (Moore 2007, p. 91). Based on this theory and the individuality and collaboration dichotomy of m-learning, Park (2011) categorizes m-learning into four types. The first type of m-learning which is high transactional distance socialized m-learning includes more psychological and communication space with instructors, group projects providing collaboration, predetermine program via mobile devices for learning materials and activities, and transactions mostly among the learners. In the second type which is low transactional distance socialized m-learning, we see again the psychological and communication space but here the transactions are mostly seen between content and learner. According to Park (2011), this type of m-learning is an extension of e-learning which is affected by context. Low transactional distance and socialized m-learning includes less psychological and communication space, not strictly structured instruction, social interaction, frequent communication, and group works trying to achieve a common goal. Lastly, low transactional distance individualized m-learning includes less psychological and communication space; it is not strictly structured instruction like type 3 but it differs from it in terms of individuality. This type involves interaction with the instructors who have control and lead the learners. Like Park (2011), Kearny et al. (2012) suggests three constructs that characterize the pedagogy of m-learning. These constructs are authenticity, collaboration and personalization. Personalization highlights self-regulation, autonomy, agency and learner choice. M-learning provides collaboration as it enhances peer interaction and feedback from instructors thanks to shared conversational space of mobile devices. Lastly, real-life practices, participatory and situated learning is emphasized in the construct of authenticity.

These frameworks imply that m-learning is not only related to presenting information through mobile devices but also to many other aspects of cognitive, affective and psychomotor domains of learning. As m-learning has also technological aspect, affective behaviors such as self-efficacy and motivation gain more importance as learners can be grouped as digital literate and non-literate who may not have sufficient technological skills and positive attitudes towards technology.

Mobile self-efficacy and motivation

Motivation is “a state of cognitive and emotional arouse, which leads to a conscious decision to act, and which gives rise to a period of sustained intellectual and/or physical effort, in order to attain a previously set goal (or goals)” (Williams & Burden, 1997; p. 23). Motivation is about a person’s “choice of a particular action, his/her persistence with it and her effort expended on it” (Dörnyei & Ushioda, 2012; p.4). According to Ryan and Deci (2000b) people can differ from each other in terms of level of motivation and motivation type. A classification of motivation that is mostly seen in literature is the dichotomy of intrinsic and extrinsic motivation. While intrinsic motivation is acting something out as “it is inherently interesting or enjoyable” (Ryan & Deci, 2000b, p. 55), extrinsic motivation is doing the action as it causes “a separable outcome” (ibid). Extrinsic motivation is related to external factors such as wishes to be awarded or appraisals for doing an action. On the other hand, intrinsic motivation comprises one’s own good feeling for doing an action. It is general thought that extrinsic motivation is less desired than intrinsic motivation. Lepper and Hodell (1989) address four sources of intrinsic motivation which are challenge, curiosity, control and fantasy (cited in Pintrich & Schunk, 2002). If the activities for the students are challenging, they feel more capable, which leads to a high self-efficacy. Some interesting or incongruous information that is different from what the students already know promotes curiosity which is another source of motivation. Personal control on learning activities and intrinsic motivation have a positive correlation, and control enhances also self-efficacy. Finally, make-believe activities for students and fantasy will result in higher intrinsic motivation (Pintrich & Schunk, 2002). According to Pintrich and Schunk (2002), intrinsically motivated students practice and organize new information and relate it to their previous knowledge and use it in various context. These students also feel more efficacious. This process in a circular way as high self-efficacy enhances intrinsic

motivation (Bandura, 1986, 1993). Cognitive self-motivation is mediated by affective self-evaluation, perceived self-efficacy and personal goal setting (Bandura, 1986). Ryan and Deci (2000a) also believe that people will have a more enhanced performance, creativity and persistence when they have self-efficacy for the action.

The abovementioned studies show that there is a strong relation between motivation and self-efficacy. Self-efficacy is people's belief in their skills required to perform the action (Bandura, 1977). According to Bandura and Adams (1977), self-efficacy affects individuals' effort and persistence in their experiences and obstacles that they face. High level of self-efficacy enhances more coping efforts. Thus, it is important to have high-level of self-efficacy what we need or want to achieve. Considering these findings, this study aimed at adapting this relation to mobile learning motivation and mobile-self efficacy.

The term of self-efficacy of Bandura (1977) has been adapted to technology in order to describe the technological efficacy of individuals sparking off the emergence of the concepts of "computer self-efficacy", "internet self-efficacy" and "mobile self-efficacy". Computer self-efficacy is the beliefs in one's own ability to use a computer (Compeau & Higgins, 1995) and internet self-efficacy is the personal judgement of ones' "capabilities to organize and execute courses of Internet actions required to produce given attainments" (Hsu & Chiu, 2004; p.369). In parallel with them, mobile self-efficacy (MSE) has been defined as "the judgment of one's capability to use a mobile device and its associated services, as well as judgment of the ability to apply those skills to broader tasks" (Lee & Hsieh, 2009, cited in Oakley & Palvia, 2012; p. 3). According to Keith et al (2011), as self-efficacy shows the belief in one's skills not the skill itself, it is important to understand the attitudes of learners towards mobile learning for comprehension of mobile self-efficacy. The research shows that the learners that have high level of self-efficacy have positive attitudes towards mobile learning. (Tsai et al., 2010; Yang, 2012, Nikolopoulou & Gialamas, 2017; Yorganci, 2017). Like attitudes, MSE has also correlation with mobile device infusion, personal innovativeness, readiness towards m-learning, use intention, perceived ease of use, experience of technology use, learning achievement, perceived usefulness, smartphone and technology acceptance, and life-long learning attitudes of learners (Chen et al, 2011; Oakley & Palvia, 2012; Mahat et al, 2012; Ayub et al, 2018; Yorganci, 2017; Chen, 2019; Bakhsh et al. , 2017; Hsiao & Chen, 2015; Liaw & Huang, 2015; Mac Callum & Jeffrey, 2013; Gan & Balakrishnan, 2017, Karaoğlan Yilmaz, et al., 2018). The literature shows that mobile self- efficacy is in a relation with various variables. However, there is limited study on the correlation between mobile self-efficacy and mobile motivation although self-efficacy and motivation affect each other in their core concept. Moreover, the literature is lack of studies investigating pre-service teachers' mobile learning motivation and self-efficacy levels although there are some survey and experimental studies on students' motivation and self-efficacy for mobile learning (Olasina, 2012; Ciampa, 2013; Asplund, 2014; Lawrence, 2015; Huang et al. 2016; Okumuş Dağdeler, 2018; Nikou & Economides, 2018; Sari & Nurcahyo; 2018) In order to fill these gaps in literature, this study searched answers for those research questions:

1. What is the pre-service teachers' motivation level for mobile learning?
 - a. Does pre-service teachers' mobile learning motivation differ significantly in terms of their gender, field, grade and mobile application usage level and frequency?
2. What is the pre-service teachers' self-efficacy level for mobile learning?
 - a. Does pre-service teachers' mobile self-efficacy differ significantly in terms of their gender, field, grade and mobile application usage level and frequency?
3. What is the relationship between pre-service teachers' mobile learning motivation and mobile self-efficacy perceptions?
4. Is pre-service teachers' mobile learning motivation a meaningful predictor of their mobile self-efficacy?

METHODOLOGY

The relationship between pre-service teachers' mobile learning motivation and mobile self-efficacy perceptions was questioned in this study. The studies aiming at determining the presence or degree of co-change between two or more variables are carried out within the scope of correlational models (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz, & Demirel, 2017). Thus, the correlation between pre-service teachers' mobile learning motivations and mobile self-efficacy was revealed through correlational design with a descriptive perspective in accordance with the structure of quantitative research.

Population and sampling

The population of the research consists of pre-service teachers. Convenience sampling method was benefited to determine the sample and pre-service teachers studying at the education faculties of Sivas Cumhuriyet University, Tokat Gaziosmanpaşa University and Ondokuz Mayıs University were included in the study. During the research process, 382 pre-service teachers voluntarily expressed their views on their mobile learning motivations and mobile self-efficacy. As a result of the preliminary examination, it was observed that the data obtained from 337 pre-service teachers could be evaluated. The distribution of participants as to their gender, grade and field was presented in Table 1

Table 1: Distribution of participants in terms of gender, grade and field

Gender	n	%	Field	n	%	Grade	n	%
Male	51	%15.1	English Language Teaching	101	%30.0	1	45	%13.4
Female	286	%84.9	Pre-school Teaching	100	%29.7	2	166	%49.3
Total	337	%100	Elementary School Teaching	58	%17.2	3	67	%19.9
			Social Sciences Teaching	21	%6.2	4	59	%17.5
			Turkish Language Teaching	23	%6.8	Total	337	%100
			Other	34	%10.1			
			Total	337	%100			

Table 1 showed that the number of female pre-service teachers was higher than the male pre-service teachers. When the data of the Higher Education Council were examined, it was seen that there was a similar situation in terms of gender in education faculties (Higher Education Council, 2020).

Data Collection Instruments

Mobile Learning Motivation Scale (MLMS, hereafter) developed by Okumuş Dağdeler (2018) and Computer Self-Efficacy Measure developed by Compeau & Higgins (1995) and adapted to the mobile technology with the name of Mobile Self-Efficacy Measure (MSEM, hereafter) were used as the data collection instruments. In addition, a part where participants could specify their demographic information were created in the online survey in order to evaluate mobile learning motivations and mobile self-efficacy of pre-service teachers in terms of various variables such as gender, field, grade and level of mobile technology usage.

The validity and reliability studies of the MLMS were conducted, and it was found that the tool measured the mobile learning motivation with 17 items collected under 1 factor and explained 48.97% of the total variance. Cronbach Alpha reliability coefficient of the scale was 0.93. These results showed that the MLMS carried out valid and reliable measurements (Okumuş Dağdeler, 2018). The other scale used in the research process was the MSEM that was adapted from Computer Self-efficacy Measure (Compeau & Higgins, 1995). The scale was used, changing just the word of “computer” with “mobile learning”. Computer Self-Efficacy measure consisted of 10 items with 5 factors. Cronbach Alpha reliability coefficient of the whole scale was 0.87, which shows that it was a reliable scale.

Both scales were added to Google Forms. Firstly, the form was reviewed by two researchers, and then a pilot was done with 15 pre-service teachers. Based on this pilot phase, difficulties and problems (typing errors, narration errors, problems caused by the Google Forms application) were detected and corrected. Pre-service teachers were informed about the purpose of the research and how the research would use their answers. Pre-service teachers who confirmed to participate in this study voluntarily were expected to fill in the data collection instrument by accessing the relevant link. Data collection process continued between October 2019 - October 2020 due to the limitations of remote access. It was determined that a total of 382 data entries were made in Google Forms in this duration.

Data analysis

In order to analyze the data, data set including 382 participants was put into computer environment in Microsoft Office Excell format after retrieving from Google Forms. It was transferred to the SPSS 18 program. Before analysis, incorrect, extreme or duplicate data in the set were determined and it was decided not to include them in the research process. Thus, it was agreed on including the opinions of 337 pre-service teachers. Firstly, it was tested whether the data set met the normality assumption. In the Kolmogorov - Smirnov test results, it was observed that p values were below the level of 0.05. This situation can be interpreted as the data set did not show a normal distribution. However, Çokluk, Şekercioğlu, and Büyüköztürk (2012) state that as the sample size increases, the probability of small differences to be significant also increases. For this reason, kurtosis, skewness coefficients, stem leaf plot, Q-Q plot and mean, mode, median values of the data were examined. These values related to MLMS and MSEM were presented in Table 2.

Table 2: Descriptive statistics on data set

Scale	N	Number of item	Mean	Median	Mode	Std. Deviation	Skewness	Kurtosis
MLMS	337	17	65.37	66.50	65	0.57	-0.17	-0.52
MSEM	337	10	35.03	34.40	35	0.32	0.12	-0.30

Table 2 indicated that the median, mode and average values of the MLMS and the MSEM were close to each other. Moreover, it was seen that the coefficients of skewness and kurtosis varied between -1 and +1 for both scales. These results can be interpreted in the way that data set was not far from the normal distribution, so it was decided to use parametric tests. T-test and One Way Analysis of Variance (ANOVA) test were used to test the significance

of the differences between variables. Furthermore, correlation analysis and regression analysis were carried out to determine the relationship between mobile learning motivation and mobile self-efficacy perceptions of pre-service teachers through SPSS 18 program.

FINDINGS

The findings were presented in line with the research questions. Firstly, findings related to pre-service teachers' mobile learning motivation and mobile self-efficacy levels and then the correlation between them were given through tables.

What is the mobile learning motivation level of pre-service teachers?

The mean and standard deviation scores of the items in MLMS were presented in Table 3.

Table 3: Mean and standard deviation scores related to MLMS

Mobile learning motivations of pre-service teachers		\bar{X}	SS
1	I liked using mobile application.	3,70	0,96
2	I believed that I would learn the content as I worked on the mobile application.	3,64	1,01
3	The mobile application aroused curiosity.	3,55	1,02
4	I felt successful when I completed the activities in the mobile application.	3,79	0,99
5	The feedback given to the activities in the mobile application increased the feeling of receiving recompense for my efforts.	3,77	1,03
6	The variety of activities in mobile application enhanced my interest in learning.	3,65	1,03
7	The fact that mobile application was independent from the limitations of place and time increased my willingness to study.	3,89	1,07
8	Completing the activities in mobile application successfully increased my willingness to study.	3,89	0,99
9	I wanted to learn through mobile application as I was able to study in my own pace.	3,58	1,12
10	The organization of the content increased my belief on learning the content in the application.	3,62	1,00
11	I think that mobile application is a remarkable material.	3,69	1,09
12	Mobile application met my learning needs.	3,49	1,01
13	I learnt new things through mobile application.	3,98	0,95
14	It was funny to do the activities in the application.	3,68	1,05
15	The quality of the content in the mobile application provided the continuity of my attention.	3,51	1,10
16	I learnt better through mobile application.	3,52	1,11
17	It was important for me to complete the activities successfully in the mobile application.	3,89	0,98

Table 3 showed that mean scores of items were between 3.51- and 3.90, which could be commented as pre-service teachers' mobile learning motivation was at a moderate level. The findings related to the pre-service teachers' mobile learning motivation were presented in Table 4.

Table 4: Mobile learning motivation levels of pre-service teachers

Level	Frequency(f)	Percentage (%)	Range
Very low	12	3.5	0.00 – 1.80
Low	33	9.8	1.81 – 2.60
Moderate	76	22.5	2.61 – 3.40
High	120	35.8	3.41 – 4.20
Very high	96	28.4	4.21 – 5.00
Total	337	100.0	

As can be seen in Table 4, %3.5 of the pre-service teachers had very low, 9.8% of them low, 22.5% of them medium, 35.8% of them high and 28.4% of them very high level of mobile learning motivation. Pre-service teachers' mobile learning motivation centered upon moderate and high levels.

Does the pre-service teachers' mobile learning motivation differ significantly in terms of their gender, field, grade, level and frequency and level of mobile application usage?

Table 5 shows the t-test results of MLMS based on the variable of gender.

Table 5: Gender differences in pre-service teachers' mobile learning motivation

Gender	n	\bar{X}	S	sd	t	p
Female	286	65.00	11.32	335	0.28	0.30
Male	51	65.44	10.45			

Table 5 indicated that there was no significant difference among pre-service teachers' mobile learning motivation levels in terms of gender ($p > 0.01$). According to the t-test results, gender did not have a significant effect on the mobile learning motivation of female ($=65.00$) and male ($=65.44$) pre-service teachers. ANOVA test results of MLMS based on teaching field were presented in Table 6.

Table 6: Teaching field differences in pre-service teachers' mobile learning motivation

Field	n	\bar{X}	Ss	Source of variation	Sum of squares	sd	Mean square	F	p
TLT	23	62.39	11.61	Between groups	1640.73	5	328.14	3.02	0.22
SST	21	61.47	10.24	Ingroups	35946.41	331	108.60		
EST	58	63.77	10.83	Total	37587.14	336			
PST	100	67.88	10.03	Groups showing difference (-)					
ELT	101	66.24	10.33	<i>TLT: Turkish Language Teaching, SST: Social Sciences Teaching, EST: Elementary School Teaching, PST: Pre-school Teaching, ELT: English Language Teaching, OF: Other fields (Art Teaching, Music Teaching, Math Teaching, Science and Technology Teaching)</i>					
OF	34	62.58	10.32						
Total	337	65.37	10.57						

Table 6 indicated that the MLMS scores of the pre-service teachers did not show significant differences in terms of their field. ($F = 3.02$, $p = 0.22$). In other words, there was no significant relationship between the scores of MLMS and field. ANOVA test results of MLMS based on the variable of grade can be found in Table 7.

Table 7: Grade differences in pre-service teachers' mobile learning motivation

Grade	n	\bar{X}	Ss	Source of variation	Sum of squares	sd	Mean squares	F	p
1	45	66.24	9.70	Between groups	271.33	3	90.44	0.81	0.49
2	166	65.44	10.52	Ingroup	37315.80	333	112.05		
3	67	63.74	10.38	Total	37587.13	336			
4	59	66.37	11.56	Groups showing significant difference					
Total	337	65.37	10.57	-					

Table 7 showed that the MLMS scores of the pre-service teachers did not differ significantly in terms of their grade. ($F = 0.81$, $p = 0.49$). In other words, there was no significant relationship between MLMS scores and the grade of the pre-service teachers. ANOVA test results of MLMS based on pre-service teachers' mobile application usage level were as follows:

Table 8: Mobile application usage level differences in mobile learning motivation

Level	n	\bar{X}	ss	Source of variation	Sum of squares	sd	Mean squares	F	p
low	28	62.71	10.63	Between groups	3549.16	3	1183.05	11.57	0.00
moderate	141	62.27	10.47	Ingroup	34037.97	333	102.21		
high	123	67.44	9.57	Total	37587.13	336			
Very high	45	71.08	10.05	Groups showing significant difference					
Total	337	65.37	10.57	<i>low – high, low – very high, moderate – high, moderate – very high</i>					

$p < 0.05$

As can be seen in Table 8, MLMS scores differed significantly in terms of the level of mobile application usage ($F = 11.57$; $p < 0.01$). Scheffé test was applied by taking the homogeneity test (Levene test = 0.65, $p = 0.58$) into account to determine which groups showed difference. The scores of pre-service teachers with a low level of mobile application usage ($=62.71$) were lower than the scores of pre-service teachers with high ($=67.44$). and very high ($=71.08$) level of mobile application usage level. It was determined that the pre-service teachers whose

mobile application usage level was medium (= 62.27) got lower scores than the pre-service teachers whose mobile application usage level was high (= 67.44) and very high (= 71.08). The pre-service teachers (= 67.44) with a high level of mobile application use got lower scores than the pre-service teachers whose mobile application usage level was very high (= 71.08). These findings showed that the mobile learning motivations of pre-service teachers differed according to the level of mobile application use. The pre-service teachers who had a high level of mobile application usage had high level of motivation for mobile learning. In addition, the mobile learning motivation of pre-service teachers with low and medium level of mobile application usage was lower than the pre-service teachers who had a high and very high mobile application usage level. In Table 9, ANOVA test results of MLMS based on the variable of mobile application usage frequency were presented.

Table 9: Mobile application usage frequency differences in mobile learning motivation

Hours	n	\bar{X}	Ss	Source of variation	Sum of squares	Sd	Mean squares	F	p
1-2 hours week	29	65.02	10.38	Between groups	1642.73	4	410.68	3.79	0.01
3-4 hours week	40	60.45	10.28	Ingroup	35944.42	332	108.27		
1-2 hours day	125	65.02	10.38	Total	37587.14	336			
3-4 hours day	107	66.85	10.80	Groups showing significant difference					
5 + hours day	36	64.66	8.72	1-2 hours per day / 3-4 hours per week					
Total	337	65.37	10.57	3 – 4 hours per day / 3-4 hours per week					

p<0.05

Table 9 indicated that there was a significant difference between pre-service teachers' mobile learning motivation in terms of frequency of mobile application use ($F = 3.79$; $p < 0.01$). According to the results of Scheffe test, which was applied considering the homogeneity test (Levene test = 1.04, $p = 0.37$) to determine between which groups the significant difference was, the scores of pre-service teachers whose mobile application use time was 1-2 per day (= 65.02) were higher than the pre-service teachers with scores of 3-4 hours in a week (= 60.45). It was observed that the pre-service teachers whose mobile application use time was 3-4 hours a day (= 66.85) got higher scores than the pre-service teachers whose mobile application usage duration was 3-4 hours in a week (= 60.45). According to these findings, pre-service teachers' motivations for mobile learning differed according to the frequency of mobile application use. It can be commented that pre-service teachers who used mobile applications for 3 - 4 hours in a day and 1 - 2 hours in a day had also high motivation for mobile learning.

What is the mobile self-efficacy level of pre-service teachers?

The mean and standard deviation scores related MSEM were presented in Table 10.

Table 10: Mean and standard deviation scores related to MSEM

I could use m-learning		\bar{X}	SS
1	even if there was no one around to tell me what to do.	3,77	1,02
2	even if I had never used a mobile device like it before.	3,83	0,93
3	if I had only the mobile device manual for reference.	2,83	1,17
4	if I had seen someone else using it before trying it myself.	2,77	1,21
5	if I could call someone for help if I got stuck.	3,40	1,10
6	if someone else had helped me get started.	2,97	1,21
7	if I had a lot of time to complete the task for which the mobile device was provided.	3,45	1,05
8	if I had just the built-in help facility for assistance.	3,43	1,06
9	if someone showed me how to do it first.	3,86	0,97
10	if I had used similar mobile devices before this one to do the same task.	3,81	1,05

As can be seen in Table 10, the mean scores of pre-service teachers regarding the items in MSEM varied between 2.77 and 3.90. Based on these findings, it can be said that pre-service teachers' perceptions of mobile self-efficacy were generally at medium level. Findings related to the pre-service teachers' perceptions of mobile self-efficacy were presented in Table 11.

Table 11: Pre-service teachers' mobile self-efficacy levels

Level	Frequency(f)	Percentage (%)	Range
Very low	15	4,5	0.00 – 1.80
Low	38	11,3	1.81 – 2.60
moderate	118	35,0	2.61 – 3.40
high	128	38,0	3.41 – 4. 20
Very high	38	11,2	4.21 – 5.00
Total	337	100.0	

Table 11 showed that 4.5% of the pre-service teachers in the sample had a very low level of mobile self-efficacy, 11.3% of them low, 35.0% of them medium, 38.0% of them high and 11.2% of them very high level of mobile self-efficacy. This finding can be interpreted as pre-service teachers' motivations for mobile learning were at moderate and high levels.

Does pre-service teachers' mobile self-efficacy differ significantly in terms of gender, field, grade, and mobile application usage level and frequency variables?

Table 12 shows the t-test results of MSEM based on the variable of gender.

Table 12: Gender differences in pre-service teachers' mobile self-efficacy

Gender	n	\bar{X}	S	sd	t	p
Female	286	34.90	5.78	335	0.94	0.46
Male	51	35.70	6.18			

According to the Table 12, there was no significant difference between pre-service teachers' mobile self-efficacy in terms of gender ($p > 0.01$). According to the t-test results, gender did not have a significant effect on the self-efficacy perceptions of female (34.90) and male (= 35.70) pre-service teachers using mobile technology. Table 13 shows the ANOVA test results of MSEM based on the variable of field.

Table 13: Differences related to field in pre-service teachers' mobile self-efficacy

Field	n	\bar{X}	Ss	Source of variation	Sum of squares	sd	Mean squares	F	p
TLT	23	34,18	5,55	Between groups	178,75	5	35,75	1,05	0,39
SST	21	35,75	6,01	Ingroup	11319,90	331	34,20		
EST	58	35,81	5,52	Total	11498,64	336			
PST	100	34,43	4,97	Groups showing significant difference (-)					
ELT	101	35,09	7,35	TLT: Turkish Language Teaching, SST: Social Sciences Teaching, EST: Elementary School Teaching, PST: Pre-school Teaching, ELT: English Language Teaching, OF: Other fields (Art Teaching, Music Teaching, Maths Teaching, Science and Technology Teaching)					
OF	34	34,47	6,14						
Total	337	35,03	5,85						

Table 13 showed that the scores of the pre-service teachers in MSEM did not differ significantly in terms of their field. ($F = 1.04$, $p = 0.39$). In other words, that there was no significant relationship between the field and mobile self-efficacy of pre-service teachers.

ANOVA Test results of MSEM based on pre-service teachers' grade were shown in Table 14.

Table 14: Grade differences in pre-service teachers' mobile self-efficacy

Grade	n	\bar{X}	Ss	Source of variation	Sum of squares	sd	Mean squares	F	p
1	45	35.00	4.80	Between groups	296.74	3	98.91	1.34	0.33
2	166	35.92	5.63	Ingroup	11201.90	333	33.64		
3	67	33.85	6.19	Total	11498.64	336			
4	59	33.92	6.47	Groups showing significant difference					
Total	337	35.03	5.85	-					

As can be seen in Table 14, MSEM scores of the pre-service teachers did not differ significantly in terms of grade. ($F = 1.34$, $p = 0.33$). In other words, there was no significant relationship between the pre-service teachers' grade

and mobile self-efficacy.

ANOVA test results of MSEM based on mobile application usage level were presented in Table 15.

Table 15: Mobile application usage level differences in pre-service teachers' mobile self-efficacy

Level	n	\bar{X}	ss	Source of variation	Sum of squares	sd	Mean square	F	p
Low	28	35.07	5.68	Between groups	502.24	3	167.41	5.07	0.00
Moderate	141	33.64	4.83	Ingroup	10996.40	333	33.02		
High	123	36.16	6.16	Total	11498.64	336			
Very high	45	36.29	7.12	Groups showing significant difference					
Total	337	35.03	5.85	<i>Moderate – High; moderate – Very high</i>					

p<0.05

As stated in Table 15, MSEM scores showed significant difference as to the mobile application use level ($f = 11.57$; $p < 0.01$). According to the LSD test results, which was applied considering the homogeneity test (Levene test = 2.62, $p = 0.92$) in order to determine groups showing difference, the scores of pre-service teachers whose mobile application usage level was medium (= 33.64) were lower than pre-service teachers with high (= 36.16) and very high (= 36.29) level. According to these findings, the pre-service teachers' mobile self-efficacy differed according to the level of mobile application usage. The pre-service teachers who had a high and very high level of mobile application use had also a high level of mobile self-efficacy. In addition, the mobile self-efficacy of pre-service teachers whose mobile application usage level was medium was lower than the pre-service teachers whose mobile application usage level was high and very high.

ANOVA results of MSEM based on mobile application usage frequency were presented in the following table.

Table 16: Mobile application usage frequency differences in mobile self-efficacy

Hours	n	\bar{X}	Ss	Source of variation	Sum of squares	Sd	Mean squares	F	p
1-2 hours per	29	35,21	5,72	Between	69,22	4	17,30	0,50	0,73
3-4 hours per	40	34,23	5,33	Ingroup	11429,43	332	34,43		
1-2 hours per day	125	34,75	5,85	Total	11498,64	336			
3-4 hours per day	107	35,58	6,05	Groups showing significant difference					
5 + hours per day	36	35,14	6,05						
Total	337	35,03	5,85						

Table 16 indicated that the scores of the pre-service teachers in MSEM did not show significant difference in terms of mobile application usage frequency. ($F = 0.50$, $p = 0.73$). In other words, there was no significant relationship between pre-service teachers' mobile self-efficacy and frequency of mobile application use.

What is the relationship between pre-service teachers' mobile learning motivations and mobile self-efficacy perceptions?

Correlation Analysis results regarding the relationship between the pre-service teachers' scores of the MSEM and the MLMS were presented in the Table 17.

Table 17: Results of correlation analysis

Variable	n	r	p
Mobile learning motivation	337	0.48	0.00
Mobile learning self-efficacy			

P<0.01

Table 17 showed that there was a significant relationship between the mobile learning motivations of the pre-service teachers and their mobile self-efficacy perceptions. It was observed that there was a moderate, positive ($r = 0.48$, $p < 0.01$) relationship between their mobile learning motivations and mobile self-efficacy.

Is the pre-service teachers' mobile learning motivation a significant predictor of their mobile learning

motivations?

Regression analysis results analyzing the prediction of mobile learning motivations of pre-service teachers for mobile self-efficacy were expressed in Table 18.

Table 18: Regression analysis results related to pre-service teachers' mobile self-efficacy

R	R ²	ΔR ²		B	sd	β	t
0.48	0.23	0.23	Stable	34.87	3.07		11.33
			Mobile self-efficacy perception	0.87	0.87	0.48	10.07

P<0.01

The table indicated that the mobile learning motivations of pre-service teachers were a significant predictor for the mobile self-efficacy ($r = 0.48$, $r^2 = 0.23$; $F = 11.33$, $p < 0.01$). In addition, it can be stated that pre-service teachers' mobile learning motivations explained 23% of the total variance regarding mobile self-efficacy.

DISCUSSION

Motivation and self-efficacy are important for both learning and teaching processes. Being still students but also the future teachers, pre-service teachers need both learning and teaching motivation and self-efficacy. The age that we experience forces learners and teachers to use mobile technologies in their educational process. Thus, the terms of mobile learning motivation and mobile self-efficacy become under interrogation. This study investigated mobile learning motivation and self-efficacy level of pre-service teachers at the first phase as it was believed that mobile learning increased motivation (Sari, Nikou & Economides, 2018). It was found that the motivation level of pre-service teachers was at a moderate level. Some studies in the literature also show that motivation level of learners for mobile learning was high (Olasina, 2012; Asplund, 2014) and moderate (Lawrence, 2015). In this regard, this study supported the findings in the literature. Moreover, mobile technology usage frequency was found to be a significant variable for mobile learning motivation. The participants who used mobile applications more frequently had higher motivation. This finding contradicts with the study of Okumuş Dağdeler (2018) who found that there was no relationship between the frequency of using mobile applications and mobile learning motivation.

At the mobile self-efficacy dimension, it was found that mobile self-efficacy levels of pre-service teachers was at moderate and high level. Mahat et al. (2012) also found that self-efficacy of students for mobile learning was at moderate level while it was at a high level in the study of Yang (2012), and Nikolopoulou and Gialamas (2017). Moreover, this study found that there was not significant difference in pre-service teachers' mobile self-efficacy based on gender and field, which supported the findings of Yorgancı (2017).

The analysis showed similar findings for motivation and self-efficacy. Both motivation and self-efficacy of pre-service teachers were at moderate levels. Although mobile self-efficacy and mobile learning motivation of pre-service teachers did not show a relationship between gender, teaching field and grade, both of them were related with mobile technology usage frequency. Pre-service teachers using mobile applications more frequently had higher level of mobile learning motivation and self-efficacy. This finding is in parallel with some other studies focusing educational technologies. For example, Kutluca & Ekici (2010) found that computer usage frequency affected self-efficacy perceptions regarding computer-assisted education. Similarly, Efe and Baysal (2017) concluded that using educational technologies had a positive correlation with technology self-efficacy and motivation.

The correlation analysis supported the relation between mobile learning motivation and mobile self-efficacy. If mobile learning motivation increases, mobile self-efficacy also increases and vice versa. This finding is new to literature as studies on relation mobile learning motivation and mobile self-efficacy was not encountered in literature as to our knowledge. However, the strong relation between motivation and self-efficacy (Bandura, 1986; Ryan & Deci, 2000; Pintrich & Schunk, 2002) can be regarded as a base for the relation between mobile learning motivation and mobile self-efficacy.

CONCLUSIONS

The findings of this study which aimed at identifying pre-service teachers' mobile learning motivation and mobile learning self-efficacy and the relationship between them can be summarized as follows:

- The mobile learning motivation of pre-service teachers are at moderate level. Besides, their motivation does not differ as to their gender, field and grade while it differs as to mobile application usage level and frequency.
- The mobile self-efficacy of pre-service teachers are at moderate and high level. Besides, their motivation does not differ in terms of their gender, field, grade and mobile application usage level while it differs in terms of mobile application usage frequency.
- There is a positive relationship between mobile learning motivation and mobile self-efficacy of pre-service

teachers.

- Mobile learning motivation of pre-service teachers is a significant predictor of their mobile self-efficacy.

Based on these findings, it is recommended for teacher educators to include mobile learning more often in their teaching process as the mobile application usage frequency increases both mobile learning motivation and mobile self-efficacy. Assisting teachers of future to be competent in technology is an important part of modern curriculums as technology literacy is one of the core components of 21st century skills which are thought of the key to success in 21st century societies.

Acknowledgement: This article is an extension of a paper presented in “VI. International Yıldız Social Sciences Congress” in 2019.

REFERENCES

- Ally, M. (2009). *Mobile Learning: Transforming the delivery of Education and Training*. Athabasca: Athabasca University Press.
- Asplund, M. (2014, June). Students' motivation and mobile learning experiences, case luas. Paper presented at 10th International CDIO Conference, Barcelona.
- Ayub, A. F. M., Zaini, S. H., Luan, W. S., & Jaafar, W. M. W. (2018). The influence of mobile self-efficacy, personal innovativeness and readiness towards students' attitudes towards the use of mobile apps in learning and teaching. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(14), Pages 364-374. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v7-i14/3673>
- Bakhsh, M., Mahmood, A., & Sangi, N. A. (2017). Examination of factors influencing students and faculty behavior toward m-learning acceptance: An empirical study. *International Journal of Information and Learning Technology*, 34(3), 166–188.
- Bandura, A. (1986). The explanatory and predictive scope of self-efficacy theory. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 4(3), 359–373. <https://doi.org/10.1521/jscp.1986.4.3.359>
- Bandura, A. (1993). Perceived self-efficacy in cognitive development and functioning. *Educational Psychologist*, 28(2), 117-148
- Bandura, A., & Adams, N. E. (1977). Analysis of self-efficacy theory of behavioral change. *Cognitive Therapy and Research*, 1(4), 287–310. <https://doi.org/10.1007/BF01663995>
- Chen, K., Chen, J. V., & Yen, D. C. (2011). Dimensions of self-efficacy in the study of smart phone acceptance. *Computer Standards & Interfaces*, 33(4), 422–431. <https://doi.org/10.1016/j.csi.2011.01.003>
- Chen, K., Chen, J. V., & Yen, D.c. (2011). Dimensions of self-efficacy in the study of smartphone acceptance. *Computer Standards & Interfaces*, 33, 422-431.
- Ciampa, K. (2013). Learning in a mobile age: An investigation of student motivation. *Journal of Computer Assisted Learning*, 30, 82-96. doi: 10.1111/jcal.12036
- Colazzo, L., Ronchetti, M., Trifonova, A., & Molinari, A. (2003). Towards a Multi-Vendor Mobile Learning Management System. In A. Rossett (Ed.), Proceedings of E-Learn 2003--World Conference on E-Learning in Corporate, Government, Healthcare, and Higher Education (pp. 2097-2100). USA: Association for the Advancement of Computing in Education (AACE). Retrieved from <https://www.learntechlib.org/primary/p/12291/>.
- Compeau, D.R., & Higgins, C.A. (1995). Computer self-efficacy: Development of a measure and initial test. *MIS Quarterly*, 19(2), 189-211.
- Dörnyei, Z., & Kubanyiova, M. (2014). *Motivating learners, motivating teachers: building vision in the language classroom*. Cambridge : Cambridge University Press
- Dörnyei, Z., & Ushioda, E. (2012). *Teaching and Researching Motivation (2nd ed)*. Pearson: UK
- Efe, H. A. & Baysal, Y. E. (2017). Analysis of the relationship between science teachers' motivation towards using educational technology and their self-regulation strategies. *Electronic Journal of Social Sciences*, 16 (63), 1391-1399.
- El-Hussein, M. O. M., & Cronje, J. C. (2010). Defining mobile learning in the higher education landscape. *Educational Technology & Society*, 13(3), 12-21.
- Gan, C. L., & Balakrishnan, V. (2017). Predicting acceptance of mobile technology for aiding student-lecturer interactions: An empirical study. *Australasian Journal of Educational Technology*, 33(2), 143–158.
- Hite, R. W. (1959). Motivation reconsidered. *Psychological Review*, 66, 297–333.
- Hsiao, K. L., & Chen, C. C. (2015). How do we inspire children to learn with e-readers? *Library Hi Tech*, 33(4), 584–596.
- Hsu, M-H. & Chiu, C-H. (2004). Internet self-efficacy and electronic service acceptance. *Decision Support Systems*, 38, 369–381.
- Huang, C. S. J., Yang, S. J. H., Chiang, T. H. C., & Su, A. Y. S. (2016). Effects of situated mobile learning approach on learning motivation and performance of EFL students. *Educational Technology & Society*,

19(1), 263–276.

- Kabataş, S., & Karaoğlan Yılmaz, F. (2018). Evaluation of teachers' lifelong learning attitudes in terms of self-efficacy towards the standards of educational technology. *Bartın University Journal of Faculty of Education*, 7 (2), 588-608. doi: 10.14686/buefad.405661
- Kearney, M., Schuck, S., Burden, K., & Aubusson, P. (2012). Viewing mobile learning from a pedagogical perspective. *Research in Learning Technology*, 20(1), 14406. <https://doi.org/10.3402/rlt.v20i0.14406>
- Keith, M. J., Jr, J. S. B., Furner, C. P., & Abdullat, A. (2011). the role of mobile self-efficacy in the adoption of location-based applications: an iphone experiment. *The Hawaii International Conference on System Sciences*, 10, 122-135
- Keskin, O. N., & Metcalf, D. (2011). The current perspectives, theories and practices of mobile learning. *The Turkish Online Journal of Educational Technology (TOJET)*, 10(2), 202-208.
- Khan, F. M. & Gupta, Y. (2021). A bibliometric analysis of mobile learning in the education sector. *Interactive Technology and Smart Education*, ahead of print. doi:10.1108/ITSE-03-2021-0048
- Kukulka-Hulme, A. (2019). Mobile language learning innovation inspired by migrants. *Journal of Learning for Development*, 6(2), 116-129.
- Kukulka-Hulme, A., & Shield, L. (2008). An overview of mobile assisted language learning: from content delivery to supported collaboration and interaction. *ReCALL*, 20(3), 271-289. doi: 10.1017/S0958344008000335
- Kutluca, T. & Ekici, G. (2010). Examining teacher candidates' attitudes and self-efficacy perceptions towards the computer assisted education. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 38, 177-188
- Lawrence, B. (2015). Learner receptiveness towards mobile technology in a college English program: the smart decision? *English Teaching*, 70 (1), 3-28. Doi:10.15858/engtea.70.1.201503.3
- Liaw, S. S., & Huang, H. M. (2015). How factors of personal attitudes and learning environments affect gender difference toward mobile learning acceptance. *International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 16(4), 104–132.
- MacCallum, K., & Jeffrey, L. (2013). The influence of students' ICT skills and their adoption of mobile learning. *Australasian Journal of Educational Technology*, 29(3), 303–314.
- Mahat, J., Ayub, A. F. M., Luan, S., & Wong. (2012). An assessment of students' mobile self-efficacy, readiness and personal innovativeness towards mobile learning in higher education in Malaysia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 64, 284–290. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.11.033>
- Moore, M. G. (1997). Theory of transactional distance. In D. Keegan (Ed.), *Theoretical principles of distance education* (pp. 22-38). NY: Routledge Studies in Distance Education.
- Moore, M. G. (2007). *The theory of transactional distance*. In M. G. Moore (Ed.), *Handbook of distance education* (pp. 89-105). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Nikolopoulou, K., & Gialamas, V. (2017). High school pupils' attitudes and self-efficacy of using mobile devices. *Themes in Science & Technology Education*, 10(2), 53-67.
- Nikou, S., & Economides, A. (2015). The impact of paper-based, computer-based and mobile-based self-assessment on students' science motivation and achievement. *Computers in Human Behavior*, 55, 1241-1248. doi: 10.1016/j.chb.2015.09.025.
- Oakley, R., & Palvia, P. (2012). *A Study of the Impact of Mobile Self-Efficacy and Emotional Attachment on Mobile Device Infusion*. AMCIS 2012 Proceedings, 15, 1-9.
- Okumuş Dağdelen, K. (2018). *The role of Mobile-assisted Language Learning (MALL) in vocabulary knowledge, learner autonomy, and motivation of prospective English language teachers*. Unpublished PhD thesis. Atatürk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Olasina, G. (2012). Student's e-learning/m-learning experiences and impact on motivation in Nigeria. *Proceedings of the IATUL Conferences*, 31. Retrieved from <http://docs.lib.purdue.edu/iatul/2012/papers/31>
- Özdamlı, F. (2012). Pedagogical framework of m-learning. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 31, 927-931. Doi:10.1016/j.sbspro.2011.12.171
- Park, Y. (2011). A pedagogical framework for mobile learning: Categorizing educational applications of mobile technologies into four types. *The International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 12(2), 78. <https://doi.org/10.19173/irrodl.v12i2.791>
- Pintrich, P. R., & Schunk, D. H. (2002). *Motivation in education: theory, research and applications*. Ohio: Merrill Prentice Hall.
- Razzaq, A., Samiha, Y. T., & Anshari, M. (2018). Smartphone Habits and Behaviors in Supporting Students Self-Efficacy. *International Journal of Emerging Technologies in Learning (IJET)*, 13(02), 94. <https://doi.org/10.3991/ijet.v13i02.7685>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000a). Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being. *American Psychologist*, 55 (1), 68-78.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000b). Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions.

- Contemporary Educational Psychology*, 25, 54–67, doi:10.1006/ceps.1999.1020.
- Sari, A. M., & Nurcahyo, H. (2018). Improving students learning motivation through Mobile learning. *Indonesian Journal of Biology Education*, 4(3), 271-276.
- Selli, S. H. (2017, May). What makes effective teaching in the 21st century. Paper presented at 1st English Language and Literature International Conference (ELLiC), Universitas Muhammadiyah Semarang, Semarang.
- Stronge, J. H. (2018). *Qualities of effective teachers*. Alexandria, Virginia: ASCD
- Taylor, J., Sharples, M., Malley, C., O', Vavoula, G., & Waycott, J. (2006). Towards a task model for mobile learning: A dialectical approach. *International Journal of Learning Technology*, 2, 138–158, doi: 10.1504/IJLT.2006.010616
- Trifonova, A. (2003). *Mobile learning - review of the literature*. Retrieved from <http://eprints.biblio.unitn.it/359/1/009.pdf>
- Tsai, P.-S., Tsai, C.-C. ve Hwang, G.-H. (2010). Elementary school students' attitudes and self-efficacy of using pdas in a ubiquitous learning context. *Australasian Journal of Educational Technology*, 26(3), 297-308.
- Williams, M., & Burden, R. L. (1997). *Psychology for language teachers*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Yang, S-H. (2012). Exploring college students' attitudes and self-efficacy of mobile learning. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 11 (4), 148-154.
- Yorgancı, S. (2017). Investigating Students' Self-Efficacy and Attitudes Towards the Use of Mobile Learning. *Journal of Education and Practice*, 8(6), 181-185.

OKUL ÖNCESİ EĞİTİM ALAN 60-72 AYLIK ÇOCUKLARIN ERKEN GEOMETRİ BECERİLERİNİ KAZANMALARINDA SINIF İÇİ ETKİNLİKLERİN ETKİSİ

Ayşegül DURMAZ
2001040471018@mersin.edu.tr

Emine YILMAZ BOLAT
Mersin Üniversitesi, Eğitim Fakültesi/Temel Eğitim Anabilim Dalı, Mersin.
emineyilmaz@mersin.edu.tr

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, okulöncesi eğitimi alan 60-72 aylık çocukların erken geometri becerilerini kazanmalarında sınıf içi etkinliklerin etkisini incelemektir. Çalışma yarı deneysel araştırma modelinde tasarlanmıştır. Araştırmanın örneklemini, Mersin ili Tarsus ilçesinde bulunan Milli Eğitim Bakanlığına (MEB) bağlı dezavantajlı bölgedeki bir ilkokulun anasınıflarına devam eden çocuklar oluşturmaktadır. Bu ilkokuldaki anasınıflarından biri deney grubu, diğeri kontrol grubunu oluşturmakta olup deney grubuna 10 çocuk, kontrol grubuna 10 çocuk olmak üzere toplam 20 çocuk ölçüt örnekleme yoluyla çalışmaya dahil edilmiştir. Araştırmada deney grubuna geometrik şekil kavramlarının öğretimi için, önceden hazırlanan “Geometrik Şekil Kavramları Eğitim Etkinlikleri” uygulanırken, kontrol grubuna matematik eğitim etkinlik uygulamaları yapılmıştır. Eğitim etkinlikleri dört hafta boyunca haftada dört gün olacak şekilde düzenlenen öğrenme merkezleriyle bütünleştirilerek uygulanmıştır. Kontrol grubunda etkinlikler normal ilerleme gösterirken, uygulama esnasında çalışma sayfalarından yararlanılması sağlanmıştır. Araştırma verilerini toplamak için Sezer (2015) tarafından “Erken Geometri Beceri Testi” ön test ve son test olarak uygulanmıştır.

Araştırmada elde edilen veriler SPSS paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda geometrik şekil kavramları eğitim etkinlikleri uygulanan deney grubundaki çocukların, geometrik şekil kavramlarını öğrenme başarısında, kontrol grubundaki çocuklara göre anlamlı bir farklılık olduğu ortaya konulmuştur. Özetle bu araştırma çocukların geometrik şekil kavramlarını kazanmalarında öğrenme merkezleriyle bütünleştirilerek uygulanan sınıf içi eğitim etkinliklerinin önemli derecede etkisinin olduğunu göstermiştir.

Anahtar kelimeler: Sınıf içi etkinlikler, okul öncesi geometri, öğrenme merkezleri

1.GİRİŞ

Çocuğun yaşama gözlerini açtığı ilk andan itibaren ilkokula başlama zamanına kadar geçen süre içerisinde çocuğa verilen erken çocukluk eğitimi, çocuğun gelecek yaşantısı açısından önemlidir. Bu zaman diliminde verilen eğitimle çocuğun ileriki yaşantısı da etkilenmektedir. Birey olarak toplum içerisinde yer aldığı süre zarfında kalıcı izlerin bırakıldığı okul öncesi dönemde verilen eğitimin yansımaları görülmektedir.

Çocukların gelişim özelliklerini bilerek istendik yönde davranış değişikliğinin yapılması, sağlıklı bireylerin yetiştirilmesini sağlamaktadır. Temel eğitime başlama zamanı düşünüldüğünde çocukların kritik zamanlarının çok fazla olduğu erken çocukluk döneminde çocukların gelişimsel özelliklerini bilerek eğitim verilmesinin önemi büyüktür. Kendi gelişim süreciyle ilgili bilgi sahibi olmayan çocukların ilgilerine, duygularına, yeteneklerine ve düşüncelerine yönelik bilinçli yaklaşan yetişkinler ve öğretmenlerin olması gerekmektedir (MEB, 2011). Erken çocukluk dönemini tanıyarak ve bu dönem içerisinde verilen eğitimi bilinçli olarak değerlendirerek sağlıklı, üretken, bilgili bireyler yetiştirmek gerekmektedir (Akduman- Gültekin, 2012). Okul öncesi dönemin çocuğun gelişimi ve öğrenmesi açısından kritik bir dönem olduğu, yapılan beyin temelli çalışmalarla ortaya çıkmaktadır. Bu dönem de verilen eğitimin çocuğun yararı doğrultusunda gereksinimlerini karşıladığı belirtilmektedir (Uyanık-Balat, 2012).

İçinde bulunulan toplumun gelişimi düşünüldüğünde okul öncesi dönemde verilen çok yönlü kaliteli eğitimin önemi görülmektedir. Çocukların ilgileri, gereksinimleri, gelişim özelliklerine uygun hazırlanan eğitim programıyla sağlıklı ilişki kurulması, olumlu alışkanlıkların edinilmesi, ahlaki kavramların öğrenilmesi, değerler eğitimin verilmesi amaçlanmaktadır (MEB, 2011). Bu kavramların kazanılmasında sunulan eğitim programı, uygulanan ortam ve etkinliklerin önemi de ön plana çıkmaktadır

Okul öncesi eğitim döneminde çocuğun gelişim özelliklerine uygun olarak potansiyeli en üst düzeye çıkarmak kurumların görevleri arasındadır. Çocuk merkezli oluşturulan eğitim ortamlarında çocukların yaratıcılıkları desteklenmektedir. Okul öncesi eğitim kurumunun fiziksel özellikleri, içerisinde yer alan materyaller çocuğa verilen eğitimin kalitesini etkilemektedir (Alabay, 2017). Sınıf ortamının zengin uyarcılı bir ortam olması nedeniyle çocukların gelişimleri desteklenmekte ve çocuklara istenilen nitelikte eğitim yaşantıları sunulabilmektedir.

Okul öncesi eğitimde çocuğun içinde bulunduğu öğrenme ortamlarının kişinin tüm gelişim yönlerini destekleyecek şekilde düzenlenmesi gerekmektedir. Çocuğa yönelik öğrenme ortamlarında yapılan düzenlemeler program çerçevesinde gerçekleşmelidir. Akgül (2004)'e göre okul öncesi dönemde uygulanan doğru eğitim programıyla çocuğun içinde var olan potansiyelinin gelişmesi, anlama gücünün artırılması ve duyu farkındalığının

kazandırılması mümkündür. Çocuklarda hatırlamanın fazla olması için beş duyuya hitap eden bir ortamda öğrenme daha faydalı olmaktadır (Metin ve Şahin, 2014). Çocuklar için oluşturulan öğrenme ortamlarının onların fiziksel, psikolojik, sosyolojik alanlarda gelişimlerini destekleyecek nitelikte ve özellikle olması gerekmektedir. Eğitim ortamlarının bu alanları destekleyecek ve çocukların yaşantılarında deneyimlerini artıracak yönde olması önemlidir (Güleş, 2013). Bu doğrultuda öğrenme sürecini etkileyen eğitim ortamlarının geniş kapsamlı düşünülmesi gerekmektedir. Çevre, zaman, alt yapı ve imkan olanakları bu kapsamı oluşturan etmenler arasında yer almaktadır. Öğrenme bu etmenler içerisinde konuyu bir bütün olarak kavrayıp, anlama ve amacına uygun olarak kullanma sürecinden oluşmaktadır (Öztürk ve Güven, 2012).

Öğrenme sürecini etkileyen öğrenme ortamlarının uygun bir şekilde oluşturulmasıyla matematik ile ilgili beceri ve kazanımlara ulaşılmasını sağlamak da mümkündür. Matematiksel düşünmeyi desteklemek amaçlı oluşturulan eğitim ortamının özellikleri ve içeriği öğretmen tarafından belirlenebilmektedir (Öztürk ve Güven, 2012). Okul öncesi eğitim ortamı olarak ilk akla gelen sınıflarda okul öncesi eğitim programı çerçevesinde çocuklara uygun şekilde fiziksel ortamın düzenlenmesine yer verilmektedir (MEB, 2013). Öğretmen, somuttan yola çıkarak soyut düşünmeyi desteklemek amaçlı eğitim ortamları oluşturularak matematiksel düşünme becerisini geliştirmektedir. Bu şekilde çocuklar tarafından matematiğin dilinin ve doğasının anlaşılması sağlanmaktadır (Sözer, 2013).

Sınıf içi eğitim ortamları okul öncesi eğitimde kullanılan programa uygun materyallerin bir araya gelmesiyle çocukların eğitim ihtiyaçları doğrultusunda oluşturulan öğrenme merkezlerinden oluşmaktadır (MEB, 2013). Öğrenme merkezleri, çevrelerinde olup bitenleri öğrenme arzusu içinde olan çocukların bu dürtüleri doğrultusunda yaşadıkları dünya hakkında yeni bilgiler öğrenmelerini desteklemeyi amaçlamaktadır (MEB, 2016).

Öğrenme merkezleri sınıf içi özelliklerine ve imkan koşullarına göre farklı materyallerle ayrılarak belirlenmektedir (MEB, 2013). Öğrenme merkezleri, okul öncesi eğitim programına uygun olarak kazanımları temel alan materyaller doğrultusunda çocuklara uygun şekilde raflarla, panolarla, halılarla ya da renkli bantlarla ayrılmış oyun alanlarından oluşmaktadır (Alabay, 2017). Bu alanlar, çocukların birbirilerini rahatsız etmeyecek yönde, çalışmalarını rahatlıkla uygulayabilecekleri birbirine uygun merkezlerin bir araya getirecek şekilde konumlandırılmalıdır. Sınıf içi merkezler ve materyallerin etkinlik uygulama sürecine uygun şekilde düzenlenmesi gerekmektedir (Güleş, 2013). Okul öncesi eğitim programında çocukların rahat bir şekilde oyun oynamalarına yönelik merkezlerin oluşturulması gerektiği vurgulanmaktadır (MEB, 2013).

Sınıf içerisinde uygulanan etkinlikler arasında yer alan matematik etkinliklerinin sınıf içi farklı şekillerde planlanmasıyla ve sınıf içi etkinliklerin öğrenme merkezleriyle bütünleştirilerek oluşturulmasıyla çocuklara farklı öğrenme ortamları sunulmaktadır

Okul öncesi dönemde matematik etkinliklerinin önemli olan konuları arasında geometrik şekillerde bulunmaktadır. Geometrik şekiller çevremizde bulunan nesnelerin neye benzediğini belirtmek amaçlı kullanılan terimlerdir. Bu terimlerle çevremizde yer alan nesnelerin tanımlaması yapılabilmektedir (Aslan ve Aktaş-Arnas, 2007b). Sınıf içinde oluşturulan geçici geometri merkezinde kullanılan materyallerle geometri alanına yönelik terimlerin öğrenilmesi ve bunun devamlılığının da sağlanması mümkün olabilmektedir. Bu öğrenme ortamlarında matematiksel beceriler kapsamında değerlendirilen geometri becerileri de geliştirilebilmektedir.

İlgili literatür incelendiğinde, ülkemizde okul öncesi eğitimde geometri becerilerinin gelişimine ilişkin az sayıda çalışma yapıldığı belirlenmiştir. Okul öncesi eğitimde çocukların öğrenme merkezlerini tercih etme durumları ve görsel algı becerileri ile geometrik becerilerinin arasındaki ilişkiyi inceleme üzerine (Aydın, 2019; Kurt, 2019), tarafından çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Bu anlamda sınıf içi etkinliklerle öğrenme merkezlerinin bütünleştirilerek geometri kavramlarının kazandırılması amaçlı çalışmalara yer verilmediği ortaya çıkmaktadır. Okul öncesi dönemde sınıf içi etkinliklerin ve merkezlerin bütünleştirilmesi ve bu sürecin erken geometri becerilerinin geliştirilmesine etkisini incelenmesi önemli görülmüş ve ilgili alana katkı sağlayacağı düşünülerek bu araştırma geliştirilmiştir. Bu düşünceler doğrultusunda araştırmanın problemi, "Okul öncesi eğitim alan 60-72 aylık çocukların sınıf içi eğitim etkinlikleri ile erken geometri becerileri arasında bir fark var mıdır?" şeklinde belirlenmiştir.

1.1.Araştırmanın Amacı

Bu araştırma kapsamında okul öncesi eğitim kurumlarına devam eden 60-72 aylık çocuklara geometri kavram becerilerinin kazandırılmasında; öğrenme merkezleriyle bütünleştirilerek sınıf içi geometri kavram eğitim etkinliklerinin uygulandığı grup (deney grubu) ile öğrenme merkezlerini kullanmaksızın sınıf içi matematik etkinliklerinin uygulandığı grubun (kontrol grubu) geometri kavram becerilerini öğrenmelerine ilişkin eğitim etkinliklerinin etkisinin olup olmadığı amaçlanmaktadır. Bu genel amaç doğrultusunda oluşturulan alt amaçlar şunlardır:

- Öğrenme merkezleriyle bütünleştirilerek geometri kavram eğitimi etkinliklerinin kullanıldığı deney grubu ile öğrenme merkezleri kullanmaksızın gerçekleştirilen sınıf içi matematik etkinliklerinin uygulandığı kontrol grubunun ön test ve son test puanları arasındaki korelasyon arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?
- Uygulanan erken geometri beceri testinin deney grubu ve kontrol grubu olma durumlarına göre betimsel istatistikleri nasıldır?

- Erken geometri beceri testi ölçeğine göre deney ve kontrol gruplarının son test puanlarının sonuçları nasıldır?
- Öğrenme merkezleriyle bütünleştirerek geometri kavram eğitimi etkinliklerinin kullanıldığı deney grubu ile öğrenme merkezleri kullanmaksızın gerçekleştirilen sınıf içi matematik etkinliklerinin uygulandığı kontrol grubunun ön-test puanları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?
- Öğrenme merkezleriyle bütünleştirerek geometri kavram eğitimi etkinliklerinin kullanıldığı deney grubu ile öğrenme merkezleri kullanmaksızın gerçekleştirilen sınıf içi matematik etkinliklerinin uygulandığı kontrol grubunun son-test puanları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?
- Öğrenme merkezleriyle bütünleştirerek geometri kavram eğitimi etkinliklerinin kullanıldığı deney grubu ile öğrenme merkezleri kullanmaksızın gerçekleştirilen sınıf içi matematik etkinliklerinin uygulandığı kontrol grubunun ön-test ve son-test fark puanları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

2. YÖNTEM

2.1.Araştırma Modeli

Bu araştırma okulöncesi eğitim kurumlarına devam eden 60-72 aylık çocukların geometrik şekillerle ilgili kavramları geliştirmelerinde, öğrenme merkezleriyle bütünleştirerek hazırlanan sınıf içi etkinliklerin etkisinin sınındığı, araştırma problemlerine yanıt aramak amacıyla, nicel araştırma tasarımlarından ön test-son test kontrol gruplu yarı deneysel araştırma modelindedir. Model uyarınca, araştırmanın amacına uygun şekilde bir deney ve bir kontrol grubu oluşturulmuştur. Araştırmanın simgesel görüntüsü Tablo 2.2.1.'de gösterilmiştir.

Tablo 2.1.1

Araştırmanın Deseni

Grup	Ön Test	Deneysel İşlem	Son Test
GD	Ö1	Öğrenme Merkezleriyle Gerçekleştirilen Geometrik Şekil Kavramları Eğitim Etkinlikleri	Ö2
GK	Ö3	Öğrenme Merkezlerini Kullanmaksızın Uygulanan Sınıf İçi Matematik Etkinlikleri	Ö4

GD: Öğrenme merkezleriyle bütünleştirilerek gerçekleştirilen geometrik şekil kavramları eğitim etkinliklerinin uygulandığı deney grubu

GK: Öğrenme merkezlerini kullanmaksızın uygulanan sınıf içi matematik etkinliklerinin uygulandığı kontrol grubu

Ö1: Deney grubunun ön test uygulamaları.

Ö2: Deney grubunun son test uygulamaları.

Ö3: Kontrol grubunun ön test uygulamaları

Ö4: Kontrol grubunun son test uygulamaları.

2.2 Çalışma Grubu

Araştırmada birden çok grubun (deney-kontrol) olması, bu grupların oluşturulması aşamasında tüm bireylerin seçilme olasılığı düşünülüp seçkisiz olmayan yöntem kullanılarak kontrol ve deney grupları oluşturulmuştur (Büyüköztürk ve diğerleri, 2020).

Araştırmanın evrenini Mersin ilinde okul öncesi eğitim alan çocuklar oluşturmaktadır. Çalışma grubunu ise 2020-2021 Eğitim-Öğretim yılında Mersin ili Tarsus İlçesinde bulunan Milli Eğitim Bakanlığına (MEB) bağlı dezavantajlı bölgedeki bir ilkokulun anasınıflarına devam eden çocuklar oluşturmaktadır. Bu ilkokuldaki anasınıflarından biri deney grubu, diğeri kontrol grubunu oluşturmakta olup deney grubuna 10 çocuk, kontrol grubuna 10 çocuk olmak üzere toplam 20 çocuk çalışmaya dahil edilmiştir. Örneklem seçiminde ölçüt örnekleme kullanılmış olup deney ve kontrol gruplarının belirlenmesinde Kişisel Bilgi Formunda yer alan, 60-72 ay grubunda olması, önceden okul öncesi eğitim alma durumuna, okul öncesi eğitime devam etmelerine ve daha önce özellikle matematik ve geometri alanına yönelik etkinliklerin uygulanmamış olmalarına yönelik ölçütler kullanılmıştır.

Çalışmaya dahil edilen çocukların ebeveynlerinden "Kişisel Bilgi Formu" aracılığıyla çocuklar ve aileler hakkında demografik bilgiler elde edilmiştir. Araştırmanın deney ve kontrol grubundaki çocukların ailelerine ilişkin demografik bilgiler doğrultusunda deney ve kontrol grubunda bulunan çocukların anne ve babalarının öğrenim durumlarının ağırlıklı olarak ilkokulu düzeyinde olduğu, gelir durumunun ise 1001-2000tl arasında olduğu görülmektedir.

2.3 Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından uzman görüşleri doğrultusunda hazırlanmış olan ‘‘Kişisel Bilgi Formu’’ ve Türker Sezer (2015) tarafından geliştirilmiş olan ‘‘Erken Geometri Beceri Testi’’ kullanılmıştır.

Kişisel bilgi formu çocuklar ve ebeveynler hakkında bireysel bilgi toplamak amacıyla uzman görüşü doğrultusunda hazırlanmıştır. Kişisel bilgi formunda çocuğun adı soyadı, doğum tarihi, cinsiyeti, kardeş sayısı, ebeveynlerin eğitim düzeyi, mesleği, aylık geliri gibi sorular yer almaktadır.

Türker Sezer (2015) tarafından 5-7 yaş grubundaki çocukların geometrik düşünme becerilerinin belirlenmesi amacı ile geliştirilen Erken Geometri Beceri Testi 42 maddeden oluşmaktadır. Bu test çocuklara bireysel olarak uygulanmakta olup uygulanma süresi 30-45 dakika arasında sürmektedir. Testin ltğ beceriler; geometrik Şekillerin çok yönlü özelliklerinin belirtilmesi, Şekillerin birleştirilerek ya da ayrılarak yeni Şekiller ortaya çıkarılması, Şekiller üzerinden örüntü çalışmaların yapılması, materyal kullanımı ile üç boyutlu cisimlerin gösterilmesi, perspektif alınması, yüzeylerinin tahmin edilmesi Şeklinde belirlenmiştir.

Testin nicel verilerinin doldurulması aşamasında lkte yer alan sorulara cevap veren çocukların cevaplarına ğretmen ya da çocukların kendileri tarafından belirteç konulur. Bütün sorulara cevap veren çocuğun cevapları toplanır. Sorularda birden fazla cevap Őıkkını işaretleme durumunda cevaba karşılık gelen sayıların toplamı o soruya ait puan olarak kaydedilmektedir. Yanlış cevap durumunda karşısına denk gelen eksi sayı ile doğru cevap verme durumunda karşısına denk gelen artı sayısının toplanarak çıkan rakam puan olarak yazılmaktadır. Ortaya çıkan toplam puan eksi ise o sorunun cevabı sıfır kabul edilir ve çocuk o sorudan puan alamaz. Test sonuçlandığında alınabilecek maksimum puan 73, minimum puan 0 olarak belirtilmektedir (Sezer, 2015).

2.4 Verilerin Toplanması

Araştırmacı tarafından, uygulamayı yapabilmek için, araştırmanın içeriğine ait bilgileri, eğitim etkinlik planlarını ve etik kuruldan alınan onay belgelerini rapor Şeklinde hazırlayarak bağlı olduğu ile milli eğitim müdürlüğüne teslimi yapılmıştır. Araştırmanın verilerinin toplanması aşamasında deney ve kontrol grubuna uygulanacak işlem adımları sırayla belirtilmektedir.

Bu araştırmanın verilerine gerekli izinler alındıktan sonra okul öncesi eğitime devam eden çocuklara uygulanan ‘‘Erken Geometri Beceri Testi’’ ve Kişisel Bilgi Formu’’ aracılığıyla toplanmıştır. Gerekli açıklamalar, hazırlık çalışmaları ve tanışma safhaları ebeveynlere aktarılmış ve veli onam izin belgeleri çocuğun anne veya babası tarafından imzalanmıştır. İzin işlemleri yapıldıktan sonra deney ve kontrol grubu toplam 20 çocuğa ön test uygulamalarına başlanmıştır. Deney ve kontrol grubu ön test uygulama çalışmaları yapılmıştır ve araştırmada kullanılan lğin ön test sonuçları ğretmen tarafından değerlendirilmiştir. Araştırmada deney grubuna geometrik Şekil kavramlarının ğretimi için öğrenme merkezleriyle bütünleştirilerek hazırlanan etkinlikler uygulanırken, kontrol grubuna öğrenme merkezlerini kullanmaksızın uygulanan sınıf içi matematik etkinlikleri ve çalışma sayfaları aracılığıyla yaptırılan geometri etkinlikleri sunulmuştur.

n testler tamamlandıktan sonra deney grubu olarak seçilen sınıfa ilgili literatür odak alınarak geometri eğitim etkinliklerine uygun olarak geçici merkezler oluşturulmuştur. Araştırmanın uygulama aşamasına geçmeden deney grubu çocuklarına, erken geometri beceri kavramı hakkında bilgi verilmiş, geometrinin ne olduğu, içeriğinde neler yer aldığı, hangi materyallerin bulunduğu ve bu sürecin özellikleri tanıtılmıştır. ğrenme merkezlerine dikkat çekilerek uygulanacak süreci anlamaları sağlanmaya çalışılmıştır.

Deney grubuna ğretmen tarafından hazırlanan Geometrik Şekil Kavramları Eğitim etkinlikleri öğrenme merkezleriyle bütünleştirilerek ‘‘Geometri’’ konusu uygulanmaya başlanmış, kontrol grubuna ise ğretmen tarafından öğrenme merkezlerini kullanmaksızın uygulanan sınıf içi matematik etkinlikleri uygulama etkinlikleri ile sürec yrtlmştir.

Deney grubuna geometrik Şekil kavramları eğitim etkinliklerinden oluşan 32 etkinlik 4 hafta boyunca haftada 4 gün olacak Şekilde düzenlenen öğrenme merkezlerinde uygulanmıştır. Kontrol grubunda etkinlikler normal ilerleme gösterirken, uygulama esnasında çalışma sayfalarından yararlanılması sağlanmıştır.

Deney grubuna uygulanan öğrenme merkezlerinde gerçekleştirilen geometrik Şekil kavramları eğitim etkinliklerinden ve kontrol grubuna öğrenme merkezlerini kullanmaksızın uygulanan sınıf içi matematik etkinliklerinden sonra deney ve kontrol grubu çocuklarına son test olarak Erken Geometri Beceri Testi uygulanmıştır. Uygulama aşamasında sorun oluşturacak bir durum ortaya çıkmamıştır. Bireysel olarak uygulanan testin sonuçları değerlendirme formuna kaydedilmiştir.

2.5. Verilerin Analizi

Araştırmada ğrenme merkezlerini kullanmaksızın uygulanan sınıf içi matematik etkinlikleri ve öğrenme merkezleriyle bütünleştirilerek gerçekleştirilen geometrik Şekil kavramları eğitim etkinliklerinin uygulandığı grubun geometrik Şekilleri ğrenme konusundaki başarıları arasında anlamlı farklılıklar bulunup bulunmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmanın genel amacı doğrultusunda aranan alt problemlere yönelik toplanan veriler veri kodlama formlarına kaydedilmiştir. Elde edilen veriler SPSS paket programı aracılığıyla bilgisayar ortamında değerlendirilerek tablolar halinde sunulmuştur.

Çocuklara ve ailelerine ait demografik bilgiler, yüzdeler ve frekans yardımıyla hesaplanmıştır. Araştırmaya katılan çocuklardan elde edilen verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini test etmek için frekans dağılım grafiğinin (histogram), Q-Q Plot grafiğinin, varyasyon katsayısı değerlerinin, Shapiro-Wilk testinin, skewness(çarpıklık) ve kurtosis (basıklık) testinin kullanılmasına karar verilmiştir. Çarpıklık ve basıklık test sonuçlarının -1 ile +1 arasında çıkması, varyasyon katsayısı değerlerinin % 30'dan az olması, normallik katsayısının Shapiro-Wilk testine göre 0,05 den büyük olması, histogram ve Q-Q Plot grafiğinin 45 derecelik açıya yakın çıkması elde edilen verilerin normal bir dağılıma sahip olduğunu göstermektedir.

Araştırma kapsamında çocukların ön test ve son test puanlarına ilişkin verilerin çözümlenmesinde amaçlara uygun olarak aritmetik ortalama(x) ve standart sapma(s) değerleri hesaplanmıştır. Elde edilen veriler normal dağılım gösterdiği için deney ve kontrol grupları ile ön-test son-test karşılaştırmaları açısından parametrik testlerden bağımsız gruplar t-testi ve kovaryans analizi(ANCOVA)yapılmıştır.

3.BULGULAR

Bu araştırma doğrultusunda “60-72 aylık çocuklara geometri kavram becerilerinin kazandırılmasında, öğrenme merkezleri aracılığıyla sınıf içi geometri kavram eğitim etkinliklerinin geometri kavram becerilerini öğrenmelerine ilişkin uygulamada kullanılan yöntem ile toplanan verilerin, istatistiksel tekniklerle yapılan çözümlenmeleri sonucunda elde edilen bulgularına yer verilmiştir.

Uygulanan normallik testi sonuçlarına göre deney ve kontrol gruplarının ön test ve son test puanlarına ilişkin Skewness ve Kurtosis testi sonuçlarının -1 ile +1 arasında çıkması ile normallik katsayısının Shapiro-Wilk testine göre 0,05 den büyük olması sonuçları doğrultusunda normal dağılım gösterdiği görülmüştür, $p > .05$.

Deney ve kontrol grubundaki çocukların erken geometri beceri testi puanlarının normal dağılım gösterdiğinin belirlenmesi sonucunda ön test son test puanları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığına ilişkin olarak korelasyon katsayısına bakılmıştır. Sonuçta deney ve kontrol grubundaki çocukların ön test ve son test puanları arasında yüksek düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur, $r=0.496$, $p < .01$. Bu sonuca göre çocukların katıldıkları eğitimlerin erken geometri becerilerini artırdığı söylenebilir.

Tablo 3.1. Ön Test ve Son Test Puanları Arasındaki Korelasyon (output)

		SONTEST	ONTEST
SONTESTTOPU	Pearson Correlation	1	,496*
	Sig. (2-tailed)		,026
	N	20	20
ONTESTTOPU	Pearson Correlation	,496*	1
	Sig. (2-tailed)	,026	
	N	20	20

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Düzeltilmiş ortalama puanlarının deney grubunda daha yüksek olduğu görülmektedir. Grupların düzeltilmiş son test ortalama puanları arasında gözlenen farkın anlamlı olup olmadığına ilişkin yapılan ANCOVA sonuçları Tablo 3.2. verilmiştir.

Tablo 3.2. Erken Geometri Beceri Test Puanlarının Gruplara Göre Betimsel İstatistikleri

Grup	N	Ort	Düzeltilmiş Ort
Deney G.	10	22,7	55,84
Kontrol G.	10	15,5	33,56

ANCOVA sonuçlarına göre deney ve kontrol grubundaki çocukların erken geometri beceri testi ölçeğine göre düzeltilmiş son test ortalama puanları arasında anlamlı bir farkın olduğu bulunmuştur, $F(1, 17) = 27,972$, $p < .01$. Başka bir anlatımla çocukların erken geometri becerileri buldukları grup ile ilişkilidir. Buna bağlı olarak grupların düzeltilmiş son test puanları arasında yapılan Bonferroni testi sonuçlarına göre, deney grubundaki çocukların son test puanları ($\bar{X}=55,84$), kontrol grubundaki çocuklardan ($\bar{X}=33,56$) daha yüksektir.

Tablo 3.3. Erken Geometri Beceri Testi Ölçeğine Göre Düzeltilmiş Son Test Puanlarının Gruba Göre ANCOVA Sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ort.	F	Anlamlılık Düzeyi(p)
Son Test(Reg.)	1,944	1	1,944	.035	.000
Grup	1559,956	1	1559,956	27,972	.854
Hata	948,056	17	55,768		

Toplam	3326,2	19
--------	--------	----

Deney ve kontrol grubundaki çocukların ön-test puanları arasında anlamlı farklılık bulunup bulunmadığı bağımsız gruplar t testi ile analiz edilmiş olup sonuçlar aşağıda görülmektedir, (Tablo 3.4.). Yapılan bağımsız gruplar t testi sonucuna göre bu iki grup arasında istatistiksel olarak farklılık bulunmuştur, ($t=3,262$, $p=0,006$, $p < .05$). Bu durum kontrol ve deney grubu ön test puan ortalamalarının istatistiksel olarak deney grubu lehine birbirinden farklı olduğunu göstermektedir, (Tablo 3.4.).

Tablo 3.4. Deney Grubu ve Kontrol Grubunda Bulunan Çocukların Ön Test Puanlarının Karşılaştırılması

Değişken	Gruplar	<i>N</i>	<i>X</i>	<i>SS</i>	<i>Sd</i>	<i>t</i>	<i>P</i>
Ön Testler	Deney Grubu	10	22,7	6,15	13,81	3,262	0,006
	Kontrol Grubu	10	15,5	3,31			

Deney ve kontrol grubunun son test puan ortalamaları sırasıyla 55,6 ve 33,8 bulunmuştur. Yapılan bağımsız gruplar t testi sonucuna göre bu iki grup arasında istatistiksel olarak farklılık bulunmuştur ($t=6,710$, $p=0,000$, $p < .05$). Bu durum kontrol ve deney grubu son test puan ortalamalarının istatistiksel olarak birbirinden farklı olduğunu desteklemektedir. Elde edilen bulgulara göre deney ve kontrol gruplarının aritmetik ortalamaları arasında, deney grubu lehine 21,8'lik bir puan farkı vardır, (Tablo 3.5.).

Tablo 3.5. Deney Grubu ve Kontrol Grubunda Bulunan Çocukların Son Test Puanlarının Karşılaştırılması

Değişken	Gruplar	<i>N</i>	<i>X</i>	<i>SS</i>	<i>Sd</i>	<i>t</i>	<i>P</i>
Son Testler	Deney Grubu	10	55,6	9,383	12,444	6,710	0,000
	Kontrol Grubu	10	33,8	4,185			

Deney ve kontrol grubunun ön test ve son test fark puan ortalamaları sırasıyla 32,9 ve 18,3 bulunmuştur. Yapılan bağımsız gruplar t testi sonucuna göre bu iki grup arasında istatistiksel olarak farklılık bulunmuştur ($t=3,641$, $p=0,003$, $p < .05$). Bu durum kontrol ve deney grubu ön test-son test fark ortalamaları istatistiksel olarak birbirinden farklı olduğunu desteklemektedir. Bu fark deney grubu lehinedir, (Tablo 3.6.).

Tablo 3.6. Deney Grubunun ve Kontrol Grubunun Ön Test- Son Test Fark Puanlarının Karşılaştırılması

Değişken	Gruplar	<i>N</i>	<i>X</i>	<i>SS</i>	<i>Sd</i>	<i>T</i>	<i>P</i>
Fark	Deney Grubu	10,00	32,90	11,64	12,254	3,641	0,003
	Kontrol Grubu	10,00	18,30	5,03			

4. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

4.1. Tartışma

Araştırma kapsamında deney grubunda ve kontrol grubunda bulunan çocukların ön test son test puanları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığına ilişkin olarak korelasyon katsayısına bakıldığında; deney grubunda bulunan çocukların puanlarının fazla olması doğrultusunda geometrik şekillere yönelik belli bir hazır bulunuşluluk düzeylerinin olduğu sonucuna ulaşılabılır. Çocukların çevrelerinin bu ön bilgilerinin oluşmasında etkili olduğu söylenebilir. Günlük yaşamla ilişkili olarak kavramların somutlaştırılması ve çocuklara aktarılmasıyla da geometri kavram becerilerinin öğrenilebileceği belirtilmektedir (Tarım, 2014).

Deney ve kontrol grubunda bulunan çocukların erken geometri beceri testi ölçeğine göre düzeltilmiş son test ortalama puanları arasında anlamlı bir farkın olduğu ve bu farkın çocukların erken geometri becerileri geliştirmede buldukları grup ile ilişkili olduğu ortaya çıkmaktadır. Başka bir ifadeyle öğrenme merkezleriyle bütünleştirilerek uygulanan sınıf içi geometri kavram eğitim etkinliklerinin, öğrenme merkezleri kullanılmaksızın gerçekleştirilen sınıf içi matematik etkinliklerine göre uygulama süreci sonunda erken geometri becerilerini kazandırmada tablolarda çıkan yüksek düzeyde, pozitif ve anlamlı sonuçlarla belgelenmektedir. Alan yazın incelendiğinde geometri kavram becerilerinin geliştirilmesi üzerine uygulanan farklı çalışmalarda (Asfuroğlu, 1990; Yılmaz, 2006; Yalım, 2009; Aydın, 2019) bu çalışmanın sonucunu destekler nitelikte başarılı sonuçlar ortaya çıktığı görülmektedir.

Son test puanları arasında yapılan Bonferroni testi sonuçlarına göre, deney grubundaki çocukların son test puanları ($\bar{X}=55,84$), kontrol grubundaki çocuklardan ($\bar{X}=33,56$) daha yüksektir. Çocukların öğrenme durumu açısından deney grubuyla kontrol grubu arasında deney grubu lehine anlamlı bir farklılık olduğu ortaya çıkmaktadır. Öğrenme merkezleriyle bütünleştirilerek sınıf içi geometri kavram eğitim etkinliklerinin daha etkili olduğu söylenebilir. Öğrenme merkezleriyle bütünleştirilerek sınıf içi geometri kavram eğitim etkinlikleri uygulandıktan sonra deney grubu çocuklarının kontrol grubu çocuklarına göre geometrik şekilleri öğrenmede ve şekillerin farklı normlarını tanımada daha başarılı olduğu görülmektedir. Kontrol grubunda bulunan çocuklara geometri kavram eğitim etkinliklerinin uygulanmaması ve öğrenme merkezlerinin sürece dahil edilmemesinden kaynaklı kontrol grubunun son test puanlarının düşük olduğu söylenebilir. 60-72 aylık çocuklarının öğrenme merkezlerini tercihleri ile geometri becerileri arasındaki ilişkinin incelendiği araştırma sonucuna göre de çocukların serbest zaman içerisinde oynadıkları öğrenme merkezleri ile geometri becerileri kazanmalarına yönelik anlamlı bir ilişkinin olmadığı ortaya konulmaktadır (Aydın, 2019). Bu nedenle öğrenme merkezlerinin sınıf içi etkinliklerle bütünleştirilerek uygulamaya dahil edilmesi sonucunda çocuklar üzerinde olumlu etkisinin fazla olabileceği deney grubu ve kontrol grubu son test puan karşılaştırılmasından ortaya çıktığı görülmektedir.

Öğrenme merkezleri kullanmaksızın gerçekleştirilen sınıf içi matematik etkinliklerinin uygulandığı kontrol grubunun ön test ve son-test puanları arasındaki görülen farklılık sonucunda geometrik kavramların kazandırılmasında sınıf içi etkinliklerde kullanılan merkezlerin ve materyallerin önemli olduğu ortaya çıkmaktadır. Uygulama esnasında merkezlerin aktif olarak kullanılmaması yeterli düzeyde oluşturulmadığından kaynaklı olduğu söylenebilir. Yapılan araştırmalarla MEB okul öncesi eğitim programında belirlenen şekilde çeşitli belirteçler yardımı ile merkezlerin ayrılmadığı, gözleme uygun şekilde merkezlerin konumlandırılmadığı, çocukların seviyesine uygun şekilde merkez isimlerinin aşılmadığı ve bu anlamda öğretmenlerin geliştirilmesi gerektiği (Aysu ve Aral, 2016; Ögelman ve Karakuzu, 2016; Kubanç 2014) ortaya konmaktadır. Aysu ve Aral (2016) tarafından öğretmenlerin öğrenme merkezlerine ilişkin düşünce ve uygulamalarını araştırdıkları çalışmada öğretmenlerin merkezlerde yapılan etkinliklere dahil olmadığı ortaya çıkmaktadır. Kontrol grubu ön-test ve son-test puanları arasındaki farkın anlamlı fakat az olduğu görülmektedir. Tüm eğitimcilerin sınıflarında merkezlere farklı şekillerde ve oranlarda yer verdiği, eğitim etkinliklerinin içeriğinin farklı olduğu belirtilebilir. Bu anlamda fen ve matematik merkezlerinin olması ve etkinliklerin çeşitliliği ilgili bazı öğretmenlerin olumsuz tutuma sahip olduğu söylenebilir. Fen ve matematik merkezinde yer alan malzemelerin çocukların dikkatini çekebilecek özellikte, görünümde ve gerçek materyallerden oluşması çocukların ilgilerini artıracığı belirtilmektedir (Altay, 2018).

Öğrenme merkezleriyle bütünleştirilerek sınıf içi geometri kavram eğitim etkinliklerinin uygulandığı deney grubunun ön-test ve son-test puanlarının karşılaştırıldığında uygulanan eğitim etkinliklerinin çocuklar üzerinde olumlu sonuç verdiği ve etkili olduğu söylenebilir. Merkezlerde bulunan materyallerin kullanılması ve diğer merkezlere geometri ile ilişkilendirilerek materyaller dahil edilmesi geometrik kavramları öğrenmelerine olumlu katkı sağladığı deney grubunun ön test ve son test puanları arasındaki ilişkiden ortaya çıkmaktadır. Kocamanoğlu (2014) ve Altay (2018) tarafından yapılan araştırma sonuçlarının da öğrenme merkezlerinin etkinliklere uygun olarak düzenlenmesinin uygulama sürecinde çocukların ilgilerinin artırdığını ve süreci sevdiğini ortaya koymaktadır. Etkinliğe uygun olarak geçici merkezler ve diğer merkezlere konulan materyallerin çeşitliliği ve fazla olması uygulama kolaylığı sağlaması açısından önemli yer tuttuğu, deney grubunun ön-test ve son-test puan karşılaştırmalarından ortaya çıktığı söylenebilir. Aynı zamanda merkezlerde bulunan çok sayıda çeşitli materyallerle oynamanın çocukların kendilerini özgür hissetmelerini sağladığı Kocamanoğlu (2014) tarafından belirtilmektedir. Erken geometri kavram becerilerinin geliştirilmesine yönelik öğrenme merkezlerinde bulunan geometri alanına özgü farklı materyallerin çocukların ilgilerini ve öğrenme merkezleri kullanılarak uygulanan geometri etkinliklerinin uygulama kolaylığını artırdığı deney grubunun bulgularına dayanarak söylenebilir.

Deney grubu ve kontrol grubu ön-test ve son-test fark puanlarının bakıldığı bu araştırma bulgularına göre; okul öncesi eğitim ortamının çocukların geometri kavram becerilerinin kazanmalarında oluşturulan merkezlerin ve sınıf içi eğitim etkinliklerinin deney grubu lehine olumlu olduğu görülmektedir. Sınıf içi öğrenme merkezleriyle bütünleştirilerek uygulanan etkinliklerde çocukların merkezlere ilgilerinin arttığı ve sadece serbest zaman etkinliklerinde değil diğer etkinlikleri uygularken de kullanılabilmesi deney grubunda yapılan çalışma ile uygulamalı olarak görülmektedir. Altay (2018), tarafından okul öncesi öğretmenlerinin merkezleri kullanımına ilişkin görüşlerinin araştırıldığı çalışmada öğretmenlerin bilgi, davranış ve tutumları doğrultusunda etkinlik çeşitlerine uygun olarak merkezlerin düzenlenmesi ve bu doğrultuda kullanılması gerektiği ortaya konulmaktadır. Öğrenme merkezlerinde serbest zaman ve diğer etkinliklerin gerçekleştirilebilmesi için uygun yeterliliğin oluşturulması gerekmektedir.

Oluşturulan geçici merkezde geometrik kavramlara yönelik konulan materyallerde bu anlamda farklı tipik şekiller, farklı boyutlar, günlük hayatla ilişkili şekillerin konulması çocuklar açısından faydalı olabilir. Altay (2018)'ın, yaptığı araştırma sonucunda merkezlerin rahat bir şekilde farklı alanlara taşınması çocukların değişen ilgilerini cevaplayabilmesi açısından esnek olması ve değişiklik yapılması gerektiği ortaya çıkan sonuçlar arasındadır. Oluşturulan merkezlerde çocukların ilgilerinin artırılması için kullanılan materyallerin zaman içerisinde değiştirilmesi gerekebilmektedir. Öncü (2017), merkezlerde ilk zamanlar daha çok çocuğun aktif zaman geçirdiği,

ilerleyen süreçte ise geçirilen zamanın ve çocuk sayısının azaldığı yapılan bu araştırmayla merkezlerde değişiklik yapılması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Sınıf içi eğitim etkinlikleri ve merkezlerle bütünleştirilerek uygulanan geometri kavram etkinlikleriyle çocukların motivasyonları artmakta ve öğretilmesi zor görülen üç boyutlu geometrik şekillerin gerçek materyallerle desteklenmesi ile çocukların bu anlamda beceri kazanmaları sağlanabilir. Matematik etkinlikleri diğer sınıf içi etkinliklerle bütünleştirilerek uygulandığı zaman geçişler fark edilmeden etkileşimli bir şekilde çocukların kazanımlara ulaşması sağlanmaktadır (Tarım, 2014).

Farklı araştırmacılar tarafından yapılan çalışmaların sonuçları ile bu araştırmanın sonuçları beraber değerlendirildiğinde; deney grubuna uygulanan alternatif öğretim şekli, öğrenme merkezlerinin kullanılma durumu, yapılandırılmış eğitim etkinlikleri, müzik etkinliklerinin ve drama yönteminin sayı ve geometrik şekil kavramlarına gelişimine etkisinin incelenmesi (Dere, 2000; Köse, 2005; Öekli, 2009; Öngören, 2008; Aydın, 2019) sonucunda ortaya çıkan bulgular deney grubuna verilen farklı eğitim yönteminin anlamlı düzeyde farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır.

4.2.Sonuç

Bu araştırmada, deney grubunda öğrenme merkezleriyle bütünleştirilerek geometri kavram eğitimi etkinlikleriyle, kontrol grubuna ise öğrenme merkezleri kullanılmaksızın gerçekleştirilen sınıf içi matematik etkinlikleri verilerek çocukların erken geometri kavram beceri puan ortalamalarının farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla 10'ar kişilik bir deney ve bir kontrol grubu oluşturulmuştur. Çocukların ön test ve son test olarak uygulanan "60-72 ay çocuklarda erken geometri beceri testi"nden aldıkları puanlar üzerinden verilerin analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucuna göre gruplar arasında ön test puanları açısından bir farklılık bulunmaktadır ve farklılık deney grubu lehinedir. Deney grubunda bulunan ailelerin eğitim durumlarının ve çocukların sahip olduğu kardeş sayılarının bunun üzerinde etkili olabileceği söylenebilir. Çocukların eğitim öğretim zamanı içerisinde geometri alanına yönelik ön hazırlık bulunuşluk düzeylerinin olduğu belirtilebilir.

Grupların düzeltilmiş son test puanları açısından deney grubu lehine istatistiksel olarak anlamlı büyük bir farklılık bulunmuştur. Deney grubundaki çocukların son test puanlarının kontrol grubundaki çocukların son test puanlarından yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Uygulanan geometri kavram eğitim etkinliklerinin ve öğrenme merkezlerinin çocuklar üzerinde etkili olduğu söylenebilir.

Kontrol grubunda öğrenme merkezleri kullanılmaksızın gerçekleştirilen sınıf içi matematik etkinlikleri sonucunda kontrol grubunun ön test ve son test puanları arasında anlamlı bir fark görülmüş olup bu farkın az olduğu söylenebilir. Kontrol grubunda bulunan çocukların öğrenme merkezlerinin geometri alanına yönelik olarak düzenlenmemiş olması ve eğitimi etkinliklerinin içeriğinin yeterli olmaması bu sonuca ulaşılmasına sebep olmuş olabilir.

Deney grubunda öğrenme merkezleriyle bütünleştirilerek uygulanan geometri kavram eğitim etkinlikleri sonucunda ön test puanları ve son test puanları arasında anlamlı düzeyde yüksek bir fark görülmüştür. Etkinliklerle bütünleştirilen matematik ve geometri eğitim etkinliklerinin öğrenme merkezleriyle de desteklenmesi çocukların etkinliklere sınıf içerisinde bir bütün olarak bakmasını destekleyebilir. Deney grubuna öğrenme merkezleriyle bütünleştirilerek uygulanan geometri eğitim etkinlikleri sonucunda ortaya çıkan anlamlı farklılık bu yönde olumlu dönütlerin olduğunu göstermektedir.

Öğrenme merkezleriyle bütünleştirilerek uygulanan sınıf içi geometri kavram eğitim etkinliklerinin uygulandığı deney grubu ve öğrenme merkezleri kullanılmaksızın matematik etkinliklerinin uygulandığı kontrol grubunun ön-test son-test puan farklarına göre anlamlı farklılık ortaya çıktığı görülmüştür. Bu farklılığın deney grubu lehine yönelik olduğu görülmüştür. Uygulanan geometri kavram eğitim etkinliklerinin etkiliği olduğu söylenebilir. Erken geometri becerilerinin kazandırılabilmesi için öğrenme merkezlerinin sınıf içi etkinliklerle bütünleştirilmesi gerektiği ortaya çıkabilir. Geometri etkinliklerinin diğer etkinliklerle bütünleştirilmesiyle ona uygun şekilde düzenlenen öğrenme merkezleri gün içerisinde çocukların dikkatini daha çok çekebilir.

Öğrenme merkezlerinde kazanımlar, kavramlar ve çocukların ilgileri düşünülmezsizin materyallerin eklenmesi bu merkezlerin oluşturulma amacı dışına çıkabilir. Çocuklar gün içerisinde oynadıkları materyallere yönelik olarak bir süreç yaşamadıkları zaman, verilmek istenen erken geometri beceri kavramlarını kazandırma çabalarının da kalıcılığı olmayabilir.

4.3.Öneriler

Uygulanan geometri kavram etkinliklerinin olumlu etkisinin ortaya çıktığı bu çalışma ile; farklı evrenleri temsil eden örneklem gruplarından veri toplanarak benzer araştırmalar yapılması ile çocukların ilgilerine ve ihtiyaçlarına uygun olarak farklı konularda spesifik etkinliklerin hazırlanması önerilebilir. Sınıf içi etkinlikler uygulanarak erken geometri becerilerinin olumlu etkisinin ortaya çıktığı bu çalışmanın sınıf dışı etkinliklerle uygulanması önerilebilir.

Oluşturulan geometri merkezinde yer alan materyallerin klasik özelliklerde değil; konum, boyut, çarpıklık gibi farklı özelliklerden oluşması bu şekillerin tanınması, adlandırılması ve ayırt etmesi açısından olumlu sonuçlar

ortaya koyduğu görülmektedir. Bu anlamda sınıf içi öğrenme merkezlerinde diğer kavramlara yönelik olarak bu şekilde farklı materyallerin yer aldığı merkezlerin oluşturulması önerilebilir.

Uygulanan geometri kavram etkinlikleriyle süreç içerisinde ortaya çıkan gözlemler sonucunda çocukların üç boyutlu şekillere yönelik ilgilerinin olduğu ortaya çıkmıştır. Bu anlamda sınıf içinde farklı merkezler ve özellikle fen ve matematik merkezi kapsamında geometrik şekillerin farklı normlarda gerçek materyallerine yer verilmesi önerilebilir. Okul öncesinde eğitimde öğrenme merkezlerinin oluşturulması ile ilgili öğretmenlere yönelik atölye çalışmaları düzenlenebilir. Geometri alanına yönelik olarak çalışma az sayıda bulunmaktadır. Buna yönelik olarak çalışmaların artırılmasında farkındalık oluşturulabilir.

KAYNAKÇA

- Akgül, M.E. (2004). *Fen ve doğa etkinlikleri*. İstanbul: Morpa Yayınları.
- Akduman-Gültekin, G. (2012). Okul öncesi eğitimin tanımı ve önemi. G. Uyanık-Balat (Ed.). *Okul öncesi eğitime giriş (Üçüncü Baskı)* içinde (s. 2-15). Ankara: Pegem Akademi. Erişim Adresi: <http://www.pegem.net/dosyalar/dokuman/08122012115736okuloncesi%20e%C4%9Fitime%20giri%C5%9F.pdf>
- Alabay, E. (2017). Okul öncesi eğitim kurumlarının özellikleri ve eğitim ortamları. Z. Şahin (Ed.). *Okul öncesi eğitime giriş (Birinci Baskı)* içinde (s. 169-190). Ankara: Eğiten Kitap.
- Altay, M. (2018). *Okul öncesi eğitim kurumlarında, öğrenme merkezlerinin düzenlenmesinin ve kullanılmasının öğretmen görüşlerine göre değerlendirilmesi*, (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Asfuroğlu, B. (1990). *Anasının devam eden 5-6 yaş çocuklarına üçgen, daire ve kare kavramlarının kazandırılması*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Aslan, D. ve Arnas Aktaş, Y. (2007b). Okul öncesi eğitim materyallerinde geometrik şekillerin sunuluşuna ilişkin içerik analizi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(1), 69-80.
- Aydın, M. (2019). *60-72 aylık çocuklarının öğrenme merkezlerini tercihleri ile geometri becerileri arasındaki ilişkinin incelenmesi*, (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bolu.
- Aysu, B. ve Aral, N. (2016). Okul öncesi öğretmenlerinin öğrenme merkezleri hakkındaki görüş ve uygulamalarının incelenmesi. *Kastamonu Education Journal*, 24(5), 2561.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö.E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2020). Bilimsel araştırma yöntemleri (28. Baskı). Ankara: Pegem Yayınları
- Dere, H. (2000). *Okul öncesi eğitim kurumlarına devam eden 6 yaş çocuklarına bazı matematik kavramlarını kazandırmada yapılandırılmış ve geleneksel yöntemlerin karşılaştırılması*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Güleş, F. (2013). *Okul öncesi eğitimde fiziksel çevreye ilişkin kalite standartlarının belirlenmesi*, (Doktora tezi). Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Kartal, M. ve Bardakçı, S. (2018). *SPSS ve amos uygulamalı örneklerle güvenirlik ve geçerlik analizleri*. Ankara: Akademisyen Kitabevi.
- Kocamanoğlu, D. Ö. (2014). *Öğrenme merkezleri kullanılarak oluşturulan bir okul öncesi eğitim sınıfında çocukların sanat ürünlerinin incelenmesi ve estetik yargılarının belirlenmesi*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Köse, A. (2005). *Anasının devam eden 6 yaş grubu çocukların şekil-mekan-yön kavramları eğitimlerinde müzik etkinliklerinin etkisinin incelenmesi*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Kubanç, Y. (2014). Okul öncesi eğitim kurumlarının fiziki durumunun incelenmesi. *Journal of International Social Research*, 7(31).
- Kurt, N. (2019). *Okul öncesi dönemdeki çocukların görsel algı becerileri ile geometri becerilerinin incelenmesi*, (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- MEB, (2011). *Erken çocukluk eğitiminde temel ilkeler*. Ankara: Milli Eğitim Basımevi.
- MEB, (2013). *Okul öncesi eğitimi programı*. Ankara: Milli Eğitim Basımevi.
- MEB, (2016). *Çocuk gelişimi ve eğitimi (Okul öncesi eğitimi programı)*. Ankara: Milli Eğitim Basımevi.
- Metin, M. ve Şahin, Ç. (2014). *Örnek uygulamalarla okul öncesi dönemde fen eğitimi*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Ögelman, H. G. ve Karakuzu, E. (2016). MEB 2013 Okul öncesi eğitim programında belirtilen öğrenme merkezlerinin uygulamaya yansımalarının incelenmesi: Aydın ili örneği. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(2), 73-98.
- Ölekli, N. (2009). *5-6 yaş çocuklarında matematiksel şekil algısı ve sayı kavramının gelişiminde drama yönteminin etkisi*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Öncü, E. Ç. (2017). Okul öncesi çocuklarının sınıflarında yapılandırdıkları öğrenme merkezlerinin incelenmesi. *Kastamonu Education Journal*, 25(2), 733-746.

- Öngören, S. (2008). *Okul öncesi eğitim kurumlarında devam eden 4-5 yaş grubu çocuklarına geometrik şekil kazandırma da Montessorri Eğitim yönteminin etkililiği*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Öztürk, T. ve Güven, B. (2012). *Etkili bir matematik öğrenme ortamının sahip olması gereken özelliklerine ilişkin öğretmen görüşleri*. X. Ulusal Fen ve Matematik Alanlar Eğitimi Kongresi.
- Sezer, T. (2015). Erken Geometri Beceri Testi'nin geliştirilmesi ve çocukların geometri becerilerinin incelenmesi, (Yayınlanmış doktora tezi). Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Sezer, T ve Güven, Y. (2016). Erken geometri beceri testinin geliştirilmesi, *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, (33), 1-22.
- Sözer, Y. (2013). Doğada gerçekleştirilen bir matematik yaz kampının lise öğrencileri üzerindeki etkilerinin öğrenci görüşlerine göre incelenmesi. *Adnan Menderes Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 4(2), 1-18<http://dergi.adu.edu.tr/egitimbilimleri/>.
- Tarım, Ş.D. (2014). Okul öncesinde matematiğin diğer öğrenme alanları ile bütünleştirilmesi. İ. Ulutaş (Ed.). *Okul Öncesinde Matematik Eğitimi* içinde (s.339-360). Ankara: Hedef Yayıncılık ve Mühendislik.
- Yalım, N. (2009). *5-6 yaş çocuklarında matematiksel şekil algısı ve sayı kavramının gelişiminde drama yönteminin etkisi*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Yılmaz, E. (2006). *Okul öncesi eğitim kurumlarına devam eden 6 yaş çocuklarının sayı ve işlem kavramlarını kazanmalarında müzikli oyun etkinliklerinin kullanılmasının etkisi*, (Yüksek Lisans Tezi). Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.

ÖĞRENCİLERİN SOSYAL MEDYA KULLANIM ALIŞKANLIKLARININ AİLE İÇİ İLETİŞİME ETKİSİ: INSTAGRAM ÖRNEĞİ

Prof. Dr. Aytekin İŞMAN
Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi
isman@sakarya.edu.tr

Fatma ALP
Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Öğrencisi
falp622@gmail.com

ÖZET

Aile, toplumun iletişim ve etkileşim kurduğu ilk yerdir. Araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının aile içindeki iletişime etkileri ön plana çıkarılmıştır. Y kuşağı olan üniversite öğrencilerinin kuşak kavramı üzerinden değerlendirilmeleri yapılarak özellikle Instagram kullanımları, kullanım süreleri ve paylaşımları ele alınmıştır. Çalışmanın teorik bölümünde Y kuşağı, sosyal medya, Instagram kullanımı, aile ve aile içi iletişim kalıpları gibi kavramlara yer verilmiştir.

Araştırmada üniversite öğrencilerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının aile içi iletişime olumlu ve olumsuz etkilerini ortaya çıkarmak için nitel araştırma yöntemlerinden olan odak grup görüşmesi yapılmıştır. Odak grup görüşmesi Sakarya Üniversitesi İletişim Bilimleri Bölümü'nde yüksek lisans yapan 5 öğrenci ile yapılmıştır. Veriler ses kayıt cihazından çözümlenip bir metin haline getirilerek nitel araştırma yöntemi gerçekleştirilmiştir. Veri analizi yapılırken katılan kişilerin söyledikleri, beden dilleri ve ifade tarzları gibi unsurlar üzerinde durulmuştur. Araştırmanın diğer araştırmalardan farkı ise, kişilerarası iletişim bağlamında öncelikle aile içindeki iletişimde, sosyal medya araçlarından Instagram'ın, Y kuşağı olan üniversite öğrencileri tarafından aktif kullanımının, aile üzerindeki etkilerini belirlemesidir. Öğrencilerin sosyal medya kullanımlarının aile içindeki iletişime etkileri hangi düzeyde olacağı araştırılmıştır. Sosyal medya kullanımının aile içindeki iletişimi etkileyip etkilemediği durumunu nasıl algıladıkları, daha etkili aile içi iletişim için neler yapılabileceği ortaya çıkarılmıştır. Instagram'ı kullanım süreleriyle aile içindeki iletişime ayırdıkları süre farklılıkları, mahrem alanlarını paylaşp paylaşmadıkları ve bu paylaşımlarının aile içi iletişime olumlu ve olumsuz etkileri tespit edilmiştir. Odak grup görüşmesi ile öğrencilerin birbirleri ile etkileşimi sağlanarak konu üzerinde neler yapılabileceği araştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Y kuşağı, Sosyal medya, Instagram, Aile, Aile içi İletişim

GİRİŞ

Teknolojik, ekonomik ve sosyal değişimler insanların davranışlarını etkileyebilmekte ve değiştirebilmektedir. Bu doğrultuda kuşak kavramı, belirli yıllarda doğan, yetiştikleri toplumun olaylarından etkilenen ve bu etkiler sonucunda davranışları oluşan bireyler topluluğudur (Taş ve Kaçar, 2019). Toplumun ihtiyaç ve istekleri yaşanan döneme göre değişir ve dönem farklılıkları olduğunda bireylerin davranış, beklenti, öncelikleri ve tutumları değişebilmektedir. Davranış ve tutumlarındaki değişiklikler “kuşak” kavramını oluşturmuştur. Türk Dil Kurumu'nda kuşak kavramı, benzer senelerde doğmuş, aynı koşullara ve sorumluluklara sahip bireyler olarak ifade edilmektedir. (Türk Dil Kurumu, 2016). Bu tanıma göre kuşak aynı dönemdeki bireylere ait özelliklerin farklı dönemdeki topluluklardan ayrılmasını sağlamaktadır.

Y Kuşağı

Y kuşağı 1980- 1995 yılları arasında doğmuş olan insanları kapsamaktadır (Şalap, 2016). Y kuşağının hayat tarzı hızlı ve pratik bir biçimdedir. Bu hızlı tempoya çok kolay alışırken iletişim teknolojilerini de hızlı ve bilinçli kullanmaktadırlar (Yeşil ve Fidan, 2017). Y kuşağındaki bireyler özgürlüğü seven, teknolojiye hâkim ve bu teknolojiyi iyi bir şekilde kullanabilen bir kuşaktır (Aydın ve Başol, 2014). Y kuşağına milenyum ve dijital kuşak da denilmektedir (Deniz ve Ünal, 2019).

Y kuşağı birçok teknolojik imkana sahiptir. Yaşam koşulları diğer kuşaklara göre biraz daha rahat olduğu için diğer kuşaklardan farklı beklenti ve isteklere sahiptirler. Bu istekler gezme, para harcama ve rahat bir hayat sürmektir (Ayhün, 2013). Y kuşağındaki kişiler diğer kuşaklardaki kişilere göre daha az sadıktır ve otoriteye karşı çıkmaktadırlar (Ustakara ve Türkoğlu, 2015). Dijital medyanın yaygınlaşması ile çevrimiçi şirketler ve teknolojiler gelişmiştir. Bu gelişmelerden Y kuşağı büyük ölçüde etkilenmiştir ve bu kuşağı daha iyi anlayabilmek için dijital medyayı nasıl kullandıkları, medya ile ne yaptıkları araştırılmalıdır (Kır, 2019).

Sosyal Medya

İnternetin gelişmesiyle birlikte insanların hayatlarını değiştiren yenilikler gerçekleşmiştir. Bu yenilikler, her şeyin artık daha kolay ve daha hızlı bir şekilde gerçekleşmesini sağlamıştır. Bu nedenle sosyal medya kullanılmaya başlanmış ve kullanıcılar birbirleriyle iletişim kurup paylaşımlarda bulunmuşlardır (Demir, 2016).

Sosyal medya, günümüzde en önemli iletişim araçlarından biridir ve insanlar arasındaki bağları geliştirip onları sosyalleştirmektedir (Aydın, 2016). Sosyal medyanın olumlu yönlerinin yanında olumsuz yönleri de vardır. Teknolojinin kullanımının artması ile bireyler arasındaki ilişki ve aile içi iletişim zarar görmektedir. Bireyler artık sanal alemde daha fazla vakit geçirmekte ve yüz yüze iletişim giderek ortadan kalkmaktadır. Bu durum da sosyal medyaya bağımlı olma kavramını ortaya çıkartmıştır (Ayğar ve Uzun, 2018).

Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 olarak gelişen internet ile sosyal medya yaşamımızın vazgeçilmezi olmuştur. Bireyler artık kendi görüşlerini ve kendi ürettikleri içerikleri paylaşmaya başlamışlardır (Aküzüm ve Saraçoğlu, 2017). Web 2.0 ile sosyal medya platformları gelişim göstermiştir (Ünal, 2019). İnsanların sosyal medyayı kullanım amaçları değişkenlik göstermektedir. Yüz yüze iletişim kurmamak için sosyal medyayı bir kaçış yolu olarak görmekteler veya sosyal medyayı sosyalleşmek için kullanılmaktadırlar. Sosyalleşirken insanlar içinde öne çıkmak ve beğeni toplamak istemektedirler (Tektaş, 2014).

Sosyal medya platformları olarak, bloglar, mikro- bloglar, forumlar, podcast ve sosyal ağlar bulunmaktadır. Bu sosyal ağlardan en önemlisi Facebook'tur (Yağmurlu, 2011). Facebook ve Twitter yaygın bir şekilde kullanılan ve diğer sosyal ağlara göre kullanıcı sayısı en çok olan sosyal ağlar olarak bilinmektedir (Solmaz vd., 2013). Sosyal medyayı kullanan bireyler yaşamlarında doyumla ulaşmak, eğlenmek, ihtiyaçlarını sosyal medyadan karşılamak isterler ve bu nedenle sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanırlar (Balcı ve Koçak, 2017).

Instagram

Instagram, mobil sosyal ağ sitesidir ve 2010 yılı kuruluş tarihidir. 2012 yılında Facebook tarafından satın alınmıştır. Instagram, fotoğraf ve video paylaşımına olanak tanımaktadır ve akıllı telefonlar sayesinde çekilen fotoğrafların filtrelenip paylaşılmasını sağlamıştır (Yeniçikti, 2016). Instagram'ın ismi İngilizcede "instant" (anlık) ve "telegram" (telgraf) kelimelerinin birleşmesi ile oluşmuştur (Türkmenoğlu, 2014). Instagram'ı 2010 yılında Kevin Systrom ve Mike Krieger kurmuştur. Instagram günümüzde çok fazla kullanıcı sayısına ulaşmış ve böylece markalar pazarlamayı sosyal medyaya taşımışlardır. Uzaktan pazarlama ile ürünler tüketicilerine ulaştırılmış ve Instagram bu alanda çok kullanılan bir mecra haline gelmiştir (Onurlubaş ve Öztürk, 2018).

Instagram'da, kişiler benlik sunumunu kullanarak kendilerini diğer kullanıcılarla kıyaslamakta, kendilerini yetersiz hissedebilmekte ve kendi benliklerine olan saygılarını kaybederek yaşam doyumları azalmıştır (Sözkesen ve Biçer, 2018). Instagram'da paylaşımların rahatlıkla yapılabilmesi ebeveynleri etkilemektedir. Dijital dünyada çocuk büyüten ebeveynler yeni medya ortamlarıyla birlikte deneyimlerini, mutlu anlarını çocuklarının mahrem alanlarını ihlal edip paylaşmaktadırlar. Bu paylaşımlar özellikle ticari, diğer ebeveynlere bilgi vermek ve zaman geçirmek amacıyla yapılmaktadır. Aileler bu konuda bilinçlendirilmelidir (R. Erişir ve D. Erişir, 2018).

Aile

Aile, toplumun en küçük birimidir ve kan bağına dayanan bir topluluktur. Aile kurumu aile fertlerinin etkileşimini ve iletişimini oluşturmaktadır. Aile çocuğa ilk eğitimini vermektedir. Bu yüzden iyi bir ebeveyn olmanın temelini aile içi iletişim bağlarının kuvvetli olması oluşturmaktadır (Çalışkan ve Aslander, 2014). Kuşaklar arasındaki farklılıklar da aile içi iletişimi etkilemektedir. Ebeveynler aile içi iletişimi önemsemelidirler (Şahin ve Aral, 2012).

Aile İçi İletişim

Çocuğun gelişmesi ve iyi bir şekilde yetişmesi için en büyük sorumluluk ebeveynlere düşmektedir. Aile içi iletişimin sağlıklı olabilmesi çocuğun gelişiminde de büyük etkilere sahiptir. Gelecek nesilleri yetiştirirken şu anki ebeveynlerin vereceği eğitim ve toplum kuralları ile sağlıklı bir aile içi iletişim ortamının olması gereklidir (Apaydın, 2001).

Aile içi iletişimde uyum ve çatışmaların yaşandıkları durumlar gözlenmektedir. Bu iki durumun gerçekleşmesi için iletişime ihtiyaç duyulmaktadır. Aile içi iletişimde aile bireyleri, açık iletişim kurarak duygularını ve düşüncelerini birbirlerine aktarmalıdır (Baran, 2004).

Y kuşağı teknoloji ile yetişmiştir ve teknolojinin getirisi olan sosyal medya platformları ile iletişim kurmaktadırlar (Kuyucu, 2014). Sosyal medya kullanımı ise kişilerarası iletişim ve yüz yüze iletişimi etkilemektedir. Sosyal medya özellikle aile iletişiminde etkileyerek, aile fertlerinin birbirleriyle iletişim kurmamasına ve kuşak çatışmalarına yol açmaktadır (Demir, 2016).

Sosyal medya sanal bir alandır ve kullanan kişiler kendilerini rahatlıkla başkalarına anlatabilirler ve diğer kişiler ile bağlantıya geçebilmektedirler (İşman ve Özdemir, 2018). İnternet insanların ihtiyaçlarını karşılayarak onların hayatlarını kolaylaştırmaktadır. Geleneksel iletişim araçları yerine sosyal medya ile insanlar hızlı iletişim kurarlar ve internetteki iletişim araç ve haberleşmelerinin en temeli ve en çok kullanılanı sosyal medyadır (Demir, 2016). İnsanlar sosyal medyayı arkadaşları ile iletişim kurmak, merak ettikleri insanların paylaşımlarına bakmak, ilet görmek, erişemediği bilgilere ulaşmak, eğlenme ve boş vakitlerini doldurmak, gündemde olan olaylar hakkında bilgi almak için sosyal medyayı kullanırlar (Solmaz vd., 2013). Günümüzde sosyal medya kullanımı toplulukların buluşma noktası olmuştur. Yeni iletişim ortamları ile sosyal medyanın gücü de artmıştır. Sosyal medyada bilgiler güncellenir, çoklu ortama açıktır, kişiye özgü paylaşımlara olanak tanır. İnsanlar bu mecra da düşünce duygularını yazarlar, belli konulara üzerinde tartışır, fotoğraf ve video paylaşırlar, iş ararlar. Kısacası gerçek dünyada

yapabilecekleri her şeyi sanal ortamda yaparlar. Bu yüzden sosyal mecralar bu kadar çok yaygınlık göstermektedir (Vural ve Bat, 2010).

Y kuşağının sosyal medya kullanımı ile ilgili araştırmalar incelendiğinde bu araştırmaların genellikle üniversite öğrencileri üzerinde yapıldığı görülmüştür. Sosyal medyayı kullanım amaçları eğlenmek ve çoğunlukla siyasi olaylardan haberdar olmak olduğu görülmüştür (Acun vd., 2018). Sosyal medya insanların yaşamlarını kolaylaştırdığı gibi özel hayatlarının da bu mecralarda ihlal edildiği görülmüştür. Özellikle üniversite öğrencileri sosyal mecralarda rahatlıkla paylaşım yapmışlardır (Taşdelen ve Çataldaş, 2017).

Y kuşağının sosyal medya kullanım alışkanlıkları özellikle üniversite öğrencilerinde artış göstermiştir. Araştırmada da Y kuşağı yaş aralığında olan üniversite öğrencileri tercih edilmiştir. Sosyal medya mecralarından Y kuşağı özellikle Instagram'ı etkin bir şekilde kullanmışlardır. Kullanım amaçları, kullanım sıklıkları ve kullanırken mahrem alanlarını ihlal edip etmedikleri önem taşımaktadır. Çünkü yeni medyanın yaygınlık kazanması ile birlikte sosyal medya alanlarından Instagram' da paylaşımlar artmıştır. Bu durum bireylerin aile içi iletişimlerini de etkilemektedir. Bir diğer etki de kuşaklar arası farklılıklardan kaynaklanmaktadır. Y kuşağı ile onların ebeveynleri olan X kuşağı arasındaki farklılıklar sosyal medya kullanım alışkanlıklarına da yansımıştır. Kuşaklar arasındaki farklılıklar sosyal medya mecralarını kullanımda farklılıklara da yol açmıştır. Bu farklılıklar da aile içindeki iletişimin zarar görmesine ve zayıflamasına yol açmıştır. Zamanla yüz yüze iletişim ortadan kalkacak ve aile bağları zayıflayacaktır. Öncelikle kuşaklar birbirlerinin istek ve beklentilerini bilmeliler ve bu doğrultuda hareket etmelidirler. Bu şekilde aile içi iletişim de güçlenir ve zamanla sosyal mecralara ayrılan vakitler, aile içinde beraber geçirilen vakitlere dönüşürler. Aile içi iletişimin güçlü olması için sosyal medya kullanım sürelerinin azaltılması, kuşaklar arası farklılıkların bilinmesi ve özellikle üniversite öğrencilerinin bu doğrultuda hareket etmeleri gerekmektedir.

AMAC

Birey, kendisini ve çevresindeki kişileri anlayabilmesi için onlarla iletişim kurması gerekmektedir. Aile içinde de aile fertlerinin kendilerini ifade etmeleri aile içindeki iletişim için büyük önem arz etmektedir (Şahin ve Aral, 2012). İnsanların sosyal medyayı etkin kullanmalarıyla birlikte aile içinde geçirilen zaman da azalmaktadır. Aileler birbirleriyle yüz yüze iletişim kurmak yerine sosyal medya ortamlarında vakit geçirmeyi tercih etmektedirler (Güleç, 2018). Araştırmada da sosyal medya kullanımının aile içi iletişime etkilerini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır.

Sosyal medyayla ilgili yapılan araştırmalar genellikle genç nesil üzerinedir. Sosyal medya ağları tüm kuşaklar üzerinde etkili olabilmektedir (Ünal ve Deniz, 2020). Araştırma da özellikle Y kuşağının sosyal medya kullanımını, kullanım sürelerini, neler paylaştıklarını ortaya koymak amaçlanmaktadır.

Üniversite öğrencileri üzerinde yapılan çalışmaların çoğunda öğrencilerin sosyal medyaya bağımlı oldukları gözlemlenmiştir. Gençler özellikle Facebook, Twitter ve Instagram'ı yoğun olarak kullanmıştır (Demir ve Kumcağız, 2019). Bu çalışmada da Y kuşağı yaş aralığında olan üniversite öğrencilerinin sosyal medya platformlarından Instagram'ı nasıl kullandıklarını tespit etmek amaçlanmıştır.

İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte teknolojiye değişim ve gelişim yaşanmıştır. Bu gelişimde en çok aile kurumunu etkilemektedir. Özellikle toplum içi ilişkiler sanal boyutlara taşınmaktadır (Kırık, 2014). Bireyler artık yüz yüze iletişimi bırakarak bilgisayar ve internet üzerinden iletişime geçmektedirler. Bu durum sosyal ağlar da daha fazla zaman harcanmasına ve aile bağlarının kopmasına, yalnızlaşmaya ve giderek aile içi iletişimin yok olmasına yol açmaktadır (U. Bakan ve U. Bakan, 2017). Bu araştırmada özellikle aile içi iletişimin daha güçlü olması gerektiği ve sosyal medya araçlarından Instagram'ın daha kontrollü kullanılması gerektiği ortaya çıkarmıştır. Sosyal medyanın aile içindeki iletişimi olumsuz etkilememesi için yapılması gerekenleri ortaya çıkarmak amaçlanmıştır.

Akıllı telefonların kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte sosyal medya mecralarına erişim de kolaylaşmıştır. Bu durum da sosyal medyada geçirilen zamanın artmasına ve aile içerisinde geçirilen zamanın da azalmasına yol açmaktadır (Güleç, 2018). Sosyal medya bireylerin her ihtiyaçlarını karşılar duruma gelmiştir ve bu durumda sosyal medya platformlarını kullanım sayılarını arttırmıştır (Demir, 2016).

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına göre kullanıcılar ihtiyaçlarının farkındadırlar. İhtiyaçlarını rahatlıkla açıklayabilirler ve kendilerine en iyi doyumları sağlayabilecek seçeneği özgür iradeleri ile seçebilmektedirler (Küçük Kurt vd., 2009). Araştırmacılar bireylerin medyayı hangi amaçlar için kullandıklarını ve bunun sonucunda elde ettikleri doyumları tespit etmek için kullanımlar ve doyumlar yaklaşımını kullanmışlardır (Karakoç ve Gülsünler, 2012). Araştırmada da kullanımlar ve doyumlar kuramına göre Y kuşağının Instagram kullanımlarının sağladıkları doyumları tespit etmek amaçlanmıştır. Instagram onların hangi ihtiyaçlarına cevap verdikleri ve ihtiyaçlarının giderilmesi durumunda elde ettikleri doyumları nasıl değerlendirdikleri üzerinde durulmuştur.

Bireylerin yaş gruplarının sınıflandırılmasıyla onları belirli zamanlara ayırarak bireylerin değer ve davranışlarındaki farklılaşmalar kuşak kavramı ile ele alınmıştır. Kuşaklar gruplandırılırken yaş unsurunun yanında teknolojik gelişmeler de önem kazanmıştır (Deniz ve Ünal, 2020). Y kuşağı olan bireyler çoğunlukla aileleri ile birlikte yaşamaktadırlar ve kendilerinden farklı bir kuşak olan aileleri ile zor iletişim kurmaktadır (Tükel, 2018). Araştırmada Y kuşağı olan üniversite öğrencilerinin X kuşağı olan aileleri ile kurdukları aile içi

iletişimi ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Bu doğrultuda kuşaklar arasındaki farklılıkların aile içindeki iletişimi olumlu veya olumsuz etkilediği durumlar tespit edilmiştir.

Kuşakların sosyal medyayı bu kadar çok tercih etmesi ve kullanmasının nedeni sosyal medyanın güncellenebilir olması, çoklu kullanımı ve sanal paylaşımlara olanak sağlamasıdır. Bu kolaylıklarla birlikte kullanıcılar fikirleri özgürce yazarlar, düşündükleri olaylar üzerinde tartışır ve yeni görüşler sunarlar (Aydın, 2016). Y kuşağının düşünce ve görüşlerinden sosyal medya araçlarından Instagram'ı kullanım amaçları ve sürelerini ortaya koymak amaçlanmıştır.

Kuşak kavramı kültürler arasında farklılık göstermektedir ve taşıdıkları özellikler her kuşakta farklıdır. Dijital medya ile yetişen Y kuşağı bilgisayarla küçük yaşlarda tanışmıştır (Adıgüzel vd., 2014). Y kuşağı ile ailelerinin içinde bulunduğu X kuşağı arasında kuşak çatışmalarında, kuşaklar arası dönemsel farklılıklar, farklı olanaklara sahip olmaları, kültür farklılıkları ve yaşam tarzlarının farklı olması etkili olmuştur (Mücevher ve Erdem, 2018). Y kuşağı özellikle diğer kuşaklara göre teknolojiyi takip ederler, çoğu işi bir arada yapabilirler ve bu kuşak ebeveynlerine karşı saygılı bir kuşaktır (Yüksekbilgili, 2013). Araştırmada Y kuşağının seçilmesinin nedeni teknolojiyle iç içe olan bir kuşak olmalarıdır. Bu kuşağın teknolojiyi ve Instagram'ı nasıl kullandığı ve nasıl etkilendiklerini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır.

Bu araştırma ile Y kuşağı olan üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının aile içi iletişime etkisini ortaya koymak amacıyla bu görüşler çerçevesinde aile içindeki iletişimi etkileyen unsurların araştırılması ve verilerle analizi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda öğrencilerin bu konulardaki düşünceleri, görüşleri, konuyu aktarırken kullandıkları beden dilleri ayrıntılı olarak aktarılmıştır. Araştırmanın amacı, sosyal medya araçlarından Instagram kullanımının aile içindeki iletişime olumlu ve olumsuz etkilerini saptamaktır. Özellikle yeni medya ile birlikte artan sosyal medya kullanımının üniversite öğrencilerine etkileri araştırılmıştır. Bu amaçla öğrencilerin Instagram kullanım durumlarının aile içindeki iletişimlerini ne kadar etkileyip etkilemediği ortaya çıkarılmak istenmiştir. Aile içi iletişimde sosyal medyanın etkileri, özellikle gençlere etkilerinin ayrıntılı olarak incelenmesi hedeflenmiştir.

Önem

Sosyal medya kullanımı toplumun vazgeçilmez unsurlarındandır ve toplumun en temel birimi olan aile bu mecedan etkilenmektedir. Bu durum ailenin fertlerinin birbirleriyle daha az görüşmesine, yüz yüze iletişimin zayıflamasına yol açmaktadır (M. Yalçın ve M. Yalçın, 2018). Sosyal medya kullanımının artmasıyla birlikte kişilerarası iletişim bozuklukları meydana gelmiştir. Bu yüzden sosyal mecralarda sosyalleşmeye çalışan birey ailesini ihmal edebilmektedir (Utma, 2020). Kullanıcıların sosyal medyada çok fazla vakit geçirmeleri bu platformların önemini arttırmıştır ve özellikle Instagram'da vakit geçiren kısmı genç nesil oluşturmaktadır (Armağan vd., 2019).

Gençler sosyal medya mecralarını farklı amaçlarla kullanmaktalar ve sosyal medyayı kullanım amaçları ile sosyal medyaya bağımlı olma düzeyleri arasında bir ilişki gözlemlenmiştir (Çömlekçi ve Başol, 2019). Instagram kullanıcıları kullanım amaçlarına göre kendilerini ifade etmişler, benliklerini sunmuşlar ve bu doğrultuda da fotoğraf paylaşımları yapmışlardır (Gündüz vd., 2018).

Sosyal medya aile içi iletişimi farklı boyutlarda etkilemektedir. Bu boyutlardan ilki aile üyeleri arasında vakit geçirilen zamanın kısalması, ikincisi ise sosyal mecraların insanlara verdiği rahatlığın etkisiyle sanal ilişkilerin ve aldatmaların olmasından dolayı eşler arasındaki iletişimi ve güveni yok etmesidir (Güleç, 2018).

Sosyal medya kullanımı eğitiminin ebeveynler tarafından çocuklara verilmesi gerekmektedir. Bu durum çocukları internetin zararlarından korumak için yapılmalı ve ebeveynler bu konuda bilinçlendirilmelidir (Okumuş, 2018). Gelişen internet teknolojileriyle birlikte sosyal medya hızla yaygınlık göstermiştir. Bu durum da internet ve sosyal medyanın etkili kullanılması için çocuklara ve ebeveynlere internet ve medya okuryazarlığı eğitimi verilerek bilinçli bir toplum oluşturmak hedeflenmelidir (Solmaz vd., 2013).

Özellikle üniversite öğrencileri interneti ve sosyal medyayı fazla kullanmaktadırlar ve zamanlarının çoğunu sosyal ağlara ayırmaktadırlar (Vural ve Bat, 2010). Bilgisayar ve internet ile iç içe büyüyen gençler yeni teknolojiyi kolayca benimseyebilmektedirler. Bu yüzden teknoloji onların yaşamlarının vazgeçilmez bir parçasını oluşturmaktadır (Aydın, 2016). Sosyal medya insanların yaşamında büyük bir etki olarak görünse de aslında insanların yaşam tarzlarında, hayatı algılayış şekillerinde bağımlılığa yol açmaktadır (Babacan, 2016). Sosyal medya ile bireyler gerçek hayatlarında yapamadıklarını sanal ortamlarda yapmaktadırlar. Bu durum da sosyal medya kullanımını arttırmakta ve bağımlılığın oluşmasına yol açmaktadır (Çiftçi, 2018).

Bireylerin sağlıklı bir şekilde yetiştirilmesi için aile içi iletişim bağlarının kuvvetli olması gerekmektedir. Bu yüzden aile içi iletişimin birey hayatı üzerinde etkisi önem taşımaktadır (Çalışkan ve Aslander, 2014). Sosyal medya ortamları kişilerin kendilerini daha özgür hissettiği, paylaşım yapabildiği ve etkin bir şekilde katılım sağladığı ortamlardır. Bu yüzden sanal alem idealize yaşam tarzını ortaya koymaktadır ve insanların ilgisini daha çok çekmektedir (Öcal, 2018). Sosyal medyayı kullanma amaçları hemen hemen her kuşak için aynıdır. Bu doğrultuda iletişim kurma, paylaşım yapma ve eğlenme ihtiyacını karşılama tüm kuşaklar için geçerlidir (Sarıtaş ve Barutçu, 2016). Araştırmada sosyal medyayı yoğun kullanan Y kuşağının Instagram kullanımının etkilerini ortaya çıkarmak önem arz etmektedir.

Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanım süreleri artış göstermiştir. Bu yüzden sosyal medya hesaplarını sık kontrol etmek ve özçekim yaparak paylaşmak, sosyal medya kullanım süresinin artmasını etkilemektedir (Koç vd., 2019). Gençler sosyal medyayı haberleri takip etmek, vakit geçirmek ve diğer kişilerle iletişim kurmak amacıyla kullanmaktadırlar. Bu durum sosyal medyaya bağımlılığı da beraberinde getirmektedir (Çömlekçi ve Başol, 2019). Araştırma, sosyal medyayı etkin kullanan öğrencilerin sosyal medya ortamlarından Instagram'ı kullanmalarının aile içi iletişimlerini ne derecede etkilediğini açığa çıkarılması açısından önem arz etmektedir.

İnternet ve sosyal medyada geçirilen zaman düşünmek, yeni bir şeyler öğrenmek ve kitap okumak için ayrılan vakitten fazladır. Bu yüzden beyin gelişiminde sıkıntılar yaşanmaktadır ve internette harcanan zamanla düşünmek, yeni içerikler ortaya çıkarmak ve önceki öğrendiklerimiz unutulmaktadır (Carr, 2012). İnsanların yalnız olması da onları sosyal medya mecralarına itmiştir. Böylece birey yüz yüze iletişim kurmanın yerine internet ve bilgisayarla iletişim kurmayı tercih etmişlerdir (Özodaşık, 2001). Sanal alem bireylerin günlük hayatta kurdukları iletişimi etkilemektedir. Böylece birey gerçek hayattan uzaklaşarak yalnızlaşacaktır. Bu gibi etkilerin görülmemesi için ailelerin bilinçli olmaları ve sosyal medya ortamlarını daha kontrollü kullanmaları gerekmektedir (Demir, 2016). Gençler sanal alemde yalnızlaşarak ailelerinden ve çevrelerindeki insanlardan uzaklaşırlar. Bunun sonucunda aile ile iletişimleri zayıflamakta, odalarına kapanmakta ve ebeveynleri ile çatışma yaşamaktadırlar (Dilber, 2019). Aileler boş zaman değerlendirme konusunda bilinçli olmalı ve çocuklarını bu doğrultuda iyi yetiştirmelidirler. Özellikle ergenlerin çoğu vakitlerini bilgisayar ve sosyal medya ortamlarında geçirmektedirler. Aileler bu durumun önüne geçerek çocuklarının boş zamanlarını, sanal ortamlar yerine yüz yüze iletişim kurarak geçirmelerini sağlamalıdır (Aslan ve Cansever, 2012).

Bu bilgiler araştırmada açık bir şekilde verildikten sonra ortaya çıkan çalışmanın sonuçları sosyal medya platformlarından Instagram'ın kullanımının aile içi iletişime etkisini tespit etmek adına önem arz etmektedir. Araştırmada Instagram kullanımının üniversite öğrencilerine ve aile içi iletişime etkisi konusunda öğrencilerin görüşleri saptanarak ileride yapılacak olan araştırma çalışmalarına yol göstermek açısından önem arz etmektedir. Çalışma sonuçları öğrencilere ve ailelere fayda sağlayacaktır. Araştırmacılar bu araştırmayı incelediklerinde problemlerin açığa çıkardığı sonuçları göreceklerdir. Aileler ise sosyal medya kullanımı açısından neler yapabileceklerini ve aile içi yüz yüze iletişimi daha sağlıklı bir şekilde gerçekleştirebileceklerini göreceklerdir. Araştırmanın aile içi iletişim kavramının öğrencilerin Instagram kullanımına etkisini açığa çıkarmasında yararlı olacağı varsayılmıştır. Bu çalışmanın sonuçlarının daha kapsamlı araştırmalara dayanak olacağı öngörülmüştür. Çalışmanın bu alana katkısının olacağı düşünülmüştür. Araştırmanın topluma ve bilime katkısı sosyal medyayı daha dikkatli kullanarak bireylerin yüz yüze iletişimlerini sağlaması yönündedir. Yüz yüze iletişim kuran bireyin toplumla ilişkileri daha kuvvetli olmaktadır. Sağlıklı iletişim kurmak için aile içi ilişkilerimizin ve toplumla ilişkilerimizin güçlü olması gerekmektedir.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Bu araştırmada kullanımlar ve doyumlar kuramı ilkeleri kullanılacaktır. Bu kuramı psikolog Katz (1974) ortaya çıkarmıştır. Yeni teknolojilerle birlikte bireylerin iletişim faaliyetlerinde değişiklikler olmuştur. Mağaradaki yazılardan başlayarak dijital iletişime gelene kadar bireylerin iletişim şekilleri ve kullanımlardan sağladıkları doyumlar farklılık göstermiştir (Üçer, 2016). Kuram kullanıcının ihtiyaçlarını karşılama ve onu doyuma ulaştırma ile ilgilidir. Bu doyumlar kullanıcılara ilginç gelen, onları esir eden medya türleridir ve kullanıcıların sosyal, psikolojik gereksinimlerini doyuma ulaştırır (Özer, 2017). Kullanımlar ve doyumlar kuramı, izleyiciyi ön plana çıkarır, izleyici istediği medyayı ve içeriği seçerek kullanır. Bu doğrultuda daha çok izleyicinin istekleri ve bu isteklerin doyumunun sağlanması gerekmektedir (Küçük Kurt vd., 2009).

İzleyici artık pasif bir konumdan çıkıp aktif bir konuma ulaşmıştır ve iletişim çalışmaları da izleyici merkezli olmuştur. Bu kuram, iletişim araçlarından hangilerinin nasıl ve ne doğrultuda gereksinimleri karşıladığını araştırmaktadır (Göncü, 2018). Yeni medya teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte sosyal medya da kullanıcılar aktif hale gelmişlerdir. Bu nedenle sosyal mecraların kullanım sebepleri, alışkanlıkları ile hangi kullanıcı ihtiyacını karşıladığı ve doyuma ulaştırdığı tartışılan bir konu olmaktadır (Kara, 2016). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı insanların medya tüketimine dayanmaktadır (Çöteli, 2016). Kullanıcılar bazı sosyal medya platformlarını takip etmişlerdir ve bu platformları kullanarak doyuma ulaşmışlardır. Bu doğrultuda bazı güdülerle harekete geçmişlerdir ve sosyal medya platformlarını tercih etmişlerdir (Saatçioğlu ve İnanç, 2020). Sosyal medya eğlence, zaman geçirme ve bilgi edinme ihtiyaçlarını karşılamak için kullanılmıştır (Alikılıç vd., 2013). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına göre televizyon izlemek izleyici tercihindedir. Bu duruma göre aktif olan izleyici televizyonda seçtikleriyle ihtiyaçlarını doyuma ulaştırmıştır (Karadağ ve Algül, 2018).

Öğrencilerin sosyal medya ve kullanım alışkanlıkları, motivasyonları kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde ele alınmıştır. Öğrenciler çoğunlukla sosyal medyayı bilgi edinmek, kolay yoldan haberleşme ve eğlenme amacıyla kullanmışlardır (Canöz, 2016).

Yeni medyayla birlikte internete ulaşımın kolaylaşması ve sosyal medya ortamlarının yaygınlaşmasıyla birlikte bu mecralar hayatımızın vazgeçilmez parçalarını oluşturmaktadır. Bireyler de sosyal medya ortamlarına katılarak bazı ihtiyaçlarını doyuma ulaştırmaktadırlar ve motive olmaktadır (Yetkiner ve Öztürk, 2020).

Üniversite öğrencilerinin internet kullanımından sağladıkları doyum, ne zamandan itibaren internet kullandıklarına, internet kullanma becerilerine, kullanım sürelerine göre değişiklik göstermektedir (Balcı ve Ayhan, 2007). Araştırmada da sosyal medya mecralarından Instagram'ın üniversite öğrencilerinin kullanımının aile içi iletişimlerine etkilerini ortaya çıkarmak amacıyla öğrencilerin ve ailelerin Instagram kullanımları kullanımlar ve doyumlar yaklaşımıyla tespit edilmiştir.

Kullanımlar ve doyumlar kuramı bireyleri medyanın kölesi olmaktan kurtararak bilinçli kullanıcılar olmalarını sağlamaktadır (Gezgin, 2018). İnsanlar sosyal medya sayfalarıyla sosyallik ihtiyacını doyuma ulaştırmaktadırlar. Sosyal medya ortamlarında eğlenerek vakit geçirirler ve eğlence ihtiyaçları doyuma ulaşmış olmaktadır (Cevher ve Ustakara, 2019). Kitle iletişim araçlarının içeriğini izleyiciler belirlemektedirler. Bu nedenle kendi ihtiyaçları ne doğrultudaysa o yönde içerik seçmektedirler ve gereksinimleri karşılamaktadırlar (Bütün ve Aydın, 2018). İzleyiciler medyayı farklı amaçlar için kullanmaktadırlar. Bu amaçlar insanları etkilemek ve motivasyon sağlamak olarak ifade edilmektedir (İşman ve Özdemir, 2018).

Sosyal medyanın aktif kullanım durumu, bireylerin bu mecraları nasıl kullandıklarının ortaya çıkarılmasında etken bir unsur olmaktadır. Bu yüzden kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı da aktiflik önem kazanmaktadır. Böylece bireyler sosyal medyada hem içerik üreticisi hem de tüketicisi olarak yer almaktadırlar (İlhan ve Aydoğdu, 2019). Sosyal medyada bireyler konum paylaşma özelliğini kullanmaktadırlar. Bu doğrultuda bulunduğu yerleri paylaşma hazzı, konum verisi sayesinde yeni insanlarla tanışma ve mekâna bağlı olma durumları sosyal medyanın konum paylaşma özelliğinin verdiği gereksinimlerin doyuma ulaştırılmasıdır (Şahoğlu, 2018). Üniversite öğrencilerinin doyuma ulaşabilmeleri için sosyal olanaklar, beklentiler ve kişisel etkenler üzerinde durulmalıdır. Bu etkenler onları başarı ve doyuma ulaştırmaktadır (Gülcan vd., 2002). Sosyal medya insanlara kendilerini sunma, diğer kişilerle iletişime geçip sosyalleşme, bazı ilişkilerin başlaması gibi olanaklar sunmaktadır. Bu olanaklardan özellikle gençler, yakınlarıyla iletişime geçmek, eğlenmek, mesaj göndermek amacıyla yararlanmışlardır. Bu şekilde yaşam doyum düzeyleri ile sosyal medya kullanım süreleri arasında ilişki söz konusu olmuştur (Balcı ve Koçak, 2017).

Bu kuram sosyal medya mecralarından olan Instagram'ın üniversite öğrencileri tarafından kullanımının aile içi iletişime etkisi bağlamında ele alınmıştır. Sosyal medyayı ihtiyaçları doğrultusunda kullanan ve doyuma ulaşan birey onlara bağımlı olur ve etkilerinden kurtulamazlar. Daha fazla bu mecralarda zaman geçirmeye başlamışlardır. Bu durum da aile içi iletişimi etkilemiştir. Kullanımlar ve doyumlar kuramı da bu yüzden araştırma ile ilişki gösterir ve önem taşır. Bu kurama göre bazı gereksinimlerini karşılayan birey doyuma ulaşır ve motivasyonlarını gerçekleştirir. Bu kuramda sosyal medyadan kullanıcıların doyumunu karşılanırsa kullanım alışkanlıkları da artar ve bazı aile içi iletişim problemlerine yol açar görüşü bu kuramı araştırma ile ilişkilendirir. Araştırmada kuramın, sosyal medya kullanımı ve doyumunu ilkeleri ele alınmıştır. Sosyal medya mecralarından Instagram'ın kullanımı ve bu kullanım sonucunda öğrencilerin doyumları ne yönde olacağına ulaşılmıştır. Öğrencilerin ihtiyaçlarının ne olduğuna ve bu ihtiyaçlar doğrultusunda Instagram'ı nasıl kullandıklarına erişilmiştir. Öğrencilerin ne derecede doyuma ulaştıkları ve Instagram kullanımlarının aile içi iletişimlerini etkileyip etkilemediği ve eğer etkiliyorsa ne tür bir aile içi iletişim problemine sebep olduğu tespit edilmiştir.

LİTERATÜR TARAMASI

Bu araştırma ile ilgili literatürde çeşitli çalışmalar bulunmaktadır.

Bu çalışmalardan ilkinin Demir (2016) medya kullanımının aile içi iletişime etkisi konusunda yapmıştır. Sosyal medya kullanımının yüz yüze iletişime etkisi aile iletişimi kavramı üzerinden açıklanmıştır. Sosyal medyayı kullanım düzeyine göre aile içi iletişimlerin farklılık göstermesi durumuna değinilmiştir. Sosyal medya kullanımlarının artması bu mecraların verdikleri zarar ve yararlar üzerinde durulmasına sebep olmaktadır. İnternet ortamının getirdiği kolaylıklar sorunlu insan davranışlarına yol açmaktadır. Bu davranışlardan biri olan aile içindeki yüz yüze iletişimin kopması ve yeni teknolojilerinin ailelere etkisi ayrıntılı olarak incelenmiştir. Gençlerin sosyal medya kullanım amaçları, kullanım sıklığı ve sürelerine göre aile içi iletişimlerinde farklılıklar incelenmiştir.

Bu çalışmada lise öğrencilerine yönelik sorular sorulmuştur. Öğrencilerin internette ne kadar saat geçirdikleri, interneti ne amaçla kullandıkları tespit edilmiştir. Sosyal medya kullanım amaçlarının, kullanım sıklığının ve günlük kullanım sürelerinin aile içi iletişime etkisi ortaya çıkarılmıştır. Öğrencilerin sosyal medya kullanım amaçları ile aile içi iletişim düzeyleri arasında anlamlılık tespit edilmiştir.

Bu çalışmanın araştırmaya katkısı, gençlerin sosyal medyayı nasıl kullanması gerektiği ve aile içi iletişim kavramı ile sosyal medya kullanımının bağlantılı olduğu yönündedir. Çalışmada öğrencilerin sosyal medya bakış açılarını ortaya çıkarmak için sorular oluşturulmuştur ve 714 lise öğrencisine sosyal medyayı kullanım bilgilerinin ve aile içi iletişime etkisini tespit edecek ölçek uygulanmıştır. Ölçek geliştirilirken 40 öğrenci ile birebir görüşme yapılmıştır. Sosyal medya yüzünden karşılaştıkları aile içi sorunları dile getirmeleri istenmiştir. Bu araştırmada ise sosyal medya mecralarından Instagram'ın aile içi iletişime etkilerini ölçmek adına üniversite öğrencilerine odak grup görüşmesi uygulanmıştır.

İkinci çalışmayı Çalışkan ve Aslander (2014) aile fertlerinin birbirleriyle iletişimi, aile içi iletişimi kısıtlayan durumları, aile içi iletişimin çocuklar için önemini ve siber yaşamın aile içindeki iletişime etkisini belirlemek için

yapmışlardır. Araştırmada ilk olarak sağlıklı bireyler yetiştirmek için aile içi iletişimde nelere dikkat edilmesi gerektiğinden bahsedilmiştir. Ailelerin ve çocukların gündelik hayatlarını etkileyen siber yaşam yani sosyal medya gibi mecraların aile içi iletişimi etkilediği belirtilmiştir. Çalışmada aile içi iletişimin önemine, aile içindeki iletişimin iyi bir şekilde sürdürülmesine ve aile içi iletişimi olumsuz etkileyen şiddet unsuruna vurgu yapılmıştır. Çalışmada aile fertleri arasındaki uyumsuzluğun aile içi iletişimi olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir. Siber yaşamın hayatımızı kolaylaştırdığı gibi zorlaştırdığından ve bağımlılığa yol açtığından bahsedilmiştir. Cep telefonu ve internete bağımlı olma durumunun aile içi iletişimi ve etkileşimi zayıflatacağı görülmüştür. Kontrollü bir şekilde internet kullanımının aile içi iletişimi olumlu etkileyeceği, ailelerin çocuklarıyla daha fazla zaman geçirerek aile içi ilişkilerinin iyileşeceği ve siber yaşam aletlerine ayrılan zamanın azaltılması gerektiği ortaya çıkarılmıştır.

Bu çalışmanın araştırmaya katkısı siber yaşamın aile içi iletişimi etkilediği yönündedir. Çalışmada aile içi iletişimi engelleyen unsurlardan cep telefonu ve internet bağımlılığı kavramına değinilmiştir. İnterneti fazla kullanmanın aile içindeki iletişimi etkilediği bilgisi bu araştırma ile benzer yöndeki bilgileri kapsamaktadır. Çalışmada şiddet olgusu aile içi iletişimi etkilemesi açısından değerlendirilmiştir. Fakat araştırmada şiddet kavramına değinilmemiştir. Bu açıdan çalışma bu araştırmadan farklılık taşımaktadır. Çalışmada siber yaşamın aile ve çocukların yaşamlarına etkisi cep telefonu, Facebook ve internet üzerinden ele alınırken araştırmada sosyal medya mecraların aile ve üniversite öğrencilerinin yaşamlarına etkisi Instagram üzerinden ele alınmıştır. Instagram'ın üniversite öğrencilerine ve onların aile içi iletişim ve etkileşimlerine etkisi, kullanım süreleri gibi unsurlar üzerinde durulmuştur.

Üçüncü çalışmayı Güleç (2018) iletişim araçlarından olan sosyal medyanın aile içi ilişkilere etkisi konusunda yapmıştır. Araştırmada sosyal medyanın boş zamanları değerlendirme etkinliği olduğu ve aile içi ilişkileri etkilediğinden bahsedilmiştir. İçinde yaşadığımız çağın bilim ve teknoloji çağı olduğunu ve internetteki teknolojinin bazı yenilikleri de beraberinde getirdiği üzerinde durulmuştur. İnternet teknolojisinin insanları yalnızlaştırdığı, yüz yüze etkileşim ve iletişimden kopardığı bahsedilmiştir. Sosyal medyanın aile içi iletişimi etkilediği bazı unsurlar açıklanmıştır. Sosyal medyanın bireyleri bağımlı yaptığı ve aile içindeki iletişimde yüz yüze etkileşim kurmak yerine sanal ortamlarda etkileşim kurmaya yol açtığı açıklanmıştır. Çalışmada sosyal medyanın kullanım durumlarının sınırları aştığı, sosyal medyada çok zaman kaybı olduğu bu durumun da ailedeki iletişimi kötü yönden etkilediği üzerinde durulmuştur.

Çalışmada aile içindeki bireylerin sosyal medya, internet ve televizyona ne kadar zaman ayırdıkları saptanmıştır. İnternet kullanımının çoğunu genç ve çocuk kitlenin oluşturduğu, internet kullanımında ailelerin eğitilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Sosyal medya kullanımının çocuklar üzerinde olumsuz etkilerinin olduğundan ve çocukların kişilik özelliklerini etkilediğinden bahsedilmiştir. Aynı zamanda sosyal medyanın olumsuz etkisinin ebeveynler için de geçerli olduğu saptanmış, eşlerin birbirlerine zaman ayırmak yerine sosyal medyayla vakit geçirdiğini ve sanal ortamlarındaki beğenilerin ve paylaşımların tartışmaları, kıskançlıkları getirdiği açıklanmıştır. Bu yüzden ebeveynler sosyal medyanın olumsuz etkilerine maruz kalmışlardır.

Çalışmada sosyal medyanın aile içi iletişimde hem çocuğu hem de anne ve babayı etkilediği üzerinde durulmuştur. Bu araştırmada ise Instagram'ın aile içindeki iletişime etkileri incelenmiştir. Bu çalışmanın araştırma konusuyla ilişkisi ise, sosyal medya internetin alt basamağı olduğundan teknolojik içeriklerin hepsinin aile içi iletişime etkisinin olduğunun, özellikle öğrenciler ve aileler üzerindeki olumsuz etkilerinin olduğunun tespitidir.

Dördüncü çalışmayı Yalçın, M. ve Yalçın, M. (2018) sosyal medya kullanımının aile içi iletişime etkisi konusunda yapmışlardır. Sosyal medyanın fazla kullanımının aile içi iletişimi olumsuz yönde etkilediği, aile içindeki kişilerin birbirlerine az vakit ayırdığı, aile içinde iletişim farklılıklarının olduğu ortaya çıkarılmıştır. Sosyal medyayı kavramak için onun özelliklerinin iyi bilinmesi gerektiği, sosyal medyada harcanan zamanın artması, bireylerin sanal ortamda kendilerini kaybetmeleri, yüz yüze iletişimin yitimine yol açtığı, çocukların artık sanal âlemde kendilerini ifade ettikleri, teknolojik gelişmelerle birlikte aile içindeki bağların koptuğu belirtilmiştir.

Öğrencilerin belli başlı özellikleri cinsiyetleri, yaşları, sosyal medyayı kullanma düzeyleri analiz edilmiştir. Öğrencilerin ailelerinin yanındayken sosyal medyada gerçekleşen durumları merak etmeleri, sosyal mecra da eğlenmeleri, sosyal mecra nın kullanılması ile aile içindeki paylaşımların durumu cinsiyet ile sosyal medyada bağımlı olma durumları arasındaki ilişki, yaş unsuru ile aile içi iletişim farklılıkları, sosyal ortamlarda olma durumu ile aile içindeki iletişimin seviyeleri tespit edilmiştir. Tespit edilen bulgulara göre, sosyal medyayı kullananların çoğunluğunun her gün düzenli olarak hesaplarına girdikleri, yaklaşık olarak 2 saat sosyal medyada oldukları sonucuna ulaşılmıştır. 7 ile 9 yıl arasında sosyal hesaplarını kullananların fazla olduğu, sosyal medyayı kullanım düzeylerinin iyi olduğu, sosyal medya araçlarından en fazla Instagram, Youtube, Facebook kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Instagram'ı kullananların sayısının arttığı, öğrencilerin çoğunluğunun ailelerinin yanındayken sosyal medyada gerçekleşen durumları merak etmediği, çoğunluğunun sosyal mecralarda eğlendikleri bu yüzden de ailelerine sınırlı zaman ayırdıkları tespit edilmiştir.

Bu çalışmada sosyal medyanın aile içi iletişime olumsuz etkilerinden bahsedilmiştir. Araştırmada ise Instagram kullanımının aile içi iletişime etkilerinden bahsedilmiştir. Çalışma sosyal medyanın aile içindeki iletişimi zedelediği yönünden araştırmaya yarar sağlamıştır. Teknolojik aletleri kullanmanın her durumda olumsuz etkilere yol açacağı ortaya çıkarılmıştır.

Beşinci çalışmayı Utma (2020) sosyal medya kullanımının artmasıyla birlikte kişiler arasında iletişim kopuklukları olduğu, aile kurumunun etkilendiği ve sanal ortamda zaman geçiren bireylerin belli bir süre sonra çevrelerindeki kişilere özellikle ailelerine yabancılaştıkları konusunda yapmıştır. Çalışmada sosyal medyanın eşlerin arasında kopukluklara yol açtığından ve sosyal mecralarda vakit geçirme süresinin artması, aile fertlerinin beraber geçirdikleri vakitlerin azalmasına sebep olduğundan bahsedilmiştir. Bu nedenle sanal aldatmaların yaşandığı ve eşler arasında güvensizlik problemlerinin ortaya çıktığı belirtilmiştir. Sanal ortamlarda fazla vakit geçiren bireylerin ailelerindeki diğer bireylere zaman ayırmadıkları ve ilişkilerinin zarar gördüğü belirtilmiştir.

Çalışmada sosyal medya kullanımının aile kurumunu etkilediği görülmüştür. Sosyal mecralarda kontrolsüzce geçirilen vakitlerin aile içi iletişimi etkilediği, sanal ortamlarda aldatmalara yol açtığı, eşler arasında anlaşmazlıkların ortaya çıktığı tespit edilmiştir. Sosyal medyada aile mahremiyetinin giderek azalmakta olduğu ve bireycilik unsurunun ön plana çıktığı görülmüştür. Bu şekilde yalnızlaşan bireyin aile bağları da zaman içinde yok olmaktadır. Sosyal medyanın kullanımı konusunda çocukların bilinçlendirilmesi ve çocukları çevrim içi risklerden korumak için çaba sarf edilmesi gerektiği belirtilmiştir. Bu doğrultuda en büyük sorumlulukların ailelere düştüğü ifade edilmiştir. Aileler bu konuda bilinçli olurlarsa ve çocuklarını da bilgilendirirlerse aile içi iletişim sıkıntılarının giderileceği sonucuna varılmıştır.

Bu çalışmanın araştırmaya katkısı sosyal medya kullanımının artmasının aile içi iletişimi etkilediği yönündedir. Araştırmayla olan ilgisi ise sanal ortamlarda olan bireylerin o ortamlarda çok zaman geçirerek belli bir süre sonra yüz yüze iletişimlerinin ve aile içi iletişimlerinin zayıfladığı yönündedir. Çalışmada sosyal medya kullanımının ailede eşler ve çocuklar üzerindeki etkilerinden bahsedilirken araştırmada sosyal medya kullanımının üniversite öğrencileri ve ailelerinin üzerindeki etkilerinden söz edilmiştir. Bu açıdan da çalışma bu araştırmadan farklılık taşımıştır.

Altıncı çalışmayı Z. Vural ve M. Bat (2010) insanların sanal ortamlarda daha fazla vakit geçirdiklerinden, kendi yaşam ihtiyaçlarını bu ortamlardan karşıladıkları konusunda yapmışlardır. Sanal ve gerçek arasındaki sınırın ortadan kalktığı ve sanal ortamlarda arkadaş edinme, insanlarla fikir alışverişinde bulunma, başka bir kişiyle tanışıp evlenme gibi kararların alındığı ortaya konulmuştur. Sosyal medyanın kullanımı genellikle gençler arasında yaygınlık gösterdiği ve geleneksel medyaya rakip olduğu üzerinde durulmuştur. Yeni iletişim teknolojileri ve sosyal medyanın ayrıntılı tanımı üzerinde görüşler öne sürülmüştür.

Çalışmada üniversite öğrencilerinin internet ve sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve sosyal medya farkındalıkları tespit edilmiştir. Tespit edilen bulgulara göre, üniversite öğrencilerinin interneti yaygın ve büyük bir ilgiyle kullandıklarına ulaşılmıştır. İnternetin öğrenciler tarafından bilgi paylaşımı için kullanıldığı görülmüştür. Öğrencilerin yarısından fazlasının her gün internete girdikleri, büyük bir çoğunluğunun sosyal ağları etkin kullandığı sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal ortamlarda geçirdikleri zamanın ortalama 1-3 saat olduğu ve bu ortamları çoğunlukla zaman geçirmek için kullandıkları gözlenmiştir. Öğrencilerinin yarısına yakınının sanal ortamlarda tanıştıkları insanlarla yüz yüze görüşmedikleri görülmüştür. Görüşenlerin oranı da %35,4 civarında olduğu ortaya çıkarılmıştır.

Bu çalışmada öğrencilerin internet ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarından ve kullanım sürelerinden bahsedilmiştir. Araştırmada ise öğrencilerin Instagram kullanım alışkanlıklarından, kullanım sürelerinden ve hangi amaçla kullandıklarından bahsedilmiştir. Çalışmada üniversite öğrencilerine anket yapılırken daha sayısal ve net sonuçlara ulaşılmıştır. Araştırmada ise üniversite öğrencilerine odak grup görüşmesi yapılarak daha niteliksel ve konu üzerinde çözüm yolları aramaya yönelik bulgular elde edilmiştir. Çalışma bu yönüyle araştırmadan farklılık göstermektedir. Çalışma sosyal medyanın öğrencilerde ne yönde kullanıldığı ve onları nasıl etkilediği yönünden araştırmaya yarar sağlamaktadır.

Yedinci çalışmayı Aydın (2016) üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımları konusunda yapmıştır. Öğrencilerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarını tespit etmek için sanal ortamlara yönelik görüşleri ve bu ortamları ne şekilde kullandıkları araştırılmıştır. Öğrencilerin iletişim kurdukları ortamlar, internet araçlarını nasıl kullandıkları ve interneti kullanma oranlarının cinsiyete göre farklılıkları açıklanmıştır. İnterneti kullanma durumları demografik özelliklere göre incelenmiştir. İnterneti kullanım sıklıklarına, çevrelerindeki insanlarla hangi ortamlardan haberleştiklerine, sosyal ağları kullanma yeterliliklerine ve sosyal ağları kullanım amaçlarına değinilmiştir.

Çalışmada internet kullanımının yaş aralığına göre dağılımı 16-24 yaş olarak bulunmuştur. Kullanıcıların kullanım sıklıkları ve sosyal ortamları kullanımları arasında anlamlı bir bağlantı görülmüştür. Öğrencilerin her gün 5-6 saat interneti kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bu sıklık öğrencilerin çok küçük yaşlarda internetle tanışmasından kaynaklanabilmektedir. Öğrencilerin arkadaşlarıyla haberleşmek için en çok telefonu kullandıkları ortaya çıkarılmıştır. Kadın ve erkek kullanıcılar kendilerini internet kullanımı açısından yeterli görmüşlerdir. En çok kullandıkları sosyal medya aracının ise Facebook olduğunu ifade etmişlerdir. Second life, pinterest, flicker gibi sosyal medya araçlarını kullanmadıkları tespit edilmiştir. Kadın ve erkek öğrencilerin sosyal ağları tercih etmelerinin nedeni arkadaşlarıyla haberleşme isteklerinin olduğu gibi bulgular ortaya çıkarılmıştır.

Çalışmanın araştırmayla benzerliği, üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarını tespit etmek yönündedir. Çalışmada öğrencilerin internet ve sosyal medya kullanım alışkanlıkları ele alınırken araştırmada ise öğrencilerin Instagram kullanım alışkanlıkları üzerinde durulmuştur. Çalışmada sosyal medyanın sadece

öğrenciler üzerindeki etkilerine değinilirken araştırmada sosyal medyanın öğrenciler ve aileleri, aile içi iletişimlerine etkileri de ele alınmıştır. Sosyal medya kullanımının aileler ve gençler üzerindeki etkileri üzerinde durulmuştur. Çalışma bu yönüyle araştırmadan farklılık göstermektedir.

Sekizinci çalışmayı B. Gülnar ve F. Öztat (2020) aile içindeki yüz yüze iletişimin internet ve sosyal medya kullanımı ile ilişkisi konusunda yapmışlardır. İnternet ve sosyal medyanın gelişmesiyle birlikte teknoloji, iletişim sürecine dahil olarak yüz yüze iletişim kavramında değişiklikler meydana getirmiştir. Aynı ortamı paylaşan aile fertlerinin davranışları çevrim içi teknolojilerle birlikte değişime uğramıştır. Aile bireylerinin yüz yüze iletişim sıklıkları, interneti kullanım türleri, sosyal medyayı kullanım türleri ve amaçları üzerinde durulmuştur. İnternet ve sosyal medya kullanımının aile fertlerine etkileri sorgulanmıştır.

Bu çalışma ile ailelerin haftada ortalama günlük 4 saat birbirleriyle yüz yüze iletişim kurdukları saptanmıştır. Sosyal medyanın kullanımı arttıkça yüz yüze kurulan iletişimin sıklığının da azalmakta olduğu görülmüştür. Aile içinde yüz yüze iletişim sıklığının arttığı zaman ise arkadaş edinmek için sosyal medyanın kullanılmasıdır. Bireylerin yüz yüze kurdukları iletişim düzeyleri, seçilen sosyal medya araçlarına ve kullanım amaçlarına göre farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Bireylerin internet ve sosyal medyayı daha çok eğlence amacıyla kullandıkları bulgularına ulaşılmıştır. Sosyal medya mecralarından günlük kullanım olarak en çok WhatsApp'ı kullandıkları ortaya çıkarılmıştır. Zaman geçirmek için sosyal medyayı kullandıkları belirtilmiştir. Yüz yüze iletişim sıklığının internet ve sosyal medya kullanımıyla ilişkisinde sosyal medyanın ve WhatsApp kullanımının arttıkça yüz yüze iletişim sıklığının azaldığı tespit edilmiştir. Ancak Facebook' da kurulan ilişkilerin yüz yüze iletişime dönüşebileceği ortaya çıkarılmıştır. Bireylerin arkadaş edinme amacıyla Facebook'u kullanmaları yüz yüze iletişimi desteklediklerini göstermiştir. Arkadaş edinme amacıyla Facebook kullanımı ile yüz yüze iletişim sıklığı arasında anlamlı ilişkiler olduğu saptanmıştır.

Bu çalışmanın araştırma ile ilişkisi sosyal medya kullanım sıklıklarının aile fertlerine etkileri doğrultusundadır. Sosyal medyanın kullanımı arttıkça yüz yüze iletişimdeki azalmalar ailedeki bireyleri etkilemiştir. Çalışma bu doğrultuda araştırma ile benzer yöndeki bilgileri kapsamaktadır. Yüz yüze iletişim sıklığı sosyal medya kullanım amacına göre değişmiştir.

Dokuzuncu çalışmayı Dilber (2019) sosyal medyanın aile içindeki iletişime etkilerini ve aile içi iletişimi engelleyip engellemediğini belirlemek üzere gerçekleştirmiştir. Üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı kullanmalarının aile içi iletişimlerine etkisi üzerinde durulmuştur. Sosyal medya kullanımının aile içinde tartışmalara neden olup olmadığı ve aile fertlerinin sosyalleşmesinde engel olup olmadığı incelenmiştir.

Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin en çok tercih ettikleri sosyal medya platformunun Instagram olduğu tespit edilmiştir. Sosyal medyayı kullanım amaçlarının eğlenme ve boş zamanlarını değerlendirme yönünde olduğu görülmüştür. Sosyal medyanın aile içinde yüz yüze iletişimi kısıtladığı, aile fertlerini yalnızlaştırdığı ortaya çıkarılmıştır. Sosyal medya kullanımının ebeveynler ve çocuklar arasında sorunlara yol açtığı gibi bulgular tespit edilmiştir. Üniversite öğrencilerinin yarısının 1 ile 3 saat arasında sosyal medyayı kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Öğrencilerin çoğunluğu sosyal medya kullanımının aile içi iletişimi olumsuz yönde etkilediği kanısındadır. Erkek ve kadın öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım süreleri incelendiğinde kadınların erkeklerden daha fazla sosyal medyada vakit geçirdiklerini belirtilmiştir. Cinsiyete göre sosyal medyayı kullanım amaçları incelendiğinde kadınların daha çok eğlenme amacıyla erkeklerin ise bilgi alışverişinde bulunma amacıyla kullandıklarına ulaşılmıştır. Cinsiyete göre en çok kullanılan sosyal medya platformları incelendiğinde kadınların daha çok Instagram'ı erkeklerin ise Youtube'u tercih ettikleri görülmüştür.

Çalışmanın araştırma ile ilişkisi sosyal medya kullanımının aile içindeki iletişime etkilerini ve aile içi iletişimi etkileyip etkilemediğini ortaya çıkarmak yönündedir. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımının aile içi iletişimlerine etkileri üzerinde durulması çalışmanın araştırma ile benzer yöndeki bilgilerini oluşturmaktadır. Çalışmada üniversite öğrencilerinin en çok tercih ettikleri sosyal medya platformu Instagram olarak belirlenmiş ve sosyal medyanın aile içi iletişime etkisi incelenmiştir. Araştırmada da üniversite öğrencilerinin Instagram kullanım alışkanlıklarının tespiti ve aile içi iletişime etkisi ortaya çıkarılmıştır.

Onuncu çalışmayı Elitaş (2020) sosyal medya kullanımının aile içindeki iletişim süreçlerine katılmaya etkisi konusunda yapmıştır. İnternet ve sosyal medya kullanımındaki artış ile kişilerde farklı değişimler olduğu ve aile içi iletişimin dijital ortamlara taşındığı belirtilmiştir. Öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım düzeylerine göre aile içi iletişimlerinin değişime uğraması durumu ele alınmıştır. Özellikle ergenlerin cinsiyetleri ile sosyal medyayı kullanımları arasındaki farklılıklar, cinsiyetleri ile aile içi paylaşımları arasındaki farklılıklar ve sosyal medyayı günlük kullanım süreleriyle aile içi paylaşımları arasındaki farklılıklar incelenmiştir.

Ergenlerin sosyal medyayı kullanım düzeyleri analiz edilmiştir. Ergenlerin sosyal medyayı kullanım konusunda bilgi sahibi oldukları tespit edilmiştir. Cinsiyetleri ile sosyal medyayı kullanım geçmişleri incelendiğinde kadınların daha uzun zamandır sosyal medyayı kullandıklarına ulaşılmıştır. Ergen öğrencilerinin neredeyse yarısının sosyal medyada 3-4 saat geçirmekte oldukları görülmüştür. Ergenlerin sosyal medyada eğlenceli vakitler geçirdikleri ve aileleriyle birlikte zaman geçirmeyi sosyal medyaya tercih ettikleri ortaya çıkarılmıştır. Ergenlerin aileleriyle birlikte de iletişim süreçlerine aktif bir şekilde katılmadıkları ve aile içinde pasif oldukları, sosyal medyada aktif oldukları gibi bulgular tespit edilmiştir. Aile içi iletişim süreçlerine ergenlerin katılıp katılmamasını sosyal medyanın %22 civarında belirleyici unsur olduğu bulunmuştur. Bu durum ergenlerin aile içi iletişim

düzeylerinin azalmasının sebebi olarak görülmüştür. Ergenlerin sosyal medyayı kullanımları fazlaştıkça fiziksel katılım gerektiren ilişkilerinde azalma olduğu tespit edilmiştir.

Çalışma sosyal medyanın aile içi iletişimi zedelediği yönünden araştırmaya yarar sağlamıştır. Bu çalışmada ergenlerin sosyal medya kullanımlarının aile içi iletişimlerine etkilerinden bahsedilmiştir. Araştırmada ise üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımlarının aile içi iletişimlerine etkilerinden bahsedilmiştir. Çalışma bu yönüyle araştırmadan farklılık göstermiştir.

İncelenmiş olan çalışmalarda aile içi iletişimin sosyal medya tarafından etkilendiği, yüz yüze iletişimin giderek yok olduğu onun yerine çevrimiçi iletişimin geçtiği vurgulanmıştır. Bu durum önlenemezse aile içi ilişkilerin zarar göreceği tespit edilmiştir. Çalışmalar sosyal medya kullanımının öğrencilere etkisini de kapsadığı için araştırma ile bağlantılıdır. İncelenen çalışmalarda sosyal medyanın etkilerinden bireylerin korunması gerektiği ve bu konuda bilgilendirilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Sosyal medya kullanımının genel olarak olumsuz özelliklerinden bahsedilmiştir. Bu durum aile içi iletişimin de sosyal medya kullanımı ile olumsuz bir şekilde etkilendiğini ortaya çıkarmıştır. Sosyal medya platformlarına ne kadar fazla bağımlı olunursa o kadar fazla aile içi iletişim zarar görür. Öğrenciler, çocuklar ve eşler arasında anlaşmazlıklar görülür. Çalışmalarda sosyal medyayı kullanım sıklığı ile sosyal medyayı kullanım amaçlarının farklılaştığı ve bu farklılığın da aile içi iletişimi değişik boyutlarda etkilediği üzerinde durulmuştur. Öğrencilerin cinsiyetleri, günlük sosyal medyayı kullanım süreleri ve düzeylerine göre aile içi iletişimlerinin de değişime uğradığı görülmüştür. Öğrencilerin en çok hangi sosyal medya platformlarını kullandıkları, nasıl kullandıkları ve demografik özelliklerine göre kullanma oranları incelenmiştir. Sosyal mecralarda kontrolsüzce geçirilen vakitlerin aile içinde bazı sıkıntılara yol açacağından bahsedilmiştir. Bu sıkıntılar çocuklar ve aileler arası anlaşmazlıklar ve eşler arası güven problemleri olarak belirlenmiştir. Sosyal medyayı daha sık kullanan öğrencilerin kendilerini sanal ortamlarda daha iyi ifade ettikleri görülürken yüz yüze iletişimin zamanla azaldığı tespit edilmiştir. Sosyal medyaya bağımlılık arttıkça aile ortamında iletişim kurmak yerine bireyler sanal ortamlarda sosyalleşir olmuşlardır. Sanal ortamda sosyalleşen birey yüz yüze iletişime ihtiyaç duymamaya başlamıştır. Öğrencilerin sosyal medya kullanımları ile aile içinde yaşadıkları sorunlar, iletişim kopuklukları, birbirlerine yabancılaşmaları gibi durumlar onları daha çok sosyal medya ortamlarına yöneltmiştir. Çalışmalarda örneklem grupları lise, ortaokul ve üniversite öğrencileri de olsa sosyal medya kullanımının aile içi iletişimi olumsuz yönde etkilediği görülmüştür.

YÖNTEM

Bu araştırmada yöntem olarak nitel yöntem kullanılmıştır. Nitel araştırma yöntemi sosyal bilimlerde insan ve toplumun değişebilir yapısı gereği olgu ve olayları ele alırken genelleme yapmak yerine onları anlamaya çalışmayı ve özümsemeyi öngörmüştür (Karataş, 2015). Nitel veri analizi gözlem, görüşme gibi veri toplama yöntemleri ile oluşturulan verilerin gruplara ayrılarak incelendiği ve raporlandığı bir yöntemdir (Özdemir, 2010). Araştırmada veri toplama yöntemi olarak odak grup görüşmesi kullanılmıştır. Odak grup görüşmesi 4-8 arası katılımcıdan ve bir yardımcıdan oluşur ve veriler kayıt altına alınarak katılımcılara sorulan soruların her biri tema olarak belirlenir (Arlı, 2013). Odak grup görüşmeleri önceden kararlaştırılmış bir konu hakkında gruptaki katılımcıların görüşlerini, davranışlarını ve davranışları arkasında yatan nedenleri ortaya çıkarmak için kullanılan bir yöntemdir (Şahsuvaroğlu ve Ekşi, 2008).

Bu araştırmada sosyal medya mecralarından Instagram kullanımının aile içi iletişime etkisini tespit etmek amacıyla odak grup görüşmesi kullanılmıştır. Gruptaki katılımcıların bu konu hakkındaki düşüncelerini ve davranışlarını ayrıntılı tespit etmek için ve konu hakkında tartışarak çözüm yolları aramak için bu yöntem tercih edilmiştir. Araştırma sorusunun tespitinde uygulanması gereken yöntem odak grup görüşmesi olduğu için nitel yöntem bu araştırma için uygundur.

Problem Cümlesi

Sosyal medya mecralarından Instagram kullanımının üniversite öğrencilerine ve aile içi iletişime etkisi konusunda öğrencilerin görüşleri nelerdir?

Araştırma Modeli

Bu araştırmada nitel araştırma modeli odak grup görüşmesi tekniği ile birlikte kullanılmıştır. Nitel araştırma; bireylerin deneyimlerini, yorumlarını içeren tanımlayıcı, sürece dair tümevarımsal ve anlamın öncelikli olduğu bir araştırma modelidir (Işık ve Semerci, 2019).

Araştırmada problemi sınamak için gerekli olan veriler odak grup görüşmesi tekniğiyle toplanmıştır. Odak grup görüşmesi bireylere online yapılmıştır. Instagram kullanımının aile içi iletişime etkisini belirlemek ve bu konu hakkında neler yapılabileceğine dair katılımcılarla fikir alışverişinde bulunmak için nitel veriler ses kayıt cihazından çözümlü bir metin haline getirilerek nitel araştırma yöntemi gerçekleştirilmiştir. Veri analizi yapılırken katılan kişilerin söyledikleri, beden dilleri ve ifade tarzları gibi unsurlar üzerinde durulmuştur.

Evren

Bu araştırmanın evreni Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Bölümü'dür.

Örneklem

Araştırmanın örnekleme benzeşik (Homojen) örneklem yöntemi ile seçilmiş 5 kişi olan, Sakarya Üniversitesi İletişim Bilimleri bölümünde yüksek lisans yapan öğrencilerden oluşmuştur.

Sakarya Üniversitesi İletişim Bilimleri bölümünde yüksek lisans yapan öğrencilerin seçilmesinin nedeni, araştırmacının örnekleme rahatlıkla erişebilmesini mümkün kılmak açısından önemlidir. Öğrencilerin tercih edilmesinin nedeni sosyal medya kullanımının özellikle öğrencilerde fazla olması açısından ve aileleri ile iletişimlerini nasıl etkileyeceği konusunda görüşlerinin tespit edilmesi açısından önemlidir.

Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak odak grup görüşmesi kullanılmıştır. Veri toplama aşamasında nitel veri toplama tekniklerinden görüşme kullanılmıştır. Görüşme yapılırken katılımcılara tanıtıcı sorular ve takip soruları sorulmuştur. Araştırmada açık uçlu sorular sorulmuştur. Araştırmadaki sorular öğrencilerin Instagram kullanım sürelerini, ne tür paylaşımlarda bulduklarını ve Instagram kullanımlarının aile içi iletişimlerini etkileyip etkilemediğini tespit etmeye yöneliktir. Instagram'ı kullanım süreleriyle aile içindeki iletişime ayırdıkları süre farklılıkları, Instagram'da mahrem alanlarını paylaşp paylaşmadıkları ve daha etkili aile içi iletişim için neler yapılması gerektiği soruları öğrencilere yöneltilmiştir. Sosyal medyayı kullanım süreleriyle aile içindeki iletişime ayırdıkları süreyi nasıl ayarlamaları gerektiği, Instagram kullanımının aile içerisinde tartışmalara yol açıp açmadığı sorulmuştur.

Veri Analizi

Toplanan veriler analiz edilirken nitel veriler ses kayıt cihazından çözümlenip bir metin haline getirilerek nitel araştırma yöntemi gerçekleştirilmiştir. Veri analizi yapılırken katılan kişilerin söyledikleri, beden dilleri ve ifade tarzları gibi unsurlar üzerinde durulmuştur.

Varsayımlar

Araştırmanın varsayımları şu şekildedir:

1. Örneklem dahilinde araştırmaya katılan öğrencilerin, uygulanan odak grup görüşmesinde samimiyet ve içtenlik ile duygularını ifade ettikleri varsayılmıştır.
2. Araştırmaya katılan öğrencilerin araştırmadaki sorulara verdikleri cevapları etkileyecek herhangi bir dış etken olmamıştır.
3. Örneklem dahilinde araştırmaya katılan öğrenciler içinde, uygulama esnasında araştırmacının sonucuna etki edecek herhangi bir etkileşim ve iletişim olmamıştır.
4. Örneklem dahilinde araştırmaya katılan öğrencilerin sorulan soruları anlayabilecek ve uygun cevaplar verebilecek yeterlikte oldukları varsayılmıştır.
5. Araştırmada kullanılan soruların araştırma problemini tespit etmede yeterli olacağı varsayılmıştır.
6. Soruların bilimsel yöntemle uygun bir şekilde oluşturulduğu varsayılmıştır.

Sınırlılıklar

Bu araştırma, 1 Ekim-30 Aralık 2020 tarihleri arasında sınırlıdır.

Bu araştırma Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri ana bilim dalı öğrencileri ile sınırlıdır.

Bu araştırma 5 kişi ile sınırlıdır.

Tanımlar

Bu araştırmanın önemli tanımları şu şekildedir:

Sosyal medya: Web 2.0 ile birlikte kullanıcıların pasif konumdan aktif konuma geçerek içerik ürettikleri medya sistemidir.

Y kuşağı: 18-38 yaş aralığında olan bireyleri kapsayan ve internet ile iç içe olan nesillerin kuşağıdır.

Instagram: Sosyal medya mecralarından olan ücretsiz fotoğraf ve video paylaşma uygulamasıdır.

Aile: Toplumun içindeki en küçük birimdir ve aralarında kan bağı olan bireylerden oluşmuştur.

Aile içi iletişim: Aile fertlerinin birbirleriyle sağlıklı bir biçimde iletişim kurdukları, birbirlerini dinledikleri ve duygu ve düşünceleri anlayabildikleri iletişim ortamıdır.

Araştırma Bulguları

Odak grup görüşmesi bu çalışmada daha ayrıntılı sonuçlara ulaşmak ve daha samimi bir ortam oluşturmak için 5 katılımcı ile sınırlı tutulmuştur. Odak grup görüşmesinde ulaşılan bilgiler betimsel analiz yöntemiyle çözümlenmiştir. Odak grup görüşmesi Covid salgını nedeniyle Google Meet üzerinden gerçekleştirilmiştir. Katılımcılara yöneltilen sorular önceden belirlenmiş ve toplamda 12 soru yöneltilmiştir. Görüşme 1 saat 11 dakika sürmüştür. Tüm görüşme Google Meet üzerinden kayıt altına alınmıştır. Odak grup görüşmesinin ilk başında katılımcılara araştırmacının konusu hakkında bilgi verilmiştir. Araştırmada homojen bir grup yapısı vardır. Sakarya Üniversitesi İletişim Bilimleri ana bilim dalında yüksek lisans yapan öğrencileri temsil ettiği için homojen bir

yapıdadır. Görüşme 16.12.2020 tarihinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilere günlük Instagram kullanım süreleri, ne tür paylaşımlarda bulunduğu, Instagram kullanımlarının aile içi iletişime etkisi ile ilgili sorular sorulmuştur. Instagram’da mahrem alanlarını paylaşıp paylaşmadıkları, ailelerinde Instagram’ı yoğun bir şekilde kullananların olup olmadığı hakkında görüşleri alınmıştır. Daha etkili aile içi iletişim için neler yapılabilir sorusu sorularak konu üzerinde uzlaşım sağlamak amaçlanmıştır. Araştırmada katılımcılara sorulan sorular Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Odak Grup Görüşme Soruları

Araştırma Soruları
1. Instagram kullanıyor musunuz ve günlük kullanım süreniz kaç saattir?
2. Özellikle ne tür paylaşımlarda bulunuyorsunuz?
3. Instagram kullanımınız aile içi iletişiminizi etkiliyor mu? Etkiliyorsa ne şekilde etkiliyor?
4. Sizce sosyal medyayı yoğun bir şekilde kullanmak aile içindeki iletişimi olumlu veya olumsuz etkiler mi?
5. Instagram’ı kullanım sürenizle aile içindeki iletişime ayırdığınız süre farklılıklarını değerlendirecek olursanız bu konu hakkında neler söyleyebilirsiniz?
6. Instagram’da mahrem alanlarınızı paylaşıyor musunuz? Özellikle evinizden paylaşımlarda bulunuyor musunuz?
7. Mahrem alanlarını paylaşan bireylerin paylaşımlarının aile içindeki iletişime olumlu ve olumsuz etkileri ne yöndedir?
8. Sosyal medya kullanım süresi ile aile içi iletişim arasındaki dengeyi nasıl kurmalıyız?
9. Ailenizde özellikle Instagram’ı yoğun bir şekilde kullananlar var mı? Ne yönde paylaşım yapıyorlar?
10. Aile bireylerinin sosyal medya kullanımı sizi rahatsız ediyor mu?
11. Sosyal medya, Instagram kullanımı, paylaşımlar, takipleşmeler üzerinden ailenizde tartışmalar yaşandı mı?
12. Daha etkili aile içi iletişim için neler yapılabilir?

Katılımcıların Demografik Bilgileri

Öğrenciler	Cinsiyet	Meslek	Medeni Durum
Ö1	Kadın	Öğrenci	Bekar
Ö2	Kadın	Öğrenci	Bekar
Ö3	Kadın	Öğrenci ve sosyal medya şirketinde çalışan	Evli
Ö4	Kadın	Öğrenci	Evli
Ö5	Kadın	Öğrenci	Bekar

Öğrencilerin kişisel bilgilerini ve düşüncelerini yansıtırken kimliklerinin açık bir şekilde yansıtılmamasına özen gösterilmiştir. 1 saat 11 dakika süren görüşme kayıtları raporlanmıştır. Raporlama sırasında öğrenciler Ö1, Ö2, Ö3, Ö4 ve Ö5 olarak kodlanmıştır. Öğrencilerin hepsi kadındır ve aralarında hem öğrenci olup hem çalışan katılımcı Ö3’tür. Katılımcılardan Ö3 ve Ö4 evlidir, diğerleri bekarıdır.

Günlük Instagram Kullanım Süreleri

Öğrenciler	Süre
Ö1	1 Saat (Günlük)
Ö2	10 Saat (Günlük)
Ö3	7-8 Saat (Günlük)
Ö4	1 Saat (Haftalık)
Ö5	Kullanmıyor

Instagram günlük kullanım sürelerinin tespit edilmesi, kullanım süresiyle aile içi iletişime ayırdıkları sürenin değerlendirilmesi açısından önem taşımaktadır. Instagram kullanım süresiyle aile içi iletişiminin bu süreden etkilenmesi arasındaki ilişkileri tespit etmek açısından günlük Instagram kullanma sürelerinin sorulması önemlidir. Elde edilen cevaplar üzerinden öğrencilerin yoğunluğunun Instagram kullandıkları, kullanım süreleri ile kullanımlarını kısıtlayan sebepler arasında ilişki olduğunu ifade ettikleri görülmüştür. Instagram kullanıyor musunuz ve günlük kullanım süreniz kaç saattir?" sorusuna öğrencilerin verdikleri yanıtlar şu şekildedir: Ö2, "Instagram'ı günlük ortalama 10 saat kullanıyorum. Instagram'ın özellikleri arasında olan ekran süresi uygulamasında 19 saate ulaşmış biriyim. Sürekli Reels videoları izliyorum." şeklinde ifade etmiştir. Ö4, "Ben Instagram'ı haftada toplam 1 saat kullanıyorum. Covid döneminde olduğumuz için bu kadar az kullanıyorum. Covid döneminden önce daha fazla kullanıyordum. Şu anda pandemide sürekli evdeyiz. Eşim de ben de evden çalışıyoruz. Fazla dışarı çıkmadığımız halde Instagram'a girememe sebepim bütün günümün makale okuyarak ve makale yazarak geçmesidir. Yoksa daha fazla girebilirdim" şeklinde ifade etmiştir. Ö1, "Günlük bir saat kullanıyorum. Gün içinde vakit bulduğum aralarda kullanıyorum. Bunların toplamı bir saati buluyor" ifadelerini kullanmıştır. Ö3, "Benim açımdan bu durum biraz karışık. Ben sosyal medya şirketinde çalıştığım işim benim işim tamamen sosyal medya kullanımına yönelik. Bünyemde 6 tane hesap var. Onların analizleriyle ilgileniyorum. Bireysel olarak çok bıktığım için yarım saat kullanmaya bile tahammülüm yok. Ama istatistiğe dönecek olursak iş sebebiyle kullanımım günlük 7-8 saat civarındadır. Sosyal medya benim için eğlenme amacıyla vakit geçirmekten çıkıp sıkıcı bir iş haline dönüştü" cevabını vermiştir. Ö5 ise "Instagram kullanmıyorum. Lisedeysen kullanıyordum. Kullanmama sebepim çok fazla zaman geçireceğimi düşünmem. Kendimi kısıtlamam daha yararlı geliyor. Pandeminin ilk günlerinde 3-4 günlüğüne Instagram açtım. Ama o günler içerisinde davranışlarımın değiştiğini düşündüm. Keşfet kısmından pasta ve kıyafet fotoğrafları bakıyordum. Arkabalarımı buluyordum. Bu şekilde olmaz diye düşündüm ve kapadım. Bunun dışında çevrimiçi uygulamalardan arkadaşlarımla sohbet ediyorum, gazete okuyorum, Netflix'den film izliyorum. Bunlar Instagram kadar zamanımı almıyor." şeklinde cevaplamıştır.

Öğrencilerinin Instagram'ı kullanım süreleri ile kullanımlarını kısıtlayan sebepler arasında ilişki olduğu ortaya çıkarılmıştır. Öğrenciler Instagram'ı az kullanma sebepleri olarak pandemi döneminde oluşumuzu ve makale yazma ile ilgilendiklerini öne sürmüşlerdir. Instagram'ı fazla kullanan Ö2 ise Reels videoları izlediği için fazla kullandığını ifade etmiştir. Ö3 Instagram'ı zorunlu olarak fazla kullandığını belirtmiştir. İşi gereği istemeden de olsa kullanmak zorunda kalmıştır. Ö1 ise Instagram'ı az kullanma süresini hiçbir sebeple ilişkilendirmemiştir. Ö5 ise Instagram'ın zaman kaybına yol açacağını düşündüğünden Instagram kullanmamıştır.

Paylaşım İçerikleri

Öğrenciler	Paylaşım İçerikleri
Ö1	Doğa, çiçek, böcek, ay fotoğrafı
Ö2	Kendi fotoğrafı, komik paylaşımları, arkadaş çevresi ile olan fotoğrafı
Ö3	Gezdiği yerler
Ö4	Başkalarıyla fotoğraf, kendi fotoğrafı ve yaptığı işlerin fotoğrafı
Ö5	Instagram kullanmadığı için paylaşımı yok

"Özellikle ne tür paylaşımlarda bulunuyorsunuz?" sorusuna öğrencilerin verdikleri yanıtlar şu şekildedir: Ö3 "Hemen bakıyorum" şeklinde cevap vermiştir ve görüşme esnasında telefonuna yönelmiştir. Instagram hesabına girerek paylaşımlarını gözden geçirmiştir. Ö1 "Ben doğa fotoğrafları paylaşıyorum. Çiçek, böcek ve ay fotoğrafı çekiyorum" şeklinde cevap vermiştir. Bu esnada ne tür paylaşımlar yaptığını hesabından bakan Ö3 katılımcılardan bazılarının Instagram hesabında takip etmediğini fark etmiştir. Bu görüşü diğer katılımcıları da birbirlerinin hesaplarını bulmasına ve takip etmesine yöneltmiştir. Bu şekilde odak grup görüşmesi esnasında öğrenciler telefonlarını aktif bir şekilde kullanarak Instagram hesaplarından birbirlerini takip etmeyenler takip isteğinde bulunmuşlardır. Bu durum odak grup görüşmesinin yarattığı samimi ortam sayesinde gerçekleşmiştir. Öğrenciler hem odak grup görüşmesi içinde hem de Instagram içinde iletişim halinde olmuşlardır. Görüşme sırasında birbirlerinin takip istekleri kabul eden öğrenciler birbirlerinin fotoğraflarını incelemişlerdir. Ö4 "Ne kadar güzel fotoğraflar, hepiniz bölümünüz gereği profesyonel fotoğraflar paylaşmışsınız. Benim fotoğraflarım sizin

fotoğraflarınız gibi değil” şeklinde yorumda bulunmuştur. Burada Ö4 Instagram fotoğraflarının diğer öğrenciler kadar profesyonel olmadığını fark etmiştir. Görüşme sırasında bu durumun farkına varması onu daha profesyonel fotoğraflar çekmeye yöneltebilir. Ö2 paylaşımlarının içeriğini *“Ben genelde kendimi paylaşıyorum. Kendimi paylaşmadığım zamanlarda komik paylaşımlarda bulunuyorum. Ya da arkadaşlarımla paylaşımlarda bulunuyorum. Genel olarak sosyal çevremi, arkadaşlarımla, kendimi ve komik şeyleri paylaşıyorum”* şeklinde ifade etmiştir. Ö4 ise Instagram hesabındaki paylaşımlarına bakarak cevap vermiştir. *“Benim paylaşımlarım karışık, çoğunlukla başkalarıyla paylaşımında bulunmuşum kendimi de ara ara paylaşmışım. Yaptığım işleri de paylaşmışım”* şeklinde cevap vermiştir. Ö4 ‘ün Instagram kullanım süresi haftada 1 saat olduğu göz önüne alındığında Instagram’da ne tür paylaşımlarda bulunuyorsunuz sorusuna Instagram hesabına bakarak cevap vermesi Instagram’ı gerçekten az kullandığını ve yaptığı paylaşımları bile hatırlamakta güçlük çektiğini göstermiştir. Yaptığı paylaşımlara Instagram hesabına bakarak cevap vermesi ile Instagram’ı az kullanması arasında doğrusal bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Öğrencinin bu davranışı 1. Soruya verdiği cevap ile tutarlıdır. Ö3 ise Instagram hesabına bakarak *“Ben genelde gezdiğim yerleri paylaşmışım, gezi bloğu gibi olmuş”* şeklinde cevap vermiştir.”

Seçilen öğrencilerin iletişim bölümlerinde eğitim görmeleri ile Instagram hesaplarında profesyonel fotoğraflar paylaşımları arasında ilişki görülmüştür. Instagram’ı kullanım süreleriyle ne tür paylaşımlar yaptıkları arasında anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Instagram’ı günlük 10 saat kullanan Ö2’nin paylaşımlarının içerikleri incelendiğinde kendisini yoğunlukta paylaştığı, arkadaş çevresiyle paylaşımlarda bulunduğu ve komik paylaşımlarda bulunduğu görülmüştür. Paylaşımlarının içeriği en fazla olan öğrencidir. Bu durum da öğrenciler arasında en fazla Instagram’ı kullanmasıyla bağdaştırılmıştır. Yaptığı paylaşımlarının içeriğinin fazla olması aynı zamanda arkadaşlarıyla paylaşımında bulunması onun sosyal biri olduğunu göstermiştir. Paylaşımlarının içeriğinin fazla olması ile Instagram’ı en fazla kullanan öğrenci olması arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Instagram Kullanımının Aile İçi İletişime Etkisi

Öğrenciler	Instagram kullanımlarının aile içi iletişime etkisi
Ö1	Etkilemiyor
Ö2	Olumlu etkiliyor
Ö3	Etkilemiyor
Ö4	Etkilemiyor
Ö5	Kullanmadığı halde olumsuz bir etkisinin olacağını düşünüyor

“Instagram kullanımınız aile içi iletişiminizi etkiliyor mu? Etkiliyorsa ne şekilde etkiliyor?” sorusuna öğrencilerin verdikleri cevaplar şu şekildedir: Ö3 *“Eşim de bende aynı sektörde olduğumuz için sosyal medya kullanımına hakimiz o yüzden aile içi iletişimimizde bir sıkıntı olmadı”* şeklinde cevap vermiştir. Ö1 *“Benim de aynı şekilde ne olumlu ne de olumsuz bir etkisi yok. Ailede ben hariç kimse Instagram kullanmadığı için Instagram aile içi iletişimimizi etkilemiyor”* olarak soruyu yanıtlamıştır. Ö4 ise *“Haftada 1 saat Instagram kullandığım için özellikle Instagram’ın bir etkisi yok”* şeklinde yanıtlamıştır. Ö2 *“Bizim aile içi iletişimimizi de olumsuz etkilemiyor hatta herkes birbirine komik videolar gönderiyorlar. Instagram üzerinden iletişime geçiyoruz. Mesela ben kardeşime Instagram üzerinden odama meyve suyu getirsene diye çok yazdım. Ya da annemle tartıştığımız zamanlar ona komik bir video gönderiyorum veya gösteriyorum ortam yumuşuyor. Bizde gayet olumlu etkiliyor”* şeklinde cevap vermiştir. Ö5 *“Instagram kullanıyor olsaydım çok fazla zamanım giderdi. Instagram kullanmadığım halde telefonda diğer uygulamalarla uğraşırken bile çok vaktim gidiyor. Bir de Instagram kullansaydım daha fazla vakit kaybı olurdu”* cevabını vermiştir.

Öğrencilerin verdikleri cevaplara göre Instagram kullanımlarının aile içindeki iletişimlerine olumsuz etkisinin olmadığı görülmüştür. Ö3 aile içi iletişimlerinde sıkıntı olmamasının sebebini işleri gereği sosyal medya kullanımına hâkim olduklarına bağlamıştır. Bilinçli kullanıcılar olmaları sebebiyle Instagram kullanımları aile içi iletişimlerini etkilememiştir sonucuna ulaşılmıştır. Öğrencilerin Instagram kullanımlarının aile içi iletişimlerini etkilememeleri ile ailesindeki kişilerin Instagram kullanıp kullanmamalarının bir etken olduğu tespit edilmiştir. Ö1 aile bireylerinin Instagram kullanmamalarını ile aile içi iletişimlerinin etkilenmediği arasında ilişki kurmuştur. Instagram kullanım süresiyle bu kullanımdan aile içi iletişimin etkilenmesi arasında ilişki tespit edilmiştir. Ö4 Instagram’ı en az kullanan öğrenci olduğu için Instagram’ın aile içi iletişimlerini etkilemediğini düşünmüştür. Tam tersine Ö2 Instagram’ı en fazla kullanan öğrenci olduğu için Instagram’ın aile içi iletişimi olumlu etkilediğini düşünmüştür. Aynı evi paylaşmalarına rağmen Instagram üzerinden mesajlaşmaları evdeki diğer bireylerin de Instagram’ı yoğun bir şekilde kullandıklarını göstermiştir. Instagram üzerinden iletişime geçmeleri aile içi ilişkilerini onarmıştır. Ö5 ise Instagram kullanmadığı halde kullanıyor olsaydı Instagram’ın zaman kaybına yol açarak aile içi iletişimi etkileyeceğini düşünmüştür.

Sosyal Medyanın Yoğun Kullanımının Aile İçi İletişime Etkisi

“Sizce sosyal medyayı yoğun bir şekilde kullanmak aile içindeki iletişimi olumlu veya olumsuz etkiler mi?” sorusuna öğrencilerin yanıtları şu şekildedir: Ö2 “*Evet etkiler*” şeklinde kısa cevap vermiştir. Ö3 ise “*Bence de etkiler. Çünkü Instagram’da ve diğer sosyal medya platformlarında herkes çok mutlu, herkesin hayatı çok güzel ve hiç kimse sıkılmıyor. Pandemi döneminde evde sıkılıyor ve sosyal medyaya baktığımızda herkesin hayatı mükemmel benim hayatım neden böyle değil diye sorguluyoruz. İnsanlar bu durumun ölçüsünü karıştırıyorlar. Yakın çevremde gördüğüm örnekler bu şekilde. Ama biz bu konuda araştırmalar, okumalar yapıyoruz. Biraz daha durumun farkındayız. Sadece ben mi mutsuzum diğer herkes mutlu diyen insanlar var. Kimse mutsuzluğunu paylaşmıyor. Paylaşmamakta haklılar, kimse mutsuz olduğu fotoğrafı paylaşmaz*” şeklinde cevaplamıştır. Bu esnada Ö2 sosyal medyada sevgilisinden ayrıldığı için sürekli ağlayarak sosyal medya hesabına fotoğraf atan birinden bahsetmiştir. “*Bir tane kız vardı, sevgilisinden ayrıldığı için kaç gündür ağlayarak fotoğraf atıyordu*” şeklinde Ö3’ün sözlerine nazaran sosyal medyadan bir örnek vermiştir. Bir öğrenci hariç diğer tüm öğrencilerin bu paylaşımı hatırlamaları önemli bir noktadır. Paylaşımı aktaran Ö2 Instagram’da en fazla zaman geçiren kişidir. Instagram kullanım süresiyle sosyal medyada olan biten her şeyi görmesi arasında ilişki vardır. Aynı şekilde bu paylaşımı hatırlamayan Ö4 ise Instagram’ı en az kullanan kişi olduğu için paylaşımı hatırlamaması normaldir. Ö4 “*O kadar uzağım ki haberim bile yok. Nerden atıyor bunu?*” diyerek Instagram’ı az kullanmasını yapılan paylaşımlardan haberi olmamasıyla ilişkilendirmiştir. Buna göre Instagram kullanımı fazla olan bireyler başkaları tarafından paylaşılan içeriklere hâkim iken Instagram kullanımı en az olan bireylerin sosyal medya ortamlarındaki paylaşımlardan uzak kaldıkları görülmüştür. Ö4’ün sorusuna karşılık Ö2 “*Instagram’da kendi hesabından paylaşıyor*” cevabını vermiştir. Sosyal medyayı yoğun kullanımın aile içi iletişimi olumlu veya olumsuz etkiler mi sorusuna Ö4 de şu şekilde cevap vermiştir: “*Ben de etkileyeceğini düşünüyorum. Ben özellikle kim ne yapmış, dışarı mı çıkmış, ortalıkta covid var düğüne mi gitmiş gibi takipler için kullandığımı söyleyebilirim*”. Ö1 ise “*Ben de etkilediğini düşünüyorum. Zamanını sonuçta orda öldürüyorsun ve aile ortamında geçireceğin zamanı sanalda geçirmiş oluyorsun. Değersizliği de hissettirebilir belki karşı tarafa*” şeklinde yorumda bulunmuştur. Özellikle Ö1’in beden dili incelendiğinde beden dilini, jest ve mimiklerini kullanarak bu olaya örnek verdiği gözlemlenmiştir. Kafasını öne eğerek parmaklarıyla mesaj yazıyormuş gibi yapmıştır. Bu durum sosyal medyayı yoğun kullanan kişilere Ö1’in beden diliyle verdiği bir örnektir. “*Özellikle sosyal ortamlarda telefonla ilgilenip sadece hı hı diyerek geçiştirdiğimiz insanlar var. Telefondaki kişi mi önemli yoksa gerçek hayatta karşımızdaki kişi mi önemli gibi çelişen durumlar oluyor*” şeklinde ifade etmesinde de yine telefonla ilgilendiğimiz zamanlar karşımızdaki insanı geçiştirdiğimizi beden dilini kullanarak, kafasını sallayarak ve elinde telefon varmış gibi yaparak aktarmıştır. Ö5 “*Evet etkiler, insanların artık akıllı telefonları ve tabletleri var. Orada kişisel alanlarını oluşturuyorlar, eski kolektif havanın olacağını düşünmüyorum. İletişimi kesinlikle etkiliyor. Ailesel yozlaşmaya yol açmaktadır*” cevabını vermiştir.

Öğrenciler	Sosyal medyayı yoğun kullanmanın aile içi iletişime etkisi
Ö1	Olumsuz etkiler
Ö2	Etkiler
Ö3	Olumsuz etkiler
Ö4	Etkiler
Ö5	Olumsuz etkiler

Öğrencilerin hepsi sosyal medyayı yoğun kullanmanın aile içindeki iletişimi etkileyeceğini düşündüklerini ifade etmiştir. Genellikle olumsuz bir şekilde etkileyeceğinden bahsetmişlerdir. Özellikle Ö1 beden dilini kullanarak günümüzde sosyal medyayı yoğun kullanan kişilere örnek vermiştir. Ö4 sosyal medyayı kullanım amacının diğer insanların neler yaptıklarını takip etmek olduğunu belirtmiştir. Ö3 ise sosyal medyayı yoğun kullanma ile bu ortamlarda paylaşılan kusursuz ve mükemmel ortamlardan insanların etkileneceği ve psikolojik çöküntüye düşeceklerinden söz etmiştir. Sosyal medyadaki kusursuz hayatlar insanları etkilemiştir. İnsanlarda o tarz hayatlara özenme ve o şekilde bir yaşam sürme istekleri oluşturmuştur. Bu durum aile içindeki iletişimlerine de yansımıştır. Sosyal medyadaki gibi mükemmel evlere, arabalara, kıyafetlere sahip olmak isteyenler ailelerindeki diğer bireylere baskı yapabilmektedir. Bu şekilde aile içi ilişkiler etkilenmektedir. Öğrenciler sosyal medyada en çok neler yaptıklarına dair yorumlarda bulunmuşlardır. Ö2 “*Ben stalk bağımlısıyım*” şeklinde görüşünü ifade etmiştir. Ö4 de bu düşüncenin üzerine “*Bende yiyecek videoları çok izliyorum, çılgınlar gibi. Yemeklerin pişirme anını değil piştikten sonraki anlarını izlemeyi seviyorum. Kek pişiyor ve içinden çikolata şelalesi akıyor. Instagram’da fazlasıyla izliyorum*” yorumunda bulunmuştur. İzlediği videoları anlatırken beden dilini kullanmıştır. Eliyle izlediği çikolata şelalesini diğer öğrencilere anlatmıştır. Instagram’da görsel unsurlara önem verilir ve kullanıcıyı kendine çeken videolar vardır.

“Instagram’ı kullanım sürenizle aile içindeki iletişime ayırdığınız süre farklılıklarını değerlendirecek olursanız bu konu hakkında neler söyleyebilirsiniz?” sorusuna öğrencilerin verdikleri cevaplar şu şekildedir: Ö4 “*Pandemi zamanı için değerlendirecek olursak aile içi iletişim kazanır. Eşim ve ben evden çalıştığımız için sürekli birlikteyiz. Ben fazla dışarı çıkmıyorum. Eşim çıkıyor bazı zamanlarda. Onun dışında sürekli iletişim halindeyiz. Hatta fazla*

iletişim halindeyiz” şeklinde cevap vermiştir. Ö1 ise “Benim de olumlu veya olumsuz bir şekilde etkilemiyor. Zaten toplamda 1 saat girdiğim için aileme de rahatlıkla vakit ayırabiliyorum. Şu süreçte mecburiyetten de doğan bir sebeple beraberiz” şeklinde cevap vermiştir. Ö3 “Öncelikle artılarını ve eksilerini söylemek isterim. Yaklaşık mart ayından beri pandemi döneminin içerisindeyiz. İletişim ve sohbet de bir yere kadar. Ben ve eşim iki kişiyiz. Konuşacağımız konular ne kadar farklı olabilir. Dört kişi yaşamış olsak konuşacak daha fazla konumuz olurdu. Bu sefer gün içinde gördüğümüz şeylere ben böyle bir şey gördüm sen ne düşünüyorsun diye birbirimize soruyoruz. Sohbet olsun diye. Bu dönem anlaşabilmek adına zor bir dönem” şeklinde ifade etmiştir. Bunun üzerine Ö4 kendi hayatından bir örnek anlatıyor. “Benim canım ırmık helvası çekmişti. Eşime hadi gel ırmık helvası yapalım dedim. Bana daha dün yapmadık mı dedi. Bahsettiği ırmık helvasını iki ay önce yapmıştık. Ama eşim dün gibi yakın bir zamandan bahsediyor. O yüzden şu dönem için yüz yüze iletişim çok önemli. Instagram’ın ve sosyal medyanın bu iletişimi etkileyeceğini düşünmüyorum” şeklinde ifade etmiştir. Ö1 “Aslında uzaklaşmanın da ne kadar önemli olduğunu anlamış olduk” yorumunda bulunmuştur. Ö2 ise “Ben şu an yalnız yaşadığım için ne cevap vereceğimi bilmiyorum. Evde tek olduğum için ailemle sürekli telefonla konuşuyorum. Sosyal medya ve telefon olmasa onlarla da iletişim kuramam. Geceden sabaha kadar memleketteki ailem ile konuşuyorum” cevabını vermiştir. Ö3 bu cevaptan sonra yalnız yaşamının da sosyal medyada geçirilen süreyle ilgili olduğunu ifade etmiştir. “Yalnız yaşamının da sosyal medyada geçirilen süreyle ilgili olduğunu da konuşmak gerekir. Yalnız yaşayan birisi kimseyle iletişim kuramıyor bu yüzden sosyal medyada vakit geçiriyorlar. Bunu da tartışmalıyız” şeklinde görüşünü öne sürmüştür. Evinde yalnız yaşayan Ö2 “Yalnız yaşarken de ailem yanımda olduğunda da elimden telefonu bırakmıyorum. İnsanların mutfakta geçirdikleri zamanı ben yemek sepetinde geçiriyorum” şeklinde yorum yapmıştır. Mutfakta yemek yapmak yerine yemek sepeti uygulamasından hazır yemekler tükettiğini belirtmiştir.

Öğrenciler	Instagram kullanım süresi	Aile içi iletişime ayrılan süre
Ö1	Daha az (Günlük 1 saat)	Daha fazla
Ö2	Daha fazla (Günlük 10 saat)	Fazla
Ö3	Daha fazla (Günlük 7-8 saat)	Fazla
Ö4	Daha az (Haftada 1 saat)	Daha fazla
Ö5	Hiç kullanmıyor	En fazla

Yalnız yaşama ile sosyal medyada geçirilen sürenin bağlantılı olduğu sonucuna varılmıştır. Yalnız yaşayan birey ona en yakın olan sosyal medyada vakit geçirmektedir. Telefon ve sosyal medya sayesinde iletişim kurabilmektedir. Öğrencilerin cevaplarına göre Instagram kullanım süreleri ile aile içinde iletişime ayırdıkları süre değerlendirmesinde genellikle aile içi yüz yüze iletişime önem verdikleri tespit edilmiştir. Instagram kullanım sürelerinin aile içinde geçirdikleri süreye etkisinin olmadığını belirtmişlerdir. Öğrencilerden yalnız yaşayan Ö2 yüz yüze iletişim kuramadığı için telefonu ve sosyal medyayı iletişim kurmak için kullanmıştır.

Instagram’da Mahrem Alan Paylaşımı

“Instagram’da mahrem alanlarınızı paylaşıyor musunuz? Özellikle evinizden paylaşımlarda bulunuyor musunuz?” sorusuna şu şekilde cevap vermişlerdir: Ö2 “Yatakta uzanırken selfie çekip attığım çok olmuştur. Gece uyurken sarıldığım bir oyuncağım var. Onla çok fotoğraf çekip atarım. Evde bir şeyler içerken fotoğraf çekip atarım. Yediğimi ve içtiğimi paylaşmayı sevmem ama alkol paylaşımı yaparım. Balkondan ve ev içerisinden fotoğraf paylaşırım. Benim paylaşmama gibi takıntılarım yoktur” şeklinde yanıt vermiştir. Ö1 telefonundan Instagram hesabına bakarak cevap vermiştir. “Bende şimdi paylaşımlarıma baktım. Genelde dışarda doğa paylaşımları yapıyorum. Bir tane kitaplığımın olduğu kısmı paylaşmışım. Genel olarak paylaşımlarım bu şekilde” cevabını vermiştir. Ö4 de Instagram hesabına bakarak cevap vermiştir. “Ben de evden iki tane obje paylaşmışım. Evin içi ama evin içi olduğu belli olmuyor. Onun dışında hepsi dışarda ve arkadaşlarımla olan paylaşımlarım var” cevabını vermiştir. Ö2 ve Ö3 mahrem alanın fazlasıyla geniş ve tartışmaya açık bir konu olduğunu belirtmişlerdir. Ö3 de soruyu cevaplarırken Instagram paylaşımlarına bakmıştır. “Bazıları içi evi, her yeri mahremken bazıları için de yatak odası mahremdir. Mahrem alan çok tartışılan bir konu. Baktığımda evimle ilgili bir şey paylaşmamışım. Kendin yap tarzı şeylere meraklı bir insanım. Yılbaşı geliyor kar taneleri yaparım ve evin bir kenarına koyarım sonra onu paylaşırım. Böyle şeyleri severim ama bence bunlar mahrem alana girmiyor” şeklinde cevaplamıştır. Ö2 ise “21. Yüzyılda mahremiyet olgusunun kaldığına inanmıyorum” yorumunda bulunurken Ö3 bu durumun tartışmaya açık bir durum olduğunu ifade etmiştir. “Tartışmaya açık bir konudur. Bazı kişilerin bu konuda kalın çizgileri vardır. Bu tamamen kişinin kendi değerleri ile alakalı bir durum. Senin değerlerinde nerden başlıyorsa mahrem alan orayı paylaşsın. Herkes özgür, kesinlikle yadırgamıyorum. Ama bazı insanlarda bize göre o çizgiyi aşabiliyorlar. Ben gezdiğim gördüğüm yerleri paylaşırım” şeklinde ifade etmiştir. Ö1 ise mahrem alanın tanımına dikkat çekmiştir. “İsmek kurslarındaki derslerde mahrem alanın tanımı geçiyor. Mahrem alan, sosyal alan, kişisel alan, toplumsal alan diye. Mahrem alan anne baba daha çok aile içi üyeleri kapsar. Kişisel alana arkadaşlar dostlar dahil edilir. Sosyal alan topluma açık alandır. Bu durumlar kişiye göre değişebiliyor. Otobüse bindiğimizde insanlar mahrem alanımızı işgal etmiş oluyorlar. Mahrem alanımı işgal ettin diyemeyiz. İllaki

mahrem alan aşılabiliyor” cevabını vermiştir. Ö4 “Ben evimden fazla paylaşım yapmıyorum ama paylaşabileceğim bir şey olduğunda paylaşıyorum. Mesela bir arkadaşım geldiğinde evimde otururken bir fotoğraf paylaşabilirim. Ama yatak odasında yatağın içinde fotoğraf paylaşmam” yorumunda bulunmuştur. Ö5 “Instagram kullanmadığım halde herkesin mahrem olduğunu bilmeden diğer sosyal medya platformlarından da fotoğraf paylaştıklarını düşünüyorum. Bende bu konuda dikkatli değilim ama dikkatli olunmalıdır. Şu düşünceye de sahibiz bizim bilgilerimizi kim ne yapsın. Bu yüzden de dikkat etmiyoruz” cevabını vermiştir.

Öğrenciler	Instagram’da mahrem alan paylaşımı
Ö1	Mahrem alanın illaki aşılabildiğini söyler.
Ö2	Paylaştığını ve mahrem alan takıntılarının olmadığını ifade eder.
Ö3	Gezdiği yerleri paylaştığını ifade eder.
Ö4	Arkadaşlarıyla evinde otururken paylaşım yapabileceğini söyler.
Ö5	Instagram kullanmadığı halde diğer sosyal mecralarda paylaşım yaptığını ve dikkat etmediğini söyler.

Öğrenciler Instagram’da mahrem alanlarını paylaşmanın kişinin kendi mahrem sınırlarıyla ilgili olduğu ifade etmişlerdir. Mahrem alanı ne kadar sınırlı ve genişse paylaşımlar da o doğrultuda yapılır. Öğrencilerin alkol, doğa ve gezdikleri yerleri paylaştıkları görülmüştür. Evlerinde kendi yaptıkları ürünleri, arkadaşlarıyla fotoğraflarını paylaştıklarını ifade etmişlerdir. Ö5 mahrem alan paylaşımlarına kendisinin de dikkat etmediğini ifade etmiştir.

“Mahrem alanlarını paylaşan bireylerin paylaşımlarının aile içindeki iletişime olumlu ve olumsuz etkileri ne yöndedir?” sorusuna şu cevapları vermişlerdir: Ö2 “*Bu durum kişiden kişiye değişir. Akrabalarla otururken fotoğraf paylaştığında aralarından biri fotoğrafı sonradan görmüştür. Paylaşımdan rahatsız olmuştur ve kaos çıkmıştır. Ya da sevdiğin bir kuzeninle fotoğraf attığında diğer kuzenin kıskanabilir ve tartışma çıkabilir. Ya da eltiler arasında kıskançlıklar yaşanabiliyor. Birisi eşinin aldığı altını sosyal medya paylaşıyor diğer elti de onu kıskanıp eşiyile tartışma yaşayabiliyor*” cevabını vermiştir. Ö3 ise “*Çekirdek aile içinde bir tartışma yaşanıyor zaten sosyal medyada paylaştığı için değil kişi bunu düşündüğü için tartışma yaşanır. Kişi bunu sosyal medyaya yansıtır. Normal hayattaki ideolojisi de budur. Sosyal medya bunun yansımasıdır ya da öyle görünmek istiyordur. Ama artık engelleme var. İnsanlar istemediği kişilerden storylerini gizliyorlar. Bu da mahrem alan konusuna girer. Örneği biri alkol kullanıyordur ama ailesi alkolü kullanmamasını istiyorsa ailesinden paylaşımını gizliyor. Mahrem alanından çıkartıyor. Mahrem alanların kimin görüp kimin görmemesi seçeneğini sosyal medya bize sunduğu için herkes bu kadar rahat davranıyor*” şeklinde cevaplamıştır. Ö4 “*Medyadaki sorun kişinin gerçek hayattaki sorunudur*” cevabını vermiştir. Ö1 “*Instagram’ın yapısında yakın arkadaşlarını belirleme, birilerini ekleme ve çıkarma, engelleme, kendin takipten çıkarma şeklinde birey sınırlandırabiliyor*” cevabını vermiştir. Ö5 “*Ben ailemden birinin haberi olmadan fotoğrafını sosyal medyada paylaşısam o kişi tesettürlü olabilir, onun için sorun oluşturabilir. Ya da insanlar ev hallerinin sosyal medyada paylaşılmasını istemez. Ev ortamındaki hiçbir aktivitenin ve görselin paylaşılmasını düşünüyorum*” cevabını vermiştir.

Öğrencilerin mahrem alan paylaşımlarının aile içindeki iletişime etkilerinin sosyal medyanın sağladığı özellik ile bağlantılı olduğunu düşündükleri görülmüştür. Sosyal medyada paylaşımları gizleme özelliğinin paylaşımlar nedeniyle aile içinde tartışma çıkmasını engellediği sonucuna ulaşılmıştır. Instagram’ı kullanmayan Ö5 ise bu konuda kesin yargıların olduğunu ev ortamından hiçbir şekilde paylaşımın yapılmaması gerektiğini belirtmiştir. “Sosyal medya kullanım süresi ile aile içi iletişim arasındaki dengeyi nasıl kurmalıyız?” sorusunu öğrenciler şu şekilde yanıtlamışlardır: Ö1 “*Eğer bir şey bana ve etrafımdaki kişilere zarar vermeye başlıyorsa hem psikolojik hem de maddi açıdan o zaman durmam gerektiğini ve kırmızı nokta olduğunu anlıyorum*” cevabını vermiştir. Ö2 “*Ben insanın canı nasıl isterse öyle davranması gerektiğini düşünüyorum. O an insan ne yapmam istiyorsa onu yapmalı bence. O an annemle sohbet etmek istiyorsam sohbet ederim ya da o an story bakmak istiyorsam story bakarım*” cevabını vermiştir. Ö4 “*Ben evli biri olarak cevap veriyorum. Eşimin üzerinden konuşuyorum. Özellikle evde geçirdiğimiz bu zamanlarda kişi kendine zaman ayırması gerekir diye düşünüyorum. Canım ne isterse onu yapıyorum. Çoğu zamanda makale yazıyorum. Ama mekanla ilgili sıkıntılar da var. Mesela bizim evimiz 2+1 bir oda eşimin çalışma ofisine dönüştü. Benim çalışma odamdı. Ben kitaplığımla salona taşıdım. Ayrı odalarda vakit geçiriyoruz ama bir şekilde ortak bir alanın kurulması gerektiğini düşünüyorum. Bu dönemde şarkı söylemek, birlikte film izlemek gibi farklı farklı aktiviteler yapılabilir diye düşünüyorum. İnsan bunu kendi yaratıcılığı ile yapması gerekir. Bizde öyle oldu. İlişki için emek verilmesi ve özel zamanın iki kişinin de uygun olduğunda uygulanması gerektiğini düşünüyorum. Kaliteli bir zaman ayırarak etkileşim ve iletişim olması gerekir*” cevabını vermiştir. Ö3 “*Kişisel alanlara önem verilmesi gerektiğini düşünüyorum. Herkesin belli bir kişisel alanı olmalı ve herkes kendine vakit ayırmalı, kendisini beslemeli ki karşısındaki insana daha iyi vakit ayırabilsin ya da iyi davranabilsin. Özellikle şu dönemde insanın kendine yetebilme duygusunun çok önemli olduğunu düşünüyorum. Eşim de aynı düşüncede olduğu için şanslıyım yoksa evlenmezdim. Çünkü ben kitap okuyacaksam kitap okumalıyım onunla vakit geçirmek istiyorsam onunla vakit geçirmeliyim. Hiçbir şey zorunlu olmamalı. Zaten ilişkilerde kıymetli olan kısım bu. İstedığın için onunla vakit geçirmek zorunlu olduğun için değil. Sosyal medyada vakit geçirmek kişiyi mutlu ediyorsa o an sosyal medyada olmalı. Eğer sosyal medyada olmamalıyım onunla vakit*

geçirmeliyim diye düşünülürse yanlış olur. Gerçekçi olunmalı ve zorunluluklar olmamalı. Bu durum sadece evlilik için değil, aile, yakın arkadaşlar için de geçerlidir. Mış gibi yaptığın zaman karşındaki insan seni anlar ve senden soğur.” cevabını vermiştir. Ö5 “Instagram’ın kullanım süresi uygulaması var. Oradan süre kısıtlaması getirilebilir. Mesela günde 1 saat bütün ailenin kullanım süresi olmalı. Kısıtlama getirilirse dengenin sağlanacağını düşünüyorum” cevabını vermiştir.

Öğrenciler	Sosyal medya kullanım süresiyle aile içi iletişim arasındaki denge nasıl sağlanır?
Ö1	Bir şey bana ve çevreme zarar vermeye başlıyorsa o noktada durarak denge sağlarım.
Ö2	İnsan canı nasıl isterse öyle davranarak aradaki dengeyi sağlamalı.
Ö3	Kişisel alanlara saygı duyularak bu denge sağlanır.
Ö4	Kişi kendine de vakit ayırmalı, uygun olduğu zamanlar iletişime geçerek sağlanır.
Ö5	Aile içerisinde sosyal medya kullanım süresi kısıtlaması yapılarak denge sağlanır.

Öğrencilerin sosyal medya kullanım süresiyle aile içi iletişim arasındaki dengenin herkesin kişisel alanına saygı duyarak sağlanacağını düşünmüşlerdir. Ö5 süre kısıtlaması ile bu dengenin sağlanabileceğini düşünmüştür.

Aile Bireylerin Instagram Kullanımı

“Ailenizde özellikle Instagram’ı yoğun bir şekilde kullananlar var mı? Ne yönde paylaşım yapıyorlar?” soruna şu şekilde cevaplar vermişlerdir: Ö1 “Benim ailem hiç kullanmıyor.” cevabını vermiştir. Ö4 “Benim ablam önceleri daha çok kullanırdı. Gezdiği yerleri paylaşırdı. Şu an bu dönemde her yer kapalı olduğu için artık daha az kullanır oldu. Bende daha çok dış mekân paylaştığım için benim içinde aynı şeyler geçerli. Anne ve babamın Instagram’ı var ama kullanmıyorlar. Uzun zaman önce oluşturmuşlar. Büyük ihtimalle bizi takip etmek amacıyla ama şu an kullanmıyorlar” cevabını vermiştir. Ö3 ise “Ben çekirdek ailemi düşündüğümde çok paylaşım yapan insanlar değildiler. Herkes genel izleyici. Ailemde herkes Instagram’ı kullanıyor. Annemin benden daha fazla paylaşımı var çünkü benim annem doğa sporcusu. Uzun dağ yürüyüşleri yapıyor. Hesabına baktığımda yürüyüş, dağ ve spor ayakkabılarla ilgili paylaşımları olmuş” cevabını vermiştir. Ö2 “Benim ailemde herkes aktif bir şekilde kullanıyor. Amcama babam siyaset, Yılmaz Özdil gibi önemli kişileri takip amacıyla kullanırlar. Mesleki olarak da kullanırlar. Halam doktor muayenesi için ayrı bir hesap açmış, bizi stalklamak için ayrı bir hesap açmış. Annem genelde hoşuna giden şeyleri paylaşır. Bizim gibi selfie çekip atmıyor ama beğendiği şeyleri, özlü sözleri paylaşıyor. Bana sinirlenmişse imalı göndermeli paylaşımlarda bulunuyor” cevabını vermiştir. Ö5 “Kardeşim ve abim Instagram kullanıyor. Abimin paylaşımları genelde tuttuğu futbol takımı ile alakalı paylaşımlar ve beğeniler yapıyor” cevabını vermiştir.

Öğrenciler	Aile bireylerinin Instagram kullanımı	Paylaşım içerikleri
Ö1	Kullanmıyor	
Ö2	Kullanıyor	Siyasi paylaşımlar, önemli kişileri takip, mesleki paylaşımlar, özlü söz paylaşımı
Ö3	Kullanıyor	Yürüyüş, dağ, spor ayakkabı içerikli ilgi doğrultusu yönünden paylaşımlar
Ö4	Kullanıyor	Gezdiği yerler, dış mekân paylaşımı
Ö5	Kullanıyor	Tuttuğu futbol takımı paylaşımları

Öğrencilerin çoğunun ailesi Instagram’ı kullanmaktadır ve ilgi alanları doğrultusunda paylaşımlarda bulunmaktadır.

“Aile bireylerinin sosyal medya kullanımı sizi rahatsız ediyor mu?” sorusunu şu şekilde yanıtlamışlardır: Ö2 “Hayır ben çok eğleniyorum” cevabını vermiştir. Ö1 “Beni de rahatsız etmiyor” cevabını vermiştir. Ö3 “Beni de rahatsız etmiyor” cevabını vermiştir. Ö4 “Beni de hiçbir şekilde rahatsız etmiyor” cevabını vermiştir. Ö5 “Beni şu şekilde rahatsız ediyor. Abim sosyal medya kullanımı hakkında bazı şeyleri bilmiyor. Bilmediği şeyleri bana ya da kardeşime soruyor, bizi bu şekilde bunaltıyor. Kendi aramızdaki aile içi iletişimimizi farklı açından etkiliyor. Ben sosyal medya kullanmadığım halde buna maruz kalıyorum. Onun profilinde düzenlemeler yapmamı istiyor. Bence bu rahatsızlık verici bir şey. Sık sık yapmayacağımı söylüyorum” şeklinde cevap vermiştir.

Öğrenciler	Aile bireylerinin sosyal medya kullanımından rahatsızlık duyma durumları
Ö1	Rahatsız etmiyor.
Ö2	Rahatsız etmiyor.
Ö3	Rahatsız etmiyor.
Ö4	Rahatsız etmiyor.
Ö5	Rahatsız ediyor.

Öğrencilerin çoğunluğunun cevabına göre aile bireylerinin sosyal medya kullanımını onları rahatsız etmediği tespit edilmiştir. Ö5 Instagram kullanmadığı halde evdeki diğer bireylerin Instagram uygulaması için ondan yardım istemeleri onu rahatsız etmiştir.

“Sosyal medya, Instagram kullanımı, paylaşımlar, takipleşmeler üzerinden ailenizde tartışmalar yaşandı mı?” sorusuna öğrenciler şu şekilde cevaplar vermişlerdir: Ö2 “Bizde olmuyor. Annem siyasi bir paylaşım yaptığımız zaman hemen arayıp bizi uyarır”. Ö4 “Şunu takip etmeye başlamışsın bu kim diye sorduğum zamanlar oluyor. Arada sırada denk gelirim sorarım. Yoksa sürekli takip etmiyorum. Bilmediğim birini takip ediyorsa sorabilirim ama tartışma çıkmaz”. Ö1” Benimkiler zaten hiç aktif olmadığı için bir tartışma çıkmaz. Sadece kardeşim Twitter kullanıyor. Ona da oradan sormam zaten”. Ö3” Bizde de tartışma yaşanmaz”. Ö5 “Instagram kullanmıyorum ama Whatsapp’ da annem beğenmediği veya uygun görmediği paylaşımlarımı uyarıyor. Akrabalar da düzgün fotoğraf atmak konusuna çok dikkat ediyorlar” cevabını vermiştir.

Paylaşımlar ve takipleşmeler üzerinden aile bireyleri arasında tartışma çıkmadığı görülmüştür. Sadece paylaşımlar nedeniyle birbirlerini uyardıkları görülmüştür.

Öğrenciler	Paylaşımlar üzerinden aile bireyleri arasında tartışma çıktı mı?
Ö1	Tartışma çıkmadı.
Ö2	Tartışma çıkmadı.
Ö3	Tartışma çıkmadı.
Ö4	Tartışma çıkmadı.
Ö5	Tartışma çıkmadı.

“Daha etkili aile içi iletişim için neler yapılabilir?” sorusuna öğrenciler şu şekilde cevap vermişlerdir: Ö2 “Akışına bırakmalıyız”. Ö4 “Akışına bırakmalıyız ama ilişkinin emek olduğunu bilerek, kimsenin sınırlarını ihlal etmeyerek bir denge kurulabilir. İletişim her zaman kurulmalıdır. Biz eşimle pandemi döneminde ayrı odalarda da takılıyoruz. İnsanın kendiyi kalmaya ihtiyacı var. Ben her dakika aynı insanla aynı odada kaldığını düşünürsen biz ayrı ayrı da takılabiliriz. Bunun sebebi de kendimize vakit ayırmak. Bu çok önemli bir şey bence. O yüzden iletişimi fazlalaştırarak da bir yere varılmayacağını düşünüyorum. O yüzden bir denge kurulması gerektiğini düşünüyorum”. Ö3” Bu süreçte iyi bir etkinlik için en önemli şey dinlemek. İyi bir dinleyici olmak ve ortak alanları bulmak çok önemli. Mesela playstation maçlarından hiç hoşlanmam. Ama eşim sabahlara kadar oynar. Ben bu durumdan sıkılıyorum. O da ikimizin sevebileceği bir oyun almış. Ortak alanlar bulunmalı. Herkes her şeyi sevmek zorunda değil ama bir şekilde dahil edilebilir. Bu dönemde dinlemenin aile bireylerine verilebilecek en güzel değer olduğunu düşünüyorum”. Ö1 “İnsan ilişkilerinde değer önemli. Kişiyi değersizleştirmeyecek seviyede davranışlarda bulunulabilir”. Ö4 “Bir yerden sonra çok fazla iletişim de tıkanık iletişime yol açıyor. Boşanmaların da bu yüzden arttığını düşünüyorum. Ev içerisinde her birey kendi sınırlarını bilerek bu dönemi atlması gerekir. Zoraki çabala yerine her şeyin emek olduğunu bilmeliyiz. Ben sürekli Instagram’a da girebilirim, makale de okuyabilirim ama burada önemli olan karşımdaki insana değer verip onunla iletişimimi sürdürebilmemdir” Ö1 “Bir söz vardı aklıma o geldi. Samimi ol ama laubali olma. Bu söz en özelimizdeki insan için bile geçerli bence” cevabını vermiştir. Ö5 “Pandemi döneminde aile içi ilişkilerin daha da güçlendiğini düşünüyorum. Bizim evde herkes evde. Evden çalışıyorlar. İşten gelip günün yorgunluğunu yaşamıyoruz. Bütün zamanımız ailemize ait. Bu yüzden daha iyi iletişim kurabilmek için ortak aktivitelerde bulunmak, ortak iş paylaşımı yapmak, film izlemek önemli. Bizde haftada bir kez film izleriz. Evde de günlük rutin temizliği ben yaparım. Annem genelde yemek yapar. Kardeşlerim markete gider. Herkes kendi sorumluluğunu bildiği ve iş bölümü gerçekleştirdiği takdirde daha etkili aile içi iletişim gerçekleşmiş oluyor” cevabını vermiştir.

Öğrenciler	Daha etkili aile içi iletişim nasıl sağlanır?
Ö1	İnsan ilişkilerine değer vererek sağlanabilir.
Ö2	İletişim akışına bırakılarak sağlanabilir.
Ö3	İyi bir dinleyici olarak ve ortak alanları bularak sağlanabilir.
Ö4	Herkes kendi sınırlarını bilerek davranırsa sağlanabilir.
Ö5	Ortak aktivitelerde bulunarak, iş paylaşımı yaparak sağlanabilir.

Daha etkili aile içi iletişimin sağlanması, ailedeki bireylerin birbirlerinin sınırlarını ihlal etmemeleri, kişisel alanlara saygı göstermeleri, boş zamanlarında ortak aktivitelerde bulunmaları ile ilişkilendirilmiştir.

Araştırma soruları öğrenciler tarafından cevaplandıktan sonra araştırmaya katkısı olacağını düşündüğü bir konuyu Ö3 şu şekilde ortaya atmıştır: “İnsanların sosyal medyada uzun saatler geçirmesi ile sistem bundan para kazanıyor. Eşime bunun nedenini sordum. İnsanlar neden bu platformlarda hiç tanımadığı insanlarla konuşma gereği ve bir şeyler paylaşma ihtiyacı duyuyor? Bunun cevabını insanların aile içi problemleri var ve aileleriyle vakit geçirmek istemiyorlar. Sanal bir dünya, sanal arkadaşlıklar ve hayal ettiği insan kimliğinde bir şeyler yapmak istiyorlar şeklinde verdi. İnsanlar hiç tanımadıkları insanlara sosyal medya platformları üzerinden

konusuyorlar ve hediyeler veriyorlar. Çünkü insanlar günlük hayatta dinlenmiyorlar. İnsanlar değersiz hissediyor ve değerli görünmek istediği insanların yanında oluyorlar”. Ö4 “Artık yalnızlaştık. Sadece tüketebildiğimiz halde varız. İletişimi de tüketiyorlar”. Ö3 “Bu düşüncelerimin araştırmaya katkı sağlayacağını düşünüyorum” şeklinde görüşlerini ifade etmişlerdir.

Aile içinde problemleri olan insanlar sosyal medya platformlarına yönelmektedirler. Ailenin içinde yüz yüze iletişimi sağlayamayan insanlarda konuşma ve dinlenme ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Bu ihtiyaçlarını da sosyal medya platformlarından karşılamaktadırlar. Hiç tanımadığı insanlara rahatlıkla sıkıntılarını anlatabilmekte, dertlerini paylaşabilmektedirler. Bu şekilde ortaya çıkan iletişim ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar.

DEĞERLENDİRMELER VE SONUÇ

Sosyal medya ve Instagram kullanımları aile içindeki iletişimi etkilemektedir. Çalışmada Instagram kullanımının aile içindeki iletişime etkilerini analiz edebilmek için planlanan odak grup görüşmesi ile yüksek lisans yapan öğrencilerin görüşlerine yer verilmiştir. Öğrencilere yapılan odak grup görüşmesine göre öğrencilerin görüşleri şu şekilde özetlenebilir.

Odak grup görüşmesine katılan öğrencilerin çoğunluğunun Instagram kullandıkları görülmüştür. Sadece bir öğrencinin Instagram’ın zaman kaybı olduğunu düşündüğü için Instagram kullanmadığı tespit edilmiştir. Instagram’ı kullanan öğrencilerin kullanım süreleri ile aile içi iletişime ayırdıkları süre farklılıklarını tespit etmek adına Instagram kullanım süreleri önem taşımaktadır. Elde edilen bulgulara göre Instagram kullanım sürelerinin aile içi iletişimlerine olumsuz etkileri görülmemiştir. Bazı öğrenciler olumlu etkilerinin olduğunu da belirtmişlerdir. Öğrencilerin Instagram’ı kullanım süreleriyle kullandıklarını kısıtlayan sebepler arasında ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Instagram’ı daha az kullanan öğrenciler az kullandıklarını sebeplerini evde makale yazma ve okuma gibi işlerinin olduğu ile ilişkilendirmişlerdir. Daha fazla Instagram kullananlar öğrencilerden biri işi gereği zorunlu olarak kullandığını diğeri ise video izlemekten hoşlandığı için kullandığını ifade etmişlerdir. Instagram’ı hiç kullanmayan öğrenci ise kullanmama sebebini Instagram’ın vakit aldığını düşündüğü için kullanmadığını belirtmiştir.

Öğrencilere genelde ne tür paylaşımlarda buldukları sorulduğunda çoğunluğunun Instagram hesaplarına bakarak cevap verdikleri görülmüştür. Instagram paylaşımlarını incelerlerken bazı öğrenciler birbirlerini takip etmediklerini fark etmişlerdir. Görüşme esnasında birbirlerini takip etmeye başlamaları görüşmede samimi bir ortamın yaratıldığı ile ilişkilendirilebilir. Instagram’ı kullanım süreleriyle ne tür paylaşımlar yaptıkları arasında anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Günlük kullanım süresi arttıkça paylaşımlarının içeriği de artmaktadır. Öğrenciler arasında Instagram’ı en fazla kullanan öğrencinin diğer öğrencilere göre paylaşım içeriği en fazla olduğu görülmüştür. Öğrencilerin çoğunlukla paylaşımların ilgi alanlarına göre olduğu tespit edilmiştir.

Öğrencilerin Instagram kullandıklarını aile içindeki iletişime olumsuz bir etkisinin olmadığı ortaya çıkarılmıştır. Bunun sebebini sosyal medya kullanımına hâkim oluşları, ailelerindeki bazı kişilerin Instagram kullanmamaları ile açıklamışlardır. Bilinçli kullanıcılar olmaları sebebiyle Instagram kullandıklarını aile içi iletişimlerini etkilememişlerdir. Öğrencilerin Instagram kullandıklarını aile içi iletişimlerini etkilememeleri ile ailedeki kişilerin Instagram kullanmamalarının bir etken olduğu tespit edilmiştir. Instagram kullanım süresiyle bu kullanımdan aile içi iletişimin etkilenmemesi arasında ilişki kurulmuştur. Instagram’ı az kullanan öğrenciler aile içindeki iletişimi etkilemediğini ifade ederlerken Instagram’ı en fazla kullanan öğrenci aile içindeki iletişimi olumlu etkilediğini belirtmiştir. Instagram’ı hiç kullanmayan öğrenci ise Instagram’ın zaman kaybına yol açarak aile içi iletişimi etkileyebileceğini düşündüğünü belirtmiştir.

Instagram kullanım süresiyle sosyal medyada olan biten her şeyi bilme arasında ilişki tespit edilmiştir. Kullanım süresi arttıkça sosyal medyada olan biten her şeyden haberdar olma durumu da artmaktadır. Öğrencilerin hepsi sosyal medyayı yoğun kullanımın aile içindeki iletişimi etkileyeceğini düşündüklerini belirtmişlerdir. Instagram kullanım süresiyle aile içindeki iletişime ayırdıkları süre incelendiğinde genellikle aile içi yüz yüze iletişime önem verdikleri tespit edilmiştir. Yalnız yaşayan bir öğrenci kimseyle yüz yüze iletişim kurmadığı için telefonla ve sosyal medyayla iletişim kurduğunu belirtmiştir. Yalnız yaşama ile sosyal medyada geçirilen sürenin bağlantılı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Instagram’da mahrem alanları paylaşmanın kişinin kendi mahrem sınırlarıyla ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin genellikle ilgi alanlarıyla ilgili ve çevrelerindeki kişilerle paylaşımlarda buldukları görülmüştür. Mahrem alan paylaşımlarının aile içindeki iletişime etkileri sosyal medyada paylaşımları gizleme özelliği ile ilişkilendirilmiştir. Paylaşımları gizleme özelliğinin aile içindeki yaşanabilecek tartışmaları ortadan kaldıracığı düşünülmüştür.

Sosyal medyayı kullanım süresiyle aile içi iletişim arasındaki dengenin insanların kişisel alanlarına saygı göstererek sağlanacağı ifade edilmiştir. Öğrencilerin çoğunluğunun ailesinin Instagram’ı kullandıkları ve ilgi alanları doğrultusunda paylaşımlarda buldukları tespit edilmiştir. Öğrencilerin çoğunluğunun aile bireylerinin sosyal medya kullandıklarını onları rahatsız etmediği görülmüştür. Instagram kullanmayan öğrencinin aile bireylerinin kullanımından rahatsızlık hissettiği görülmüştür. Instagram kullandıklarını ve paylaşımları üzerinden aile bireyleri arasında tartışma çıkmadığı sadece birbirlerini uyardıkları tespit edilmiştir. Daha etkili aile içi iletişimin sağlanması için ailedeki bireylerin birbirlerinin sınırlarını ihlal etmemeleri, kişisel alanlara saygı

göstermeleri, boş zamanlarda ortak aktivitelerde bulunmaları gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Instagram kullanımının aile içi iletişime olumsuz etkisinin önüne geçilmelidir. Daha etkili aile içi iletişim için aile bireyleri sosyal medya kullanım süreleriyle yüz yüze iletişim kurma arasındaki dengeyi kendileri sağlamalıdır. Bu denge sağlanırken birbirlerinin kişisel alanlarına saygı göstermeleri ve sınırlarını ihlal etmemelilerdir. Bu şekilde etkili bir iletişim sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- Acun, İ., Yücel, C., Belenkuyu, C., ve Keleş, S. (2018). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçlarının incelenmesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 23(4), 559-602.
- Aküzüm, C. ve Saraçoğlu, M. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının İncelenmesi. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, 32, 803-817.
- Alıklıç, Ö., Gülay, G. ve Binbir, S. (2013). *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Süreli Elektronik Dergisi*, 37, 41-62.
- Apaydın, H. (2001). Aile içi iletişimin çocuğun dinsel gelişimine etkisi. *On Dokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, (12), 320-326.
- Armağan, V., Karakulle, İ. ve Karademir, Ö. (2019). Sosyal medya kullanan tüketicilerin algıları üzerine bir araştırma: Instagram örneği. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6, (4), 2-13.
- Aydın, G. ve Başol, O. (2014). X ve Y Kuşağı: Çalışmanın Anlamında Bir Değişme Var Mı. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 2-10.
- Aydın, İ. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımları Üzerine Bir Araştırma: Anadolu Üniversitesi Örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 374-382.
- Ayğar, B. ve Uzun, B. (2018). Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinin Geliştirilmesi: Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışmaları. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 5, 507-525.
- Ayhün, S. (2013). Kuşaklar Arasındaki Farklılıklar ve Örgütsel Yansımaları. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 1 (2), 95-105.
- Babacan, M. (2016). Sosyal medya kullanım alanları ve bağımlılık ilişkisi. *Addicta: The Turkish Journal On Addictions*, 3, (1), 8-19.
- Bakan, U. ve Bakan, U. (2017). Facebook'ta aile ilişkileri ve sosyal medya adanmışlığına yönelik bir içerik analizi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9, (20),55-59.
- Balcı, Ş. ve Ayhan, B. (2007). Üniversite öğrencilerinin internet kullanım ve doyumları üzerine bir saha araştırması. *Selçuk İletişim*, 5 (1), 175-180.
- Balcı, Ş. ve Koçak, M. (2017). Sosyal Medya Kullanımı İle Yaşam Doyumu Arasındaki İlişki: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma. [Konferans Sunumu]. 1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı.
- Baran, A. (2004). Türkiye'de aile içi iletişim ve ilişkiler üzerine bir model denemesi. *Türkiyat Araştırmaları*, 31-40.
- Büyük, E. ve Aydın, A. (2018). Kullanım ve doyum aracı olarak popüler kültür. *IX. IBANESS Congress Series*.
- Canöz, N. (2016). İletişim fakültesi öğrencilerinin kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde sosyal medya kullanım alışkanlıkları. *SUTAD*, (39), 425-440.
- Carr, N. (2012). *Yüzeysellik: İnternet bizi aptal mı yapıyor?*. Ufuk Yayınları.
- Cevher, R. ve Ustakara F. (2019). Kullanımlar ve doyumlar teorisi bağlamında sosyal medya kullanımına yönelik bir araştırma. *Refereed & Index & Open Access Journal*, 5 (19), 813-819.
- Çalışkan, N. ve Aslenderen, M. (2014). Aile içi iletişim ve siber yaşam: Teorik bir çözümleme. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15, (2), 264-272.
- Çiftçi, H. (2018). Öğrencilerin siber mağduriyet düzeylerinin karşılaştırılması. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6, (2), 1537-1561.
- Çokluk, Ö., Yılmaz, K. ve Oğuz, E. (2011). Nitel bir görüşme yöntemi: Odak grup görüşmesi. *Kurumsal Eğitimbilim Dergisi*, 4, (1), 96-100.
- Çömlekçi, M. ve Başol, O. (2019). Gençlerin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17, (4), 174-184.
- Çötel, S. (2016). İnternette izlenen dizi ve seriyallerin "Araç İletidir" ve "Kullanımlar Doyumlar" bağlamında incelenmesi. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (2), 120-131.
- Demir, Ü. (2016). Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi: Çanakkale'de Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk İletişim*, 9 (2), 28-34.
- Demir, Y. ve Kumcağız, H. (2019). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının farklı değişkenler açısından incelenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 9, (52), 24-35.
- Deniz, L. ve Ünal, A. (2020). Sosyal Medya Çağında Kuşakların Sosyal Medya Kullanımı ve Değerlerine Yönelik Bir Dizi Ölçek Geliştirme Çalışması. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi* 18, (10), 1027-1031.
- Dilber, F. (2019). Aile içi iletişimde sosyal medya: Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 335-359.

- Elitaş, S. (2020). Sosyal medyanın toplumsal dönüştürücülüğü: Sosyal medya kullanan ergenlerin aile içi iletişim süreçlerine katılım düzeyleri üzerine nicel bir araştırma. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16 (30), 2618-2624.
- Erişir, R. ve Erişir, D. (2018). Yeni medya ve çocuk: Instagram özelinde "Sharenting" ("Paylaşanababalık") örneği. *Yeni Medya Hakemli Akademik E-dergi*, 51-57.
- Gezgin, U. (2018). Kullanımlar ve doyumlar kuramı açısından bir yaygın eğitim aracı olarak sosyal medya: Eğitimcilerle öneriler. *İzlek Akademik Dergi*, 1 (1), 14-30.
- Göncü, S. (2018). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde Y kuşağının WhatsApp kullanımı üzerine bir inceleme. *TRT Akademi*, 3 (6), 592-601.
- Gülcan, Y., Kuştepe, Y. ve Aldemir, C. (2002). Yüksek öğretimde öğrenci doyumları: Kuramsal bir çerçeve ve görgül bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İ. İ. B. F. Dergisi*, 7 (1), 99-112.
- Güleç, V. (2018). Aile ilişkilerinin sosyal medyayla birlikte çöküşü. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 105-116.
- Gülner, B. ve Öztat, F. (2020). Aile içi yüz yüze iletişim, internet ve sosyal medya kullanım ilişkisi. *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi*, 28 (1), 29-36.
- Gündüz, A., Attar, G. ve Altun, A. (2018). Üniversite öğrencilerinin Instagram'daki benlik sunumları. *DTCF Dergisi*, 58, (2), 1863-1888.
- İlhan, E. ve Aydoğdu, A. (2019). Youtube kullanıcılarının kullanım motivasyonlarının incelenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7 (2), 1131-1138.
- İşman, A. ve Özdemir, N. (2018). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları üzerine bir araştırma: Kto Karatay üniversitesi facebook örneği. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (30), 91-95.
- Jay G. B. ve Elihu K. (1974). The uses of mass communications. Sage Publisher.
- Kara, T. (2016). Gençler neden Snapchat kullanıyor kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı üzerinden bir araştırma. *Intermedia International e-Journal*, 3 (5), 264- 274.
- Karadağ, G. ve Algül, A. (2018). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında genel televizyon\ tematik televizyon izleme alışkanlıkları. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC*, 8 (4), 709-722.
- Karakoç, E. ve Gülsünler, M. (2012). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında Facebook: Konya üzerine bir araştırma. *Akdeniz İletişim Dergisi*, 44-48.
- Kır, S. (2019). Dijital Kuşaklar ve Dijital Ortamlar: Türkiye- Kırgızistan Y Kuşağı Örnekleme Üzerine Bir İnceleme. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4 (8), 3586-3590.
- Kırık, A. (2014). Aile ve çocuk ilişkisinde internetin yeri: Nitel bir araştırma. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 3, (1), 337-341.
- Koç, A., Gökler, M. ve Bilgehan, T. (2019). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ve takıntılı özçekim davranışının sosyal medya kullanım sıklığı bakımından karşılaştırılması. *Yeni Symposium*, 57, (4), 16-19.
- Kuyucu, M. (2014). Y kuşağı ve Facebook: Y kuşağının Facebook kullanım alışkanlıkları üzerine bir inceleme. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 13, (49), 56-65. Taş, H. ve Kaçar, S. (2019). X, Y ve Z Kuşağı Çalışanlarının Yönetim Tarzları ve Bir İşletme Örneği. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 18, (11), 645-647.
- Küçük Kurt, M., Hazar, Ç., Çetin, M. ve Topbaş, H. (2009). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı perspektifinden üniversite öğrencilerinin medyaya bakışı. *Selçuk İletişim Dergisi*, 6, (1), 37-46. Şalap, K. (2016). *Çalışma Yaşamında Kuşaklar: Kuşakların İş ve Özel Yaşam Dengesine İlişkin Yaklaşımları* (Yayın No. 451657) [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi]. Ulusal Tez Merkezi.
- Okumuş, V. (2018). Çocukların sosyal medya kullanımları ile ebeveyn tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi. (yayın No. 492221) [Yüksek lisans tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi].
- Onurlubaş, E. ve Öztürk, D. (2018). Sosyal medya uygulamalarının y kuşağı satın alma davranışı üzerine etkisi: Instagram örneği. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 9, (16), 986-994.
- Öcal, D. (2018). Instagram örneğinde sosyal medyadan yansıyanlar. *İNİF E-dergi*, 3 (1), 24-35.
- Özer, Ö. (2017). Kullanımlar ve doyumlar kuramı çerçevesinde Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İ. İ. B. F. öğrencilerinin Twitter kullanımı üzerine bir analiz. *Intermedia International e-Journal*, 4 (6), 42-56.
- Özodaşık, M. (2001). Modern insanın yalnızlığı. Çizgi Kitapevi.
- Saatçioğlu, E. ve İnanç, A. (2020). Kullanımlar ve doyumlar kuramı ekseninde Instagram kullanım güdülleri, cinsiyet ve yaş ilişkisi üzerine bir araştırma. *Global Media Journal TR Edition*, 10 (20), 131-146.
- Sarıtaş, E. ve Barutçu, S. (2016). Tüketici davranışlarının analizinde kuşaklar: Sosyal medya kullanımı üzerinde bir araştırma. *PJESS*, 3 (2), 2-11.
- Solmaz, B., Tekin, G., Herzem, Z., Demir, M. (2013). İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Uygulama. *Selçuk İletişim Dergisi*, 7 (4), 24-31.
- Sözkesen, M. ve Biçer, S. (2018). Instagram'da sosyal kıyaslama, benlik saygısı ve yaşam doyumları ilişkisi: Fırat üniversitesi üzerine bir inceleme. *Akdeniz İletişim Dergisi*, (30), 304-311.
- Şahin, S. ve Aral, N. (2012). Aile içi iletişim. *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi*, 1 (3), 56-64.
- Şahoğlu, C. (2018). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde konum paylaşım motivasyonları: Foursquare ve Swarm üzerine nitel bir araştırma. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 259-275.

- Taşdelen, B. ve Çataldaş, İ. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve mahremiyete yönelik görüşleri : Lefke Avrupa Üniversitesi örneği. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5, (2), 827-840.
- Tektaş, N. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanımlarına Yönelik Bir Araştırma. *Tarih Okulu Dergisi*, 17, 852-855.
- Tükel, İ. (2018). Y kuşağı temsilcilerinin aile algıları üzerine bir analiz. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 13, (1), 25-37.
- Türkmenoğlu, H. (2014). Teknoloji ve Sanat İlişkisi ve Bir Dijital Sanat Örneği Olarak Instagram. *Ulakbilge Dergisi*, 2 (4), 89-97.
- Ustakara, F. ve Türkoğlu, E. (2015). Y Kuşağının Bir Gözetim Mekanizması Olarak Sosyal Ağlar Üzerine Algısı: Gaziantep Üniversitesi Araştırması. *Turkish Studies*, 10 (10), 944-948.
- Utma, S. (2020). Aile kurumunun dönüşümünde sosyal medyanın etkisi: Aile içi iletişimin dijitalleşmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 13 (71), 1017-1022.
- Üçer, N. (2016). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında gençlerin sosyal medya kullanımına yönelik niteliksel bir araştırma. *Global Media Journal TR Edition*, 6 (12), 2-23.
- Ünal, A. (2019). İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının İncelenmesi: Üskidar Üniversitesi Örneği. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, 2, 50-71.
- Vural, Z. ve Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege Üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma. *Journal of Yasar University*, 20, (5), 3349-3357.
- Yağmurlu, A. (2011). Kamu Yönetiminde Hakla İlişkiler ve Sosyal Medya. *Selçuk İletişim Dergisi*, 7 (1), 5-7.
- Yalçın, M. ve Yalçın, M. (2018). Sosyal medya kullanımı ve aile içi iletişim ilişkisi: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11 (57), 738-743.
- Yeniçiktı, N. (2016). Hakla İlişkiler Aracı Olarak Instagram: Sosyal Medya Kullanan 50 Şirket Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk İletişim Dergisi*, 9 (2), 93-102.
- Yeşil, Y. ve Fidan, F. (2017). *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (1), 101-108.
- Yetkiner, B. ve Öztürk, B. (2020). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında İnönü Üniversitesi iletişim fakültesi öğrencilerinin Tik Tok kullanımı. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (24), 217-232.

POWERFUL HECUBA: A HEROINE IN ACTION

Andrea Navarro NOGUERA
University of Valencia, Spain
Andrea.Navarro@uv.es

ABSTRACT

Hecuba, who despite being old, a woman and a war prize, actively participates in the dramatic action alongside the chorus of Trojan women in the face of the Greek overlord Agamemnon's inability to implement the just atonement for the impiety they have received. Euripides, in his tragedy *Hecuba*, not only gives voice to the women, but also gives them the possibility, as true protagonists, to be endowed with the ability to actively carry out the just punishment for the treachery they have received from the Thracian king, Polymestor.

INTRODUCTION

One may not speak of contemporary gender studies without going to the origins of the treatment of women in literature, more specifically in its presence in the preserved texts of Ancient Classical Greece. And it is in the theater, and mainly in tragedy, where we will find clear examples of female characterization. If the heroines represented in the plays of the three most important tragedians (Aeschylus, Sophocles and Euripides) are analyzed, a clear dividing line can be seen between female victims (as submissive wives, captives, sacrificed young girls) and empowered women. In this second group of women, among whom are such well-known figures as Medea and Clytemnestra, one finds the main heroine of Euripides' homonymous work, Hecuba. It is the treatment of this woman that even today surprises all who study Greek tragedy and who, without a doubt, is considered a clear example of the power that Euripides puts in female hands. Furthermore, Euripides not only gives voice to the former queen of Troy, but puts her on the scene as a main character who acts, and she acts like any male character would, being capable of causing even the death of her enemies.

THE STUDY AND FINDINGS

Euripides premiered the *Hecuba* tragedy in 424 B.C.E. It is a work tinged with great criticism of permanent warlike conflict (Romero Mariscal, 2005, pp. 505-513), and the decline of political values that violate basic norms of coexistence (Bañuls y Crespo, 2007, pp. 105-163). The purpose of the drama is to restore a broken order, mainly expressing the total renunciation of improper practices, the breaking of established norms, the personal interest of the "political class" and the consequent distrust of the δῆμος, with an undercurrent of lament for the consequences of defeat for the most defenseless (women, elderly and children). The beginning of the play is enlightening in this sense, as the ghost of Polydorus, son of Priam and Hecuba, reveals the play's fundamental theme, the violation of ξενία (Baslez, 2008).

The ghost of Polydorus tells how Polymestor, the one who was supposed to protect him (ξένος πατρῶς, line 26), upon learning of the fall of Troy and the death of Priam, decides to kill the child in order to steal the gold treasure that he had brought. This moral relationship of hospitality between Polymestor and Priam is the reason why Hecuba, when she recognizes the corpse of her son, screams and expresses the incredulity manifested shortly after in lines 714-716. Moreover, it is a straightforward question (line 715): ποῦ δίκαια ξένων; // *What about the laws between the guest and the host?* This question is the key to interpreting the mother's attitude from this moment on. It is the search for a just punishment for the traitor, who has broken one of the basic rules of coexistence sanctioned by the gods, which moves this mother to action. Hecuba, henceforth, does not act alone. She has the collaboration of the chorus of Trojan women.

The *Hecuba* tragedy is usually interpreted as the representation of the loneliness and despair of the main heroine. She symbolizes the suffering mother who has previously lost her loved ones and now loses her two youngest children. Her daughter, Polyxena, is sacrificed as the posthumous booty of Achilles, and her son, Polydorus, is murdered at the hands of his Thracian host Polymestor. Under this premise, many scholars have seen Hecuba's vengeful reaction as a consequence of despair over the pain of a new death, an impious death, a reaction considered by some as a sign of her heroism (Kovacs, 1987, pp. 78-114), and by others, proof of her degradation (Abrahamson, 1952, pp. 120-129; Luschnig, 1976, p. 233; Reckford, 1985, pp. 112-128; Nussbaum, 1986, pp. 397-421). Despite these two views within literary criticism, there is a certain unanimity in studies affirming the cruelty of the revenge carried out by the old woman. Falkner (1989, p. 124), Collard (1975, pp. 65-66) and Gellie (1980, p. 40) have remarked the excessiveness of the revenge and the comparison with those of Medea and of Alcmena; while Michelini (1987, p. 141) reminds us that the standards of the Greeks of the time about how revenge should be committed is different from ours and states that Hecuba should not have failed to produce compassion in the public in the second part of the tragedy.

The present paper intends to demonstrate that her actions are not out of cruelty, but of reparation, of justice. They are undertaken by Hecuba and the Trojan women since Agamemnon, a powerful Greek leader, was not in a political position to carry it out.

Indeed, the queen's revenge is a journey in which the heroine, at the same time as the chorus, both progressively recognizes a necessity for, as well as executes a logical retribution against those guilty of impiety. Throughout the play, the fate of Troy remains as an unbearable disgrace for the Trojan captives. From one *stasimon* to another they go from a feeling of incomprehension, as a result of the absurdity of the war, to the realization to some extent of the logical punishment in the destruction of their city for the kidnapping of Helen by Paris, the Trojan prince. For her part, Hecuba has to endure the deaths of two of her children. These deaths are two independent events, since they are not realized for the same reasons, but nonetheless are connected to the heroine's revenge.

The sacrifice of Polyxena and the revenge of Hecuba arise from the same moral principle: the need to honor the obligations towards the φίλοι after someone's death. The Greeks, on the one hand, following Achilles' request for his corresponding war spoils, need to honor the hero with the young woman's blood, while the old woman needs to punish Polymestor, the murderer of her child, for not having respected the principle of ξενία. Likewise, there are causal effects in the dramatic action between sacrifice and revenge: without the death of her daughter, Hecuba would not have discovered her son's body. Moreover, if this death had not been admirable, as the herald related in his speech, she could not have benefited from Agamemnon's benevolence, which was necessary to bring her plot to fruition.

It is important to point out that Polydorus is not a direct victim of the Trojan War, but an indirect one, since his death is caused by the impious and unjust act of a φίλος who was obligated to provide protection. Thus, it is not surprising that the death of Polyxena, though leaving Hecuba absorbed in pain, does not provoke any other reaction in her than that of resignation in the face of misfortune (Sorkin, 1993, pp. 114-116). Before Hecuba starts the funeral rites for her daughter, the Greeks bring the body of her youngest son, whom she believed to be safe in the home of the most beloved of her guests. Yet the son was murdered by him out of greed, violating the divine law of hospitality. This last death, for such a vile motive, and through the betrayal of sacred laws, transforms Hecuba's pain into rage (χόλος, line 1118), and from a state of desolation she takes action in search of reparation.

In order to compensate for (correct) the betrayal, Hecuba needs the help of Agamemnon. Knowingly, she limits herself to asking for those things which he can grant her: to be his confidant, and to prevent the aid of the Achaeans in case they want to help the traitor during the revenge process (lines 870-874). The hero, surprised, asks her how she, a simple old woman, is going to finish off Polymestor and if she is going to have any help (lines 876-880). In response, Hecuba mentions the Trojans and the deception she is about to effect (lines 881-885):

Ἐκάβη.- στέγαι κεκεύθασ' αἶδε Τρωάδων ὄχλον. / **Ἀγαμέμνων.**- τὰς αἰχμαλώτους εἶπας, Ἑλλήνων ἄγραν; / **Ἐκάβη.**- σὺν ταῖσδε τὸν ἐμὸν φονέα τιμωρήσομαι. / **Ἀγαμέμνων.**- καὶ πῶς γυναιξὶν ἀρσένων ἔσται κράτος; / **Ἐκάβη.**- δεινὸν τὸ πλῆθος σὺν δόλῳ τε δύσμαχον. / **Ἀγαμέμνων.**- δεινόν· τὸ μέντοι θῆλυ μέφομαι γένος.

Hecuba.- *These tents hide a multitude of Trojans.* / **Agamemnon.**- *Do you mean the captives, the spoils of the Hellenes?* / **Hecuba.**- *With them, I will punish my murderer.* / **Agamemnon.**- *And how are women going to have power over men?* / **Hecuba.**- *Terrible is the mob and through deception, invincible.* / **Agamemnon.**- *Terrible. But, nevertheless, I censure the female sex.*

Agamemnon assumes that Hecuba's intention is to kill Polymestor, although she has not said so. Perhaps this is an indirect reference to Athenian law, since already in Draco's code premeditated murder (ἐκ προνοίας), tried in the Areopagus court, was punishable by capital punishment (Cantarella, 2000, pp. 62-63).

The episode ends with the heroine ordering a slave to summon Polymestor, along with his children, and with Agamemnon's request to delay Polyxena's funeral. The Atreid agrees to be her confidant and wishes her success in her plan, since the punishment for the breach of the rights relating to the πόλις (lines 902-904) is justice: γένοιτο δ' εὖ πως· πᾶσι γὰρ κοινὸν τόδε, / ἰδίᾳ θ' ἐκάστῳ καὶ πόλει, τὸν μὲν κακὸν / κακὸν τι πάσχειν, τὸν δὲ χρηστὸν εὐτυχεῖν // *Hopefully, all ends well, since this is the common interest, as individuals and as a city, that the evil suffer and the good be pleased.* Agamemnon appropriates Hecuba's demands for justice and unites the private and public spheres with regard to compliance with the basic rules of coexistence.

As soon as the Thracian king arrives on the scene, and even before Hecuba addresses him, he expresses his regret for the misfortunes that have befallen her (lines 954-955): δακρύω σ' εἰσορῶν πόλιν τε σὴν / τὴν τ' ἄρτίως θανοῦσαν ἔκγονον σέθεν // *I cry when I contemplate you, your city and your daughter who has just died; and he justifies himself by not having gone to see her before* (lines 962-967). Far from showing himself as the impious man that Hecuba had portrayed, here Polymestor appears conciliatory and saddened by the former queen's current situation, to the point of asking her how he can help (lines 976-977), since he, as does the army of the Achaeans, considers it φίλη (lines 982-983).

Hecuba immediately begins a dialogue loaded with irony in order to successfully implement her plan. First, she asks if her son is alive, to which Polymestor does not hesitate to answer that he is (line 989). She next asks if the gold that was handed over with the boy is safe, to which he again answers affirmatively (lines 994-997). It is then that Hecuba begins to reveal a story of a hidden treasure in the temple of Athena Ilias and the existence of a quantity of money (χρήμαθ', line 1012) that she has managed to get out of Troy and has hidden in her tent (line

1014). She encourages him, along with his children, to enter the Trojan tents, where she assures there are no men (line 1018) and, therefore, there is no danger so he can take the money safely. And without a doubt, he and his sons do so in order to obtain such succulent loot. At this point, the chorus intervenes in song and anticipates the misfortune that is about to befall Polymestor (lines 1025-1033):

ἀλίμενόν τις ὡς εἰς ἄντλον πεσῶν / ἴλεχρῖος ἔκπεσῆ φίλας καρδίας, / ἀμέρσας βίωτον. τὸ γὰρ ὑπέγγυον / δίκαια καὶ θεοῖσιν οὐ συμπίπτει· / ὀλέθριον ὀλέθριον κακόν. ἴ / ψεύσει σ' ὁδοῦ τῆσδ' ἔλπεις ἢ σ' ἐπήγαγεν / θανάσιμον πρὸς Ἄϊδαν, ἰὼ τάλας· / ἀπολέμῳ δὲ χειρὶ λείψει βίον.

Like one who has fallen sideways into a bottomless sea, you will lose your precious heart, you will be deprived of life. For what is due to justice and to the gods is not toppled. Dismal, dismal disgrace! Hope will deceive you on this path, the one that has led you mortal toward Hades. Oh wretch! You will abandon life by a hand that did not make war.

However, the Trojans, or at least a part of them that are outside the tents do not know exactly what is happening inside them and believe that his punishment is death, a sentence which he himself is guilty of by his own fault, a human and divine fault (δίκαια καὶ θεοῖσιν, v. 1029).

Immediately afterwards, the groans of Polymestor are heard, lamenting his having been blinded and the cruel murder of his children (Orban, 1970, pp. 323 ff.; Tarkow, 1984, pp. 123-136) and who, full of fury and impotence, threatens the Trojans (lines 1039-1040): ἀλλ' οὐτι μὴ φύγητε λαίψηρῶ ποδὶ· / βάλλων γὰρ οἴκων τῶνδ' ἀναρρήξω μυχούς // *No, you don't need to flee on nimble feet! Well, by throwing things I will poke holes in every nook and cranny of these hovels.* At this precise moment, the chorus asks the following question (lines 1042-1043): βούλεσθ' ἐπεσπέσωμεν; ὡς ἀκμὴ καλεῖ / Ἐκάβῃ παρεῖναι Τρωάσιν τε συμμαχούς // *Do you want us to enter? For the occasion exhorts us to assist as allies in favor of Hecuba and the Trojans.*

The chorus is deeply involved in the Thracian king's punishment by the heroine. When Polymestor describes the attack against him, he speaks graphically of the violence of Hecuba's servants (lines 1132-1182), but there is no explicit indication of the previous entry of any chorus into the tent. One can consider the chorus to be divided into two semi-choruses: one that participates actively in the action, while the other wonders whether to come to the aid of the heroine and the other Trojans. As in *Andromache* (lines 817-824), the main character is off stage in a situation that entails danger, and the chorus wonders if it can do something to help. But before taking any action, the character in question enters the stage, dispelling their doubts and concerns. And indeed, Hecuba leaves the tents euphoric, rebuking the traitor and announcing that she has blinded him and has killed his two children with the help of the best Trojan women (σὺν ταῖς ἀρίσταις Τρωάσιν, line 1052). The old woman is finally satisfied, for her impious host has repaid his moral debt (δίκην δέ μοι / δέδωκε, lines 1052-1053).

The reference to the 'best Trojan women' could exclude the participation of the members of the chorus, however, upon his exit from the tent, Polymestor's words and attacks seem to be directed at all the Trojan women (lines 1059-1064): ποίαν / ἢ ταῦταν ἢ τάνδ' ἐξαλλάξω, τὰς / ἀνδροφόνους μάρψαι χρηζῶν Ἰλιάδας, / αἶ με διώλεσαν; / τάλαινα κόραι τάλαινα Φρυγῶν // *Which way will I charge, this way or that, to reach the Trojan assassins who have destroyed me? Unfortunate, unfortunate daughters of the Phrygians!* The large number of rhetorical questions in this passage reflects the anguish and helplessness of not being able to contemplate and decide where to direct his step. The tension in the monody of the king is *in crescendo*, and the dance, as a "hunt", had to be composed of rapid movements, each time to a different place (Prato, 1984-1985, p. 140). The footsteps that the Thracian hears seem to be certainly those of the chorus, which either moves away from or surrounds him as he performs his desperate dance. It is possible that here the choreographers replace, both on stage, as well as in Polymestor's blind assessment, the Trojan women who perpetuate the punishment. In his monody, he makes no reference as to whether or not he is carrying the corpses of his children. It seems, however, that he is faced with the difficult decision of leaving them behind and continuing with the "hunt" for the Trojan women (Ley, 2007, p. 109; Collard, 1991, p. 190). Polymestor wishes to eat his full of meat and bones with a feast of wild beasts (ἀγρίων θηρῶν, line 1073) an animalization of the Trojan women who make up the desired banquet. This cannibalistic wish by the Thracian king is undoubtedly reminiscent of Hecuba's wish in *Iliad* 24. lines 212-214 of eating Achilles' liver, murderer of her son Hector.

The hero continues to sing, but this time calling to his fellow Thracians and their Achaean allies for help (lines 1089-1094). This attracts Agamemnon who, pretending to know nothing, listens to the Thracian king's accusations and threats against Hecuba. Then, the Atreid asks him to speak civilly (lines 1129-1130): ἐκβαλὼν δὲ καρδίας τὸ βάρβαρον, / λέγ' // *as soon as you have expelled barbarism from your heart, speak.* Agamemnon says he is willing to listen to Polymestor's version, and to Hecuba's, and to judge righteously (κρίνω δίκαιός, line 1131).

Polymestor begins by confessing that he has killed Polydorus (line 1036), but at no time does he refer to having a ξενία relationship with the Trojan family. Nor does he mention Priam's money, the true motive for the murder. Instead, Polymestor tries to justify his actions out of the fear that if the young Trojan had lived, he might have tried to revive the power of Troy, and the Achaeans for their part, might start a new warlike conflict with

devastating consequences for all (lines 1138-1144). Next, the Thracian describes in detail the attack by Hecuba and her friends. He explains how the women deprive him of his weapons and take his sons away (line 1155-1159), how later the women draw knives and end the life of the children (lines 1160-1164), and how they blind him with their brooch pins (lines 1169-1171). He furthermore insists on having done Agamemnon a favor by killing an enemy (lines 1175-1176). The Thracian ends his speech with a criticism of the entire female gender, the cause of his current misfortune, which makes the chorus judgmentally criticize his insolent attitude (lines 1183-1186).

The king is presented as a beast that chases *μιαφόνους κύνας*, bitches stained with crime, and as a hunter who searches the wall: the Greek term is *κυνηγέτης*, literally “dog driver.” As Rodríguez Cidre (2010, p. 238) rightly points out about this comparison: “this implies a deep irony in the text as a blind Polymestor, feeling the walls, can hardly lead to the ‘bitches’ who deprived him of his children.” This reference to dogs, as well as the one found in line 1078, is not at all innocent in a tragedy where the main heroine will be virtually transformed into a bitch. Indeed, we see in *Hecuba* two versions of the slaughtering in two very different situations: the first that of Polyxena, outside, in the ritual of a sacrifice with an officiant and with the entire army, on the one hand, as witness; the second is that of the children, two victims inside the tents who are denied the rite, with a multitude of murderers and a single witness, on the other hand, beholding the last thing he will ever see. This external / internal confrontation reaffirms the feminine character of the murderers, but on an atrocious note, as a fearful scene of carnage.

After the allegations of the Thracian King, it is Hecuba's turn. She reveals to Agamemnon the true motive for Polydorus' murder, the desire on the part of Polymestor to seize Priam's treasure (lines 1206-1207). She eloquently argues that he has not ended her son's life out of friendship with the Greeks, but rather killed him when there was no longer any reason to do so, for nothing but the Trojan money (lines 1214-1216). This is a crime that deserves punishment, and so the heroine ends her intervention with a warning to Agamemnon in which she reminds him of the charges of impiety and disloyalty for which Polymestor is being tried (lines 1232-1235).

As promised, Agamemnon establishes himself as the judge of *ἀγών* and explicitly says that he does so because a failure to do so causes him shame (*αἰσχύνην φέρει*, line 1241). The Atreid very quickly refutes the excuses that Polymestor has given, concluding that the Thracian's motivations were greed, and insisting that this greed led to *ἀποκτεῖναι ξένον* (line 1244), something he reiterates three lines later, *ξενοκτονεῖν* (line 1247). With this, Agamemnon collects the words of Hecuba from line 1216: *ξένον κατέκτας σὴν μολόντ' ἐφ' ἐστῖαν // you killed the guest who came into your home*. A few words that reflect the same opinion from figures of opposing sides, Greeks and non-Greeks, about this type of crime: a crime against the basic norms of civic behavior must be punished. The gods in this tragedy also share this vision and the crime is punished by them. The winds, now that the punishment has been enforced, are once again favorable to the Greek ships.

Polymestor is forced to accept his sentence. But while Hecuba rejoices at having succeeded in bringing his ruse to light and justice, the Thracian taunts with three predictions that will take place in the future: the metamorphosis of Hecuba into a bitch with fiery eyes (v. 1265) and the deaths of Cassandra and of Agamemnon at the hands of Agamemnon's wife Clytemnestra (lines 1275, 1277 and 1279). This end to the character constitutes a Euripides innovation. The metamorphosis is linked to a lithification, since it says that the old woman, on the high seas, will become a stone bitch. Her body, turned into a canine statue, will serve as a signal to sailors. This lithification enables an identification of the character of Hecuba with that of Niobe. But in addition to the stone element, Hecuba appears like Niobe as the mother of the best children and, at the same time, as the orphan of all of them (Segal, 1993b, p. 71; Iriarte, 2002, pp. 135-136), for a relationship between Hecuba and Niobe.

Although one should keep in mind the different negative connotations linked to the dog in the Greek world since it can refer to shamelessness, cowardice or selfishness, it is also important to remember that the bitch is considered by the Greeks to be a symbol of motherhood. This can be seen in the Yambo of the women of Semonides of Amorgos (folio 7W, line 12). Hecuba's dog animalization has received numerous readings. As previously stated, the bitch is related to a maternal valence (Gregory, 1999, p. 34; Loraux, 1990, p. 146). Nevertheless, in her role as avenger, she could be related to the Erinyes (Mossman, 1995, p. 196; Zeitlin, 1996, p. 185). Still other studies see an allusion to the goddess Hecate since the dog is one of the symbols of this divinity generally linked to childbirth and death (Bukert, 1985, p. 65; Padel, 1992, p. 102). Additionally, Sorkin (1993, p. 122) assimilates metamorphosis with the Sphinx monster. Finally, some analyses propose, in general terms, the characterization of Hecuba turned bitch as a sea monster given the geographical location (Segal, 1993a, pp. 158-159, 180 and 185). A singular interpretation of the metamorphosis is that proposed by Rodríguez Cidre (2010, pp. 242 ff.), who proposes that Hecuba's transformation into a bitch can be read as the synecdoche of Scylla.

CONCLUSIONS

Much has been written about the evolution of the character of Hecuba, from her maternal attitude, to the sacrifice of Polyxena, and to the cruelty with which she executes her plan of revenge to blind Polymestor and kill his two sons. More than frequently what interpreters have wanted to see in this tragedy is the representation of the fragility of human fortune and the disintegration of a noble character that, attacked by misfortune, eventually acts as a dehumanized savage. The metamorphosis of Hecuba into a dog, as predicted by Polymestor, is the final phase of

this dehumanization. Nevertheless, it is not the first case in Greek tragedy where the death of innocent children occurs, e.g., *Medea*, nor should it surprise that in fifth century B.C. Athenian society, the punishment for a crime also fell on the relatives of the culprit.

Women seem to have dominated the tragic scene, both qualitatively and quantitatively, being characterized as mothers ("good" / "bad") / daughters / wives (faithful / unfaithful) / sisters / even nurses or other servants. This characterization is quite obvious and a concern of first order. This is because of the fundamental role women play, not only in myth but - of course - in history, in the real world. Most women do not have relevance by themselves but in function of the family and the man, in relation to which they are first "daughters of ..." (and also "sisters of ..."), then - usually - "wives of" and, finally, "mothers of" If we examine the female characters of mythology - mortal women, heroines - we see that they are largely victims of man's brutality, or simply of his selfishness, betrayal or coldness. Still, and despite this, other women no longer remain merely passive, tearful victims who limit themselves to lamentation or suicide.

Other women are dauntless. They are rebellious, vindictive women who protest the injustices to which they are subjected and the inequality with which they are treated because of their sex. They do not allow themselves to be trod upon, and they themselves take justice into their own hands. They are architects of death. They are the ones who rise up murderous against those who have caused them deep grievance or injustice, and it is almost always against men. This is the case of Hecuba, whose participation in the dramatic action, as shown above, is active, essential and powerful. Indeed, it is the power that Hecuba wields, despite being an old, captive woman, that continues to surprise any and all who wish to engage this Euripidean tragedy.

REFERENCES

- Abrahamson, E. L. (1985). "Euripides' Tragedy of *Hecuba*". *TAPA*, 83, 120-129.
- Bañuls, J. V. & Crespo, P. (2007). *Helénes apaitesis* de Sófocles. In J. V. Bañuls et alii (Eds.), *O mito de Helena de Tróia à actualidade* (pp. 105-164). Coimbra: Universidade de Coimbra.
- Baslez, M. (2008). *L'étranger dans la Grèce Antique*. Paris: Les Belles Lettres.
- Bukert, W. (1985) [1977]. *Greek Religion: Archaic and Classical*. Oxford-Cambridge Mass.: Blackwell.
- Cantarella, E. (2000). *Les peines de mort en Grèce et à Rome. Origines et fonctions des supplices capitaux dans l'Antiquité classique*. Paris: Albin Michel.
- Collard, C. (1975). "Formal debates in Euripides' tragedies". *G&R*, 22, 58-71.
- Collard, C. (1991). *Euripides*. Hecuba. Warminster: Aris & Phillips Ltd.
- Falkner, T. M. (1989). The Wrath of Alceme: Gender, Authority and Old Age in Euripides' *Children of Heracles*". In T. Falkner & J. de Luce (Eds.), *Old Age in Greek and Latin Literature* (pp. 114-131). Albany: State University of New York Press.
- Gellie, G. H. (1980). "Hecuba and Tragedy". *Antichon*, 14, 30-44.
- Gregory, J. (1999). *Euripides Hecuba. Introduction, text & commentary*. Atlanta: American Philological Association.
- Iriarte, A. (2002). *De Amazonas a Ciudadanos. Pretexto gineocrático y patriarcado en la Grecia antigua*. Madrid: Akal.
- Kovacs, D. (1987). *The Heroic Muse. Studies in the Hippolytus and Hecuba of Euripides*. Baltimore-London: The Johns Hopkins University Press.
- Ley, G. (2007). *The Theatricality of Greek Tragedy: Playing Space and Chorus*. Chicago: University of Chicago Press.
- Loroux, N. (1990). *Les Mères en deuil*. Paris: Seuil.
- Luschnig, C. A. E. (1976). "Euripides' *Hecabe*. The Time is Out of Joint". *CJ*, 71, 227-234.
- Micheli, A. N. (1987). *Euripides and the Tragic Tradition*. Madison: The University of Wisconsin Press.
- Mossman, J. (1995). *Wild Justice: A Study of Euripides' Hecuba*. Oxford: Oxford University Press.
- Nussbaum, M. G. (1986). *The Fragility of Goodness. Luck and Ethics in Greek Tragedy and Philosophy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Orban, M. (1970). "*Hécube*, drame humain". *LEC*, 38, 316-330.
- Padel, R. (1992). *In and Out of the Mind. Greek Images of the Tragic Self*. New Jersey: Princeton University Press.
- Prato, C. (1984-1985). "Il coro di Euripide: funzione e struttura". *Dioniso*, 55, 123-145.
- Reckford, K. (1985). Concepts of Demoralization in the *Hecuba*. In P. Burian (Ed.), *Directions in Euripidean Criticism* (pp. 112-128). Durham: Duke University Press.
- Rodríguez Cidre, E. (2010). *Cautivas Troyanas. El mundo femenino fragmentado en las tragedias de Eurípides*. Córdoba (Argentina): Ediciones del Copista.
- Romero Mariscal, L. P. (2005). Las *Iliupersis* trágicas de Eurípides: *Hécuba y Troyanas*. In A. Alvar Ezquerro (Ed.), *Actas del XI Congreso Español de Estudios Clásicos 2* (pp. 505-514). Madrid: Sociedad Española de Estudios Clásicos.
- Segal, C. (1993a). *Euripides and the poetics of sorrow. Art, gender and commemoration in Alcestis, Hippolytus and Hecuba*. Durham: Duke University Press.

- Segal, C. (1993b). "The female voice and its contradictions: from Homer to tragedy". *GB*, 5, 57-75.
- Sorkin, N. (1993). *Anxiety Veiled. Euripides and the Traffic in Women*. Nueva York: Cornell University Press.
- Tarkow, T. A. (1984), "Tragedy and transformation. Parent and child in Euripides' *Hecuba*". *Maia*, 36, 123-136.
- Zeitlin, F. (1996), *Playing the other. Gender and Society in Classical Greek Literature*. Chicago-London: The University of Chicago Press.

PRIMARY SCHOOL TEACHER CANDIDATES PERSPECTIVES OF ALTERNATIVE EDUCATION PRACTICES

İlkay AŞKIN TEKKOL

Department of Education , Kastamonu University, Turkey

ilkayaskin@hotmail.com

ABSTRACT

In this study, it was aimed that the primary school teacher candidates develop their alternative education models within the scope of the “Alternative Education Practices in Primary School” course. The research study group which was designed with the qualitative research method, consisted of 77 primary school teacher candidates studying at Kastamonu University, Faculty of Education, Department of Primary School Education. “Alternative Education Model Form” was used as a data collection tool in the research. The data were analyzed by the descriptive analysis method. According to the results, it was seen that primary school teacher candidates prefer to give a special name and a suitable name for alternative education applications. In their alternative methods primary school teacher candidates aimed to discover themselves and contribute to their development. They preferred constructivism theory for their alternative education practices. Also primary school teacher candidates mainly focused on the learner-centered, flexible and experience-based approaches to the curricula of alternative education practices. In the alternative education practices they developed, primary school teacher candidates generally talked about strategies, methods and techniques to improve students’ higher-order thinking skills. Finally, it has been seen that the evaluations in alternative education models of primary school teacher candidates mainly consist of performance-oriented evaluations and portfolios.

Keywords: Primary school teacher candidates, alternative education, alternative education practices.

INTRODUCTION

In the broadest sense, education, which is defined as the process of changing the behavior of individuals (Tyler, 1949), is also seen as the transfer of beliefs, moral standards, knowledge and skills from generation to generation (Curzon, 2004). Curzon (2004) states that education includes curricula, methods, techniques, tools and materials related to the teaching-learning process. Based on this definition, alternative education can be defined as the changes in the elements in the education process.

Deal and Nolan (1978) state that alternative education is a variation of the traditional school. In O’Brien, Thesing and Herbert (2001) alternative education has a more focused curriculum, a shared sense of purpose, a learner-centered philosophy, a non-competitive environment, greater autonomy, and a more personalized relationship between students and staff a smaller unit. Defined as a structure containing alternative education practices that focus on creating non-traditional options to help meet the needs of all students (De La Rosa, 1998). Morley (1991), emphasizes that alternative education is a way to ensure that every student is successful, make available a wide range of options, and enable students to recognize their strengths. Similarly Kartal (2014) defines that alternative education practices include;

- small size,
- supportive environment,
- individual programming,
- versatility,
- autonomy and democratic structure,
- participation of family and society in management,
- well-defined standards and rules,
- targeted services,
- expresses that it has accountability and continuous evaluation features.

Waldorf, Montessori, Reggio Emilia, Summerhill and Home Schooling are the most well-known among these models globally, while the most common alternative education applications in our country are; multigrade classes, mobile teaching and regional boarding schools. In Turkey, primary school teachers’ first places are generally rural areas and they often start working there in village schools with multigrade classes, mobile teaching and regional boarding schools. This situation requires primary school teacher candidates’ to know these alternative education practices. In this context the “Alternative Education Practices in Primary School” course is included in the classroom education undergraduate program. In this course;

“Geographical, social and economic factors affecting education in Turkey, ways of meeting the educational needs of children in rural and scattered settlements; mobile teaching, advantages and disadvantages of mobile teaching; regional primary boarding schools, advantages and

disadvantages of boarding primary schools; teaching in multigrade classrooms, the causes of multigrade classrooms, the basic foundations of teaching in multigrade classrooms and the way of teaching, planning of teaching in multigrade classrooms, classroom management and assessment activities, and teacher's duties and responsibilities in multigrade classrooms, teaching practices in multigrade classrooms around the world."(YOK, 2021).

So it can be expected that primary school teacher candidates taking this course will learn about alternative practices in our country and have knowledge about alternative education practices that are being applied in the world.

Aim of the Study

It is expected that primary school teacher candidates who are taking Alternative Education Practices in Primary School course, will learn about alternative practices in our country and know alternative education practices that are being applied in the world. Within this context, in this study, it was aimed that the primary school teacher candidates would develop their alternative education practices within the scope of the "Alternative Education Practices in Primary School" course.

THE STUDY

In this study, a qualitative research design was used to determine the alternative education practices of primary school teacher candidates.

Study Group

The research study group, which was designed with the qualitative research method, consisted of 77 primary school teacher candidates studying at Kastamonu University, Faculty of Education, Department of Primary School Education. The students were the third grade students attending the "Alternative Education Practices in Primary School" course. Within the scope of the course, throughout the semester, students were informed about alternative education practices which were being used in Turkey and the world, and discussions were held on these practices. At the end of the term, they were asked to propose an alternative education implementation.

Data Gathering Tool

"Alternative Education Model Form" was used as a data collection tool in the research. The form consists of six items:

1. Name of Alternative Education Model
2. Purpose of Alternative Education Model
3. Educational Theories/Models Which Implemented in Alternative Education Model
4. Features of the Alternative Education Model Curriculum
5. Strategies, Methods and Techniques Which Will be Used in Alternative Education Model
6. Assessment-Evaluation Approaches Which Will be Used in Alternative Education Model

Data Analysis

The data of the research were analyzed by the descriptive analysis method. In order to ensure the reliability of the research, the data were analyzed by an expert other than the researcher, and the percentage of agreement between them was calculated by Miles and Huberman (1994) formula. The value calculated according to the percent agreement suggested was determined as .87. Findings were supported by direct quotations when they were relevant to the findings.

FINDINGS

Findings of the Naming of Alternative Education Model

The first finding discussed in the study is the naming of the primary school teacher candidates for the alternative education practices they developed. Findings related to this are given in Table 1.

Table 1: Descriptive statistics about the name of alternative education model

Name of Alternative Education Model	f
Proper Name (Anka, Gardenia, Thoth, etc.)	32
Purpose of Model (Developmental Model, Transformative model, etc.)	20
Catch-phrases as a name(I'm discovering myself, my school my future, etc.)	14
Surname	5
Name-Surname	4
Name	2

When Table 1 is examined, it is seen that primary school teacher candidates mostly use proper names like Anka,

Gardenia, etc. in naming alternative education practices. This is followed by the purpose of the model naming (Developmental model, transformative model, etc.). Then catch-phrases as a name come like “*My school my future!*”. Primary school teacher candidates also used their surnames, names or both in naming.

Findings of the Purpose of Alternative Education Model

Another finding discussed in the study is the purpose of the primary school teacher candidates for the alternative education practices they developed. Findings related to this are given in Table 2.

Table 2: Descriptive statistics about the purpose of alternative education model

Purpose of Alternative Education Model	f
Enabling students to discover himself/herself	38
Contributing to the development of the student	27
Enabling students to acquire the nature of knowledge	20
Contributing students to become more independent	20
Contributing to social development and change	17
Preparing the student for life/future	14
Enabling students to love nature and animals	10

When Table 2 is examined, it is seen that primary school teacher candidates mainly prefer enabling the student to discover himself/herself for alternative education applications. Then it comes contributing to the development of the students. Enabling students to acquire the nature of knowledge is also among the aims of alternative education practices of primary school teacher candidates. Primary school teachers also stated that they aim at contributing students to become more independent in their models. Contributing to social development and change, preparing the student for life/future and enabling students to love nature and animals are the other statements of primary school teacher candidates models' purposes. The opinions of the primary school teacher candidates on this subject are presented below:

“It is an alternative education model in which students can express their thoughts freely, discover their talents and develop themselves in every way.” (Enabling students to discover himself/herself-C11)

“Purpose of the model is to encourage children to discover their interests and is to contribute them to become more independent and self-confident.” (Contributing to the development of the student-C5)

“Purpose of the model is to ensure that students will not only memorize the information but also will learn it with its full meaning.” (Enabling students to acquire the nature of knowledge-C38)

Findings of the Educational Theories/Models Which Implemented in Alternative Education Model

The other finding discussed in the study is the theories/models of the primary school teacher candidates for the alternative education practices they developed. Findings related to this are given in Table 3.

Table 3: Descriptive statistics about educational theories/models

Educational Theories/Models	f
Constructivism	59
Multiple Intelligence Theory	31
Cooperative Learning	19
Social Learning Theory	16
Cognitive Learning Theory	13
Active Learning	7
Behavioral Learning Theory	5
Mastery Learning/Learning at School	4
Other (brain based learning, etc.)	3

According to Table 3, primary school teacher candidates mostly prefer Constructivism in selecting models/theories related to the alternative education practices they developed. The theory of multiple intelligences follow this. Then comes cooperative learning, social learning and cognitive learning theory. A small number of primary school teacher candidates prefer active learning, behavioral learning theory, mastery learning/learning at school and brain based learning.

Findings of the Features of the Alternative Education Model Curriculum Which Will be Implemented

The fourth finding discussed in the study is the curriculum of the primary school teacher candidates for the

alternative education practices they developed. Findings related to this are given in Table 4.

Table 4: Descriptive statistics about alternative education model' curriculum

Alternative Education Model' Curriculum	f
Learner Oriented	27
Flexible/Frame	18
Experience Oriented	15
Spiral Approach	14
Various Courses	12
Inquiry-Based	8
Other (Thematic, Modular, Core, etc.)	8

When Table 4 is examined, it is seen that the primary school teacher candidates mainly state that the curriculum should be learner-oriented in their suggestions for alternative education practices. They also focused on a flexible and experience-oriented program. It is also among the suggestions that the curriculum should be suitable for the spiral approach, include various courses and be inquiry-based.

Findings of the Strategies, Methods and Techniques Which Will be Used in Alternative Education Model

Another finding discussed in the study is the strategies, methods and techniques of the primary school teacher candidates for the alternative education practices they developed. Findings related to this are given in Table 5.

Table 5: Descriptive statistics about alternative education model' strategies, methods and techniques

<i>Strategies, Methods and Techniques</i>	f	<i>Strategies, Methods and Techniques</i>	f
Discovery learning	35	Six hats	16
Inquiry	34	Field trip	16
Creative drama	32	Demonstration	16
Problem solving	29	Station	15
Q&A	23	Group studies	12
Brainstorming	22	Educational games	11
Observation	21	Expository instruction	10
Discussion	20	Project	10
Case study	18	Other (interview, explicating, etc.)	10

According to Table 5, primary school teacher candidates prefer mainly discovery learning and inquiry in alternative education applications. This is followed by creative drama, problem solving, questioning&answering, brainstorming, observation and discussion. They also prefer case study, six hats, field trip, demonstration and station. Educational games, expository instruction and project also prefer by primary school teachers' alternative education practices.

Findings of the Assessment Approaches Which Will be Used in Alternative Education Model

The final finding discussed in the study is the assessment approaches of the primary school teacher candidates for the alternative education practices they developed. Findings related to this are given in Table 6.

Table 6: Descriptive statistics about alternative education model' assessment approaches

Assessment-Evaluation Approaches	f
Performance oriented	27
Portfolio	24
Self-evaluation/peer evaluation/group evaluation	19
Observation	11
Structured grid	9
Exams	9
Rubrics	9
Other (asking questions, questionnaire, interview, etc.)	9

When Table 6 is examined, it is seen that primary school teacher candidates mainly use performance oriented assessment in their alternative education practices. Similarly, portfolios took second place. And then self-evaluation/peer evaluation/group evaluation was located. Observation has also taken its place among the evaluation methods. Primary school teacher candidates also prefer a structured grid, exams and rubrics as assessment approaches.

CONCLUSIONS

This research was carried out to develop classroom teacher candidates' practices related to alternative education. When research results were examined, it was seen that primary school teacher candidates prefer to give a special name and a suitable name for alternative education applications. It was seen that all students put positive names. In their alternative methods primary school teacher candidates aimed that their students to discover themselves and contribute to their development. It was seen that the primary school teacher candidates focused on models that would make students feel free and safe, that acquiring of the nature of knowledge was necessary, and that they focused on models that are prepared for the future and what they should be suitable for daily life. As a theory, constructivism was preferred the most. Considering all this information, it can be stated that they plan to create alternative education practices in line with a contemporary approach. According to Reimer and Cash (2003) quoted in the study conducted in North Carolina (2001), it is emphasized that alternative education practices should focus on individual development, it is essential for students to feel themselves in a family atmosphere, and learning should be based on experiences. In the light of this information, it can be said that the primary school teacher candidates set appropriate goals for alternative education principles.

The primary school teacher candidates mainly focused on the learner-centered, flexible and experience-based approaches to the curricula of alternative education models. This situation is consistent with the other research findings and shows that teacher candidates have adopted a curriculum approach that puts students at the center. When the literature is examined, it is seen that developing curricula in alternative education practices are essential and that the curricula developed should be in a way that puts the student in the center and can connect with their daily lives (Duke and Griesdorn, 1999; Moss, Strawhun and Peterson, 2014; Reimer and Cash, 2003). Accordingly, it can be thought that the primary school teacher candidates adopt a curriculum approach towards alternative education practices.

In the alternative education models that primary school teacher candidates' developed, primary school teacher candidates generally talked about strategies, methods and techniques to improve students' higher-order thinking skills. In line with these findings, it can be said that teacher candidates focused on practices that will contribute to their students' higher-order thinking skills. It is seen in the literature that alternative education practices should include different methods and techniques and that students should develop their high-level thinking skills (O'Hair, Williams, Wilson, and Applegate, 2010; Reimer and Cash, 2003).

Finally, it has been seen that the evaluations in alternative education models of primary school teacher candidates mainly consist of performance-oriented evaluations and portfolios. It has been determined that the exams are preferred at a deficient level. The reason may be that the primary school teacher candidates go through an exam-oriented education system and want to implement more efficient evaluations for their students as an alternative. Obleton, Reames and Kochan (2012) also state that the evaluation phase is very critical regarding alternative education practices. Reimer and Cash (2003) similarly emphasize that using different assessment and evaluation methods is critical to demonstrate the effectiveness of alternative education.

This research aimed to determine the alternative education practices of primary school teacher candidates studying at a university. The scope of the research can be expanded with the participation of primary school teacher candidates studying at different universities. Opinions of primary school teacher candidates on alternative education practices can be obtained through qualitative or quantitative ways.

REFERENCES

- Curzon, L. B. (2004). *Teaching in further education*. Continuum.
- De La Rosa, D. A. (1998). Why alternative education works. *The High School Journal*, 81 (4), 268-272.
- Deal, T. E. & Nolan, R. R. (1978). Alternative schools: a conceptual map. *The School Review*, 87 (1), 29-49.
- Duke, D. L. & Griesdorn, J. (1999) Considerations in the design of alternative schools. *The Clearing House*, 73 (2), 89-92.
- Kartal, S. E. (2014). Educational stakeholders views by an alternative school: home schools. [Doctoral Dissertation, Firat University].
- Miles, M. B. & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Sage Publications.
- Morley, R. (1991). Alternative education. [Online: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED349652.pdf>]. Retrieved from 20.09.2021
- Moss, E., Strawhun, J., & Peterson, R. L. (2014). Alternative schooling. Strategy brief. Lincoln, NE: Student Engagement Project, University of Nebraska-Lincoln and the Nebraska Department of Education. <http://k12engagement.unl.edu/alternative-schooling>
- Obleton, E. V., Reames, E. H. & Kochan, F. K. (2012). Principals' perceptions of the relationships between school efficiency factors and student success in alternative schools. *Southern Journal of Educational Administration*, 1(1), 3-18.
- O'Brien, P., Thesing, A. & Herbert, P. (2001). Alternative education: literature review and report on key informants' experiences. Faculty of postgraduate studies and research: Auckland college of education. [Online: https://thehub.swa.govt.nz/assets/documents/41388_Alternative-Education_0.pdf]. Retrieved

from 20.09.2021

- O'Hair, M. J., Williams, L. A., Wilson, S. & Applegate, P. J. (2010). The k20 model for systemic educational change and sustainability: addressing social justice in rural schools and implications for educators in all contexts. Woods, P., A. & Woods, G. J. (Eds.). *Alternative education for 21st century*. (pp. 15-30). Palgrave Macmillan.
- Reimer, M. S. & Cash, T. (2003). *Alternative schools: best practices for development and evaluation*. [Online: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED481475.pdf>]. Retrieved from 20.09.2021
- Tyler, R. W. (1949). *Basic principles of curriculum and instruction*. The University of Chicago Press.
- YOK (2021). Sınıf öğretmenliği lisans programı. [Online: https://www.yok.gov.tr/Documents/Kurumsal/egitim_ogretim_dairesi/Yeni-Ogretmen-Yetistirme-Lisans-Programlari/Sinif_Ogretmenligi_Lisans_Programi09042019.pdf]. Retrieved from 20.09.2021

SECONDARY SCHOOL TEACHERS' AND STUDENTS' ATTITUDES TOWARDS THE USE OF INTERACTIVE WHITEBOARD IN EFL CLASSROOMS¹

Hasret ÇEKİCİ

Institute of Social Sciences, Division of English Language Teaching, Amasya University, Amasya, 05200, Turkey
hasret.cekici@gmail.com

Ayfer SU-BERGİL

Faculty of Education, Department of Foreign Language Education, Division of English Language Teaching, Amasya University, Amasya, 05200, Turkey
ayfersubergil@amasya.edu.tr

ABSTRACT

The use of technology in education has been playing an important role in the teaching and learning process over the past decades. It has positive and enormous effects on the field of education and helps students being much more creative and active. As part of the educational technology, the use of Interactive Whiteboards (IWB) has increased a lot in schools giving access to the Internet, videos, and other tools in the classroom environment. This study focuses on the attitudes of teachers and students towards the use of Interactive Whiteboards in teaching English as a foreign language. The study is conducted on secondary schools' EFL teachers and students. Two questionnaires are used to collect data quantitatively from 116 EFL teachers and 122 students in different secondary schools in Turkey. Quantitative data results are supported by qualitative data gathered from a small number of teachers through open-ended questions. The results show that both teachers and students have positive attitudes towards the use of IWBs.

Keywords: Interactive whiteboard (IWB), teachers' attitudes, students' attitudes, English as a foreign language

INTRODUCTION

Over the past decade, technology has played an important role in education. With the introduction of technology in education, traditional teaching techniques started to be replaced by more technological ones. They were firstly used in math and science classes, but then they spread to different areas of education. Recently these computer-based technologies have started to be used to teach and learn a language (Elaziz, 2008) and got important in both schools and universities (Amiri & Sharifi, 2014). According to Mathews-Aydinli and Elaziz "The rapidly increasing use of computer technology and computer-assisted language learning (CALL) has been argued to make language teaching and learning more enjoyable, effective, and versatile" (2010, p. 235). Podcasts, software, video clips, chat, email, e-Portfolio, voice/video conferences, virtual games, blogs, and interactive whiteboards are among the computer-assisted language learning applications. Some countries developed in the field of technology, such as the UK, USA, Canada, China, Japan, and Australia, put a great amount of money into IWBs, thanks to their awareness of using IWBs in teaching and learning (Çakiroğlu, 2016). The use of IWBs has become popular worldwide at all levels, but it increased especially in lower grades, as in primary and secondary grades. The Turkish government has invested billions of dollars in interactive whiteboards, computers, and the Internet since the FATİH project was initiated in Turkey (Balta & Duran, 2015). The Turkish government has distributed 16 million tablet PCs in primary schools under the FATİH Project by 2016. The reason behind it was to improve primary and secondary education and to increase educational technology conditions. (Çakiroğlu, 2016).

An IWB is a touchscreen whiteboard that can be used independently or by being connected to a computer from a projector. It can be controlled by either using your finger, by electronic pens or by peripheral devices (Singaravelu, 2017). IWBs are multifunctional devices, thanks to which teachers can drag, click, paste and copy items, take and add notes, highlight texts, make drawings, show pictures and videos to the whole class, save and edit documents, get access to the Internet (Balta & Duran, 2015). In essence, "interactive whiteboards are seen as combining all previously existing teaching aids such as chalkboard, whiteboard, television, video, overhead projector, CD player, and computer" (Gashan & Alshumaimeri, 2015, p. 176).

There are many positive effects of IWBs on the teaching and learning process. Thanks to IWBs, lecturers have had the opportunity to integrate more information and communications technology (ICT) into their classes and to use a wide range of web-based resources. In addition to this, with the use of IWBs, there has been an increase in students' motivation and participation in the lessons. The interactive whiteboard allows students to develop their skills personally and socially, and to expand their creativity in giving a presentation to the whole class (Öz, 2014). Moreover, other pedagogical benefits can be found when talking about the utilization of IWBs in L2 teaching and learning. According to Schmid and Schimmack (2010), four benefits of using IWBs in L2 classrooms should be

¹ This study was partially presented in the International Educational Technology Conference (IETC), held in Kyrenia (Girne), North Cyprus (TRNC), September 2-3, 2021.

emphasized: inclusion of new media in language classrooms, development of learners' interaction and participation, improvement of "electronic literacies", and opportunity to take into consideration students' different learning style by using multiple media.

Furthermore, Gashan and Alshumaimeri (2015) focused on the fact that the utilization of IWBs helped education change from traditional instruction to a more interactive and constructive one. According to them, this technology supported teachers to use more contemporary methods during their classes, which made the learning process more effective. In fact, as Manny-Ikan et al. (2011) claimed, teachers had the chance to prepare more comprehensible lesson plans including lots of varieties in terms of materials.

Different research has been made about this topic and focused only on teachers' or students' attitudes towards the use of IWB in English classrooms. A few kinds of research focus on both attitudes and many of them are applied to a small sample. The present study is applied to a large sample and aims to explore secondary school EFL teachers' and students' perspectives on the use of IWBs in EFL classrooms in Turkey and to see if these attitudes differ according to some variables. Hence, this study was administered to answer these three points:

1. What are the teachers' and students' attitudes concerning the use of IWBs in EFL classrooms?
2. Do students' attitudes towards the use of IWBs differ according to their gender, grade, language proficiency level, frequency of IWB use, and skills areas IWBs are used for?
3. Do teachers' perspectives on the use of IWBs differ with their gender, years of teaching experience, weekly hours of IWB use, and skills areas IWBs are used for?

METHOD

Design

This study is a survey conducted on secondary school teachers and students to collect data about their attitudes towards the use of IWBs in ELT classrooms. For this purpose, a mixed-method design is used. As Creswell declared, "mixed methods involve combining or integration of qualitative and quantitative research and data in a research study" (2014, p.43) and it aims to minimize the weaknesses of each type of data. For this study, students and teachers are asked to participate in a Likert-scale questionnaire to get quantitative data. After conducting these questionnaires, some teachers are interviewed, and their answers are collected qualitatively to support the quantitative data.

Participants

A random sampling, thanks to which every single individual can be chosen, is applied in this study to generalize the population. 116 secondary school EFL teachers and 122 secondary school students selected randomly from different cities of Turkey contributed to this study. Here is the demographic information of them presented in the following tables:

Table 1. Students' Gender and Grade

		Grade									
		5th grade		6th grade		7th grade		8th grade		Total	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Gender	Male	14	11.5	5	4.1	18	14.8	9	7.4	46	37.7
	Female	33	27.0	7	5.7	20	16.4	16	13.1	76	62.3
	Total	47	38.5	12	9.0	38	31.1	25	20.5	122	100.0

As shown in Table 1, there are 47 5th (38.5%) grade, 12 6th (9.0%) grade, 38 7th (31.1%) grade and 25 8th (20.5%) grade students participating to the study aged 10-15 years. 62.3% (f=76) of them are female students and 37.7% (f=46) are males. Within 62.3% of female students, 27.0% (f=33) are 5th grade, 5.7% (f=7) are 6th grade, 16.4% (f=20) are 7th grade, and 13.1% (f=16) are 8th grade students. Among male students, 11.5% (f=14) are 5th grade, 4.1% (f=5) are 6th grade, 14.8% (f=18) are 7th grade, and 7.4% (f=9) are 8th grade students. Moreover, all of them attend a public school in Turkey. The hours of English class are very limited: only 3 hours for 5th and 6th grades, and 4 hours for 7th and 8th grades.

Table 2. Students' Proficiency Level

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Elementary	21	17.2	17.2	17.2
	Intermediate	91	74.6	74.6	91.8
	Advanced	10	8.2	8.2	100.0
	Total	122	100.0	100.0	

In Table 2 it is given the students' proficiency level. 17.2% (f=21) of students are at elementary level, 74.6% (f=91) of them are intermediate learners, while only 8.2% (f=10) are advanced learners.

Table 3. Where are Students from?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Afyonkarahisar	1	.8	.8	.8
	Amasya	30	24.6	24.6	25.4
	Bartın	30	24.6	24.6	50.0
	Bayburt	7	5.7	5.7	55.7
	İstanbul	3	2.5	2.5	58.2
	İzmir	2	1.6	1.6	59.8
	Malatya	2	1.6	1.6	61.5
	Muğla	1	.8	.8	62.3
	Ordu	40	32.8	32.8	95.1
	Sivas	5	4.1	4.1	99.2
	Gaziantep	1	.8	.8	100.0
	Total	122	100.0	100.0	

Table 3 shows the provinces where students study. As the table reflects, 40 students, who represent 32.8% (f=32.8) of the total population, are from Ordu. This is followed by Amasya and Bartın that share the same frequency of 30 students with the same percentage of 24.6%. 5.7% (f=7) of the students are from Bayburt, 4.1% (f=5) are from Sivas and 2.5% (f=3) are from İstanbul. To conclude, a very small percentage of the students are from İzmir and Malatya, with the same frequency of 2 (1.6%) and from Muğla, Gaziantep, and Afyonkarahisar, with the same frequency of 1 (0.8%).

Table 4. Teachers' Age and Gender

		Age										Total	
		20-25		26-30		31-35		36-40		40+			
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Gender	Male	1	0.9	5	4.3	3	2.6	3	2.6	2	1.7	14	12.1
	Female	17	14.7	18	15.5	33	28.4	21	18.1	13	11.2	102	87.9
	Total	18	15.5	23	19.8	36	31.0	24	20.7	15	12.9	116	100.0

Table 4 represents teachers' age and gender. Among 116 EFL teachers who participated to the study, 87.9% (f=102) of them are females, while only 12.1% (f=14) of teacher participants are males. According to the table, 36 EFL teachers are aged 31 to 35 and represent the majority of the population with a percentage of 31.0%. Among them, 28.4% (f=33) are females, while 2.6% (f=3) are male. However, with the percentage of 4.3% (f=5) the majority of male EFL teachers are 26-30 years old. Following the percentage of 31.0%, 20.7% (f=24) of the total population is aged 36 to 40, while 19.8% (f=23) is 26-30. In addition to this, 18 EFL teachers representing 15.5% of the sample are aged 20 to 25. Teachers aged more than 40 constitute the minority of the population with a percentage of 12.9% (f=15).

Table 5. Teachers' Years of Teaching Experience

		Years of Teaching Experience										Total	
		1-4		5-9		10-15		16-20		more than 20			
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Gender	Male	3	2.6	5	4.3	4	3.4	1	0.9	1	0.9	14	12.1
	Female	25	21.6	25	21.6	32	27.6	9	7.8	11	9.5	102	87.9
	Total	28	24.1	30	25.9	36	31.0	10	8.6	12	10.3	116	100.0

In table 5, it's given the teachers' years of teaching experience. As the table shows, 31.0% (f=36) of the teachers have 10-15 years of teaching experience. This is followed by 5-9 and 1-4 years with the frequency of 30 and 28, representing correspondently 25.9% and 24.1% of the total population. Moreover, while 10.3% (f=12) of EFL

teachers have more than 20 years of experience in the field of ELT, only 8.6% ($f=10$) have been working for 16-20 years.

Table 6. The Regions the Teachers Work in Turkey

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Marmara Region	24	20.7	20.7	20.7
	Aegean Region	15	12.9	12.9	33.6
	Black Sea Region	22	19.0	19.0	52.6
	Central Anatolian Region	26	22.4	22.4	75.0
	Eastern Anatolian Region	9	7.8	7.8	82.8
	Southeast Anatolian Region	11	9.5	9.5	92.2
	Mediterranean Region	9	7.8	7.8	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

Table 6 reflects the frequencies of regions where teachers work. According to the table, 22.4% ($f=26$) of EFL teachers work in the Central Anatolian Region. 20.7% ($f=24$) of them work in the Marmara Region, while 19.0% ($f=22$) works in the Black Sea Region. They are followed by the Aegean Region with a frequency of 15, which represents 12.9% of the total population. Moreover, 9.5% ($f=11$) of the teachers work in the Southeast Anatolian Region. Only 7.8% ($f=9$) of them work in Eastern Anatolian and Mediterranean Regions.

Data Collection

The study is conducted in the 2019-2020 academic year during the spring semester on an online platform. Two independent questionnaires adopted by Öz (2014) are used to collect data quantitatively. Then, an interview is held with some ELT teachers and this data is collected qualitatively. Thus, it is possible to say that the present study is conducted with a mixed-method design since both quantitative and qualitative data are used. The questionnaires about teachers' and students' attitudes towards the use of IWBs in EFL classrooms are prepared by using Google Forms. The student questionnaire is translated into Turkish for better understanding. The questionnaires are shared on different online platforms and participants contributed completely voluntarily by being anonymous. Both questionnaires included two parts. The first part of the student questionnaire asks secondary school students to state their gender, grade, frequency of IWB use, language proficiency level, and skills areas IWBs are used for. The second part consists of 26 five-point Likert-scale items divided into four sections: perceived learning contribution, motivation, perceived efficiency, and perceived negative effects. Similarly, the first part of the teacher questionnaire consists of questions about teachers' age, gender, years of teaching experience, weekly hours of IWB use, and skills areas IWBs are used for. The second part includes 25 five-point Likert-scale items separated into four sections: instructional effects of IWBs, general attitudes, motivational effects of IWBs, and need for training. Participants specified their agreement to the items in five points: 1-strongly agree, 2-agree, 3-neutral, 4-disagree, and 5-strongly disagree. For 25 items of the teacher questionnaire the reliability Cronbach's Alpha level is calculated as .75. As for social sciences, it is accepted as strong since it is more than .70. The reliability of Cronbach's Alpha level of the student questionnaire is .90. Since it is more than .70, it is also accepted as reliable. After applying the questionnaires, due to the Covid-19 pandemic and the difficulty to get in touch with a large number of teachers for the interview, only 10 teachers are interviewed and asked the following open-ended questions:

1. How often do you use the IWB in your classes?
2. What are the reasons behind your IWB usage in your classes?
3. What do you think are the advantages and disadvantages of using the IWB in EFL classrooms?
4. Do you think it has a positive effect on students? Why?

Data Analysis

For this research, two independent questionnaires are conducted for secondary school EFL teachers and students via Google Forms. The data is analyzed through SPSS 22.0. Some descriptive statistics are used for the analysis of the frequencies. Moreover, one-sample t-tests are utilized for sub-sections of both teacher and student questionnaires. Then, Mann-Whitney U Tests served to find the results for yes/no answers of IWB usage in terms of skills from both teachers' and students' points of view, and the results for sub-sections of the teachers' scale in terms of gender. Finally, one-way ANOVA statistics are utilized in terms of the frequency of IWB usage and specifying their significant differences.

FINDINGS

In this part of the current study, the findings associated with the collected data are presented in tables following their explanations.

Table 7. Skills Used by Teachers When Using IWBs

	Reading		Writing		Speaking		Listening	
	f	%	f	%	f	%	f	%
No	2	1.7	36	31.0	31	26.7	2	1.7
Yes	114	98.3	80	69.0	85	73.3	114	98.3
Total	116	100	116	100	116	100	116	100

Table 7 shows the skills that teachers focus on when using IWBs. As seen, 98.3% (f=114) of the total population use the IWBs for reading and listening skills. They are followed by the speaking skill with the percentage of 73.3% (f=85) and the writing skill with 69.0% (f=80).

Table 8. Weekly Hours of IWB Use by Teachers

Valid		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	less than 5	20	17.2	17.2	17.2
	6-10	21	18.1	18.1	35.3
	11-15	24	20.7	20.7	56.0
	16-20	22	19.0	19.0	75.0
	More than 20	29	25.0	25.0	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

The weekly hours of IWB use by teachers are represented in Table 8. Even if there is not a huge difference in the distribution of weekly hours of IWB use, a slight majority of EFL teachers use the IWBs more than 20 hours a week, which constitutes 25.0% (f=29) of the total population. 20.7% (f=24) of teachers use the IWBs 11-15 hours a week, while 19.0% (f=22) spend 16-20 hours with them. Meanwhile, 21 teachers representing 18.1% of the sample are found to use IWBs in their English classes 6-10 hours a week. However, 20 teachers utilize IWBs less than 5 hours a week.

Table 9. Descriptive Results of Items in Teacher Questionnaire

	Strongly agree		Agree		Neutral		Disagree		Strongly Disagree	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
I. Instructional effects of IWBs										
Q1	88	75.9	19	16.4	6	5.2	2	1.7	1	0.9
Q2	13	11.2	35	30.2	33	28.4	28	24.1	7	6.0
Q3	95	81.9	19	16.4	1	0.9	1	0.9	0	0.0
Q4	76	65.5	30	25.9	7	6.0	3	2.6	0	0.0
Q5	81	69.8	30	25.9	4	3.4	1	0.9	0	0.0
Q6	60	51.7	37	31.9	15	12.9	4	3.4	0	0.0
Q7	97	83.6	18	15.5	1	0.9	0	0.0	0	0.0
Q8	74	63.8	26	22.4	14	12.1	2	1.7	0	0.0
Q9	84	72.4	27	23.3	2	1.7	3	2.6	0	0.0
Q10	87	75.0	26	22.4	2	1.7	1	0.9	0	0.0
Q11	87	75.0	25	21.6	2	1.7	0	0.0	2	1.7
II. General attitudes										
Q12	96	82.8	19	16.4	1	0.9	0	0.0	0	0.0
Q13	13	11.2	7	6.0	23	19.8	26	22.4	47	40.5
Q14	89	76.7	25	21.6	2	1.7	0	0.0	0	0.0

Q15	0	0.0	1	0.9	22	19.0	21	18.1	72	62.1
Q16	3	2.6	3	2.6	23	19.8	28	24.1	59	50.9
Q17	2	1.7	2	1.7	33	28.4	38	32.8	41	35.3
Q18	1	0.9	4	3.4	21	18.1	36	31.0	54	46.6
Q19	0	0.0	1	0.9	26	22.4	39	33.6	50	43.1
III. Motivational effects of IWBs										
Q20	91	78.4	23	19.8	2	1.7	0	0.0	0	0.0
Q21	77	66.4	33	28.4	6	5.2	0	0.0	0	0.0
Q22	81	69.8	31	26.7	4	3.4	0	0.0	0	0.0
Q23	85	73.3	29	25.0	2	1.7	0	0.0	0	0.0
IV. Needs for training										
Q24	41	35.3	46	39.7	22	19.0	6	5.2	1	0.9
Q25	20	17.2	38	32.8	26	22.4	25	21.6	7	6.0

Table 9 shows the frequencies of the answers given to each question in the teacher questionnaire. In the first sub-section "Instructional effects of IWBs", the great majority of teachers "strongly agreed" with all the questions except for Q2 "When using IWBs in the classroom, I spend more time for the preparation of the lesson", with which 30.2% (f=35) of ELT teachers only "agreed". The "strongly agree" answers correspond to the 75.9% (f=88) of Q1 "Using the IWB resources reduces the time I spend writing on the board", to the 81.9% (f=95) of Q3 "Using IWBs makes it easier to reach different sources and display them to the whole class immediately", 65.5% (f=76) of Q4 "IWBs are beneficial for saving and printing the materials generate during the lesson", 69.8% (f=81) of Q5 "I can give explanations more effectively with the use of IWBs", 51.7% (f=60) of Q6 "With the help of using the IWB, I can easily control the whole class", 83.6% (f=97) of Q7 "I think IWBs can be a good supplement to support English teaching", 63.8% (f=74) of Q8 "Using IWBs makes me a more efficient teacher", 72.4% (f=84) of Q9 "Using IWBs makes it easier for an English teacher to review, re-explain, and summarize the subject", 75.0% (f=87) of Q10 "I believe IWB is a useful technology for English teachers to learn" and 75.0% (f=87) of Q11 "Using IWB makes the English lessons more interactive". The second sub-group "General attitudes" includes questions Q12 to Q19. While in Q12 "I like using IWB technology in my English lessons" and Q14 "I have positive attitudes toward the use of IWBs in language teaching" most of the teachers give the "strongly agree" answer with the percentages of 82.8% (f=96) and 76.7% (f=89), in the other questions for this sub-group the "strongly disagree" answer has the higher percentage with 40.5% (f=47) in Q13 "I feel uncomfortable using IWBs in front of my students", 62.1% (f=72) in Q15 "I have negative attitudes toward the use of IWBs in language teaching", 50.9% (f=59) in Q16 "I do not think my students are ready for this technology", 35.3% (f=41) in Q17 "What I do in class with traditional methods is sufficient for teaching English", 46.6% (f=54) in Q18 "I am not the type to do well with IWB-based applications", and 43.1% (f=50) in Q19 "There is no difference between my use of a traditional board and an IWB in terms of teaching techniques and methods". The third sub-group "Motivational effects of IWBs" consists of Q20 to Q23. A higher percentage of teachers strongly agreed with all these four questions. 78.4% (f=91) of EFL teachers think "IWBs make learning more enjoyable and more interesting" (Q20), 66.4% (f=77) of them "can keep their students' attention longer with the help of IWB technology" (Q21), 69.8% (f=81) thinks "IWBs increase the interaction and participation of the students" (Q22), while 73.3% (f=85) thinks their "students are more motivated when they use an IWB in their lessons" (Q23). The "Needs for training" sub-section is the last one and includes Q24 and Q25. Most of EFL teachers gave the "agree" answer to both of them, correspondently with the percentage of 39.7% (f=46) for Q24 "I believe that training is required to teach with IWB technology" and 32.8% (f=38) for Q25 "If I do not get sufficient training, I do not feel comfortable with using IWBs in the classroom".

Table 10. One Samples T-Test Results for Sub-Sections of Teachers' Scale

Sub-sections of Scale	N	Mean	Std. Deviation	Sd	f	p
Instructional effects of IWBs	116	16.53	4.13	115	43.06	.000
General attitudes	116	27.14	4.15		70.41	.000
Motivational effects of IWBs	116	5.24	1.74		32.39	.000
Needs for training	116	4.63	1.85		26.90	.000

In Table 10, the one-sample t-test results for sub-sections of teachers' scale are shown. Paying attention to the mean results of each sub-section, p-values ($p \leq .000$) show that there is a very highly significant difference among these means. In fact, according to social sciences, when the p-value is less than .001 and .005, the result is taken as very highly significant.

Table 11. Mann-Whitney U Test Results for Sub-Sections of the Teachers' Scale in terms of Gender

Sub-Sections	Gender	N	Mean Rank	Sum of Rank	U	p
Instructional effects of IWBs	Male	14	76.82	1075.50	457.500	.029*
	Female	102	55.99	5710.50		
General attitudes	Male	14	68.54	959.50	573.500	.231
	Female	102	57.12	5826.50		
Motivational effects of IWBs	Male	14	51.93	727.00	622.000	.382
	Female	102	59.40	6059.00		
Needs for training	Male	14	69.39	971.50	561.500	.188
	Female	102	57.00	5814.50		

Table 11 gives the Mann-Whitney U test results for sub-sections of the teachers' scale in terms of gender. According to these results, it is possible to see a significant difference only in the mean ranks of the "instructional effects of IWBs" section in terms of gender, because the p-value is .029 ($p < .05$) and the mean rank is 76.85 for males and 55.99 for females. However, there is not a significant difference among the mean ranks of the other subgroups, because their p-values are all found to be above .05. In fact, the "General attitudes" sub-sections p-value is calculated as .231 ($p > .05$), the "Motivational effects of IWBs" subgroup's p-value is .382 ($p > .05$), while the "Needs for training" sub-section is .188 ($p > .05$).

Table 12. Mann-Whitney U Test Results for Yes/No Answers of IWB Usage in terms of Skills from Teachers' Points of View

Skills	Sub-Sections	Answers	N	Mean Rank	Sum of Rank	U	p
R	Instructional effects of IWBs	No	2	57.75	115.50	112.500	.974
		Yes	114	58.51	6670.50		
E	General attitudes	No	2	68.00	136.00	95.500	.685
		Yes	114	58.33	6650.00		
D	Motivational effects of IWBs	No	2	88.75	177.50	53.500	.150
		Yes	114	57.97	6608.50		
N	Needs for training	No	2	68.25	136.50	94.500	.674
		Yes	114	58.33	6649.50		
W	Instructional effects of IWBs	No	36	69.43	2499.50	1046.500	.018*
		Yes	80	53.58	4286.50		
R	General attitudes	No	36	53.31	1919.00	1253.000	.262
		Yes	80	60.84	4867.00		
I	Motivational effects of IWBs	No	36	64.50	2322.00	1224.000	.148
		Yes	80	55.80	4464.00		
T	Needs for training	No	36	61.82	2225.50	1320.500	.468
		Yes	80	57.01	4560.50		
I	Instructional effects of IWBs	No	31	65.77	2039.00	1092.000	.157
		Yes	85	55.85	4747.00		
S	General attitudes	No	31	51.81	1606.00	1110.000	.193
		Yes	85	60.94	5180.00		
P	Motivational effects of IWBs	No	31	61.79	1915.50	1215.500	.475
		Yes	85	57.30	4870.50		
E	Needs for training	No	31	63.77	1977.00	1157.000	.299
		Yes	85	56.58	4809.00		
A	Instructional effects of IWBs	No	31	65.77	2039.00	1092.000	.157
		Yes	85	55.85	4747.00		
K	General attitudes	No	31	51.81	1606.00	1110.000	.193
		Yes	85	60.94	5180.00		
I	Motivational effects of IWBs	No	31	61.79	1915.50	1215.500	.475
		Yes	85	57.30	4870.50		
N	Needs for training	No	31	63.77	1977.00	1157.000	.299
		Yes	85	56.58	4809.00		
G	Instructional effects of IWBs	No	31	65.77	2039.00	1092.000	.157
		Yes	85	55.85	4747.00		
S	General attitudes	No	31	51.81	1606.00	1110.000	.193
		Yes	85	60.94	5180.00		
P	Motivational effects of IWBs	No	31	61.79	1915.50	1215.500	.475
		Yes	85	57.30	4870.50		
E	Needs for training	No	31	63.77	1977.00	1157.000	.299
		Yes	85	56.58	4809.00		

L I S T E N I N G	Instructional effects of IWBs	No	2	57.75	115.50	112.500	.974
		Yes	114	58.51	6670.50		
	General attitudes	No	2	50.25	100.50	97.500	.725
		Yes	114	58.64	6685.50		
	Motivational effects of IWBs	No	2	53.75	107.50	104.500	.821
		Yes	114	58.58	6678.50		
	Needs for training	No	2	80.50	161.00	70.00	.342
		Yes	114	58.11	6625.00		

Table 12 represents the Mann-Whitney U test results for yes/no answers of IWB usage in terms of skills from teachers' points of view. The answers given by teachers for each skill are stated as number (N). A detailed explanation of these frequencies was given in table 7. According to Table 12, there is a significant difference among mean ranks only in the "instructional effects of IWBs" sub-section for the writing skill, since the p-value for this sub-group is calculated as .018 ($p < .05$). In the other three sub-sections for the writing skill and all the sub-groups for writing, speaking, and listening skills, the p-value is calculated as above .05 ($p > .05$). Thus, the mean ranks do not differ significantly.

Table 13. Descriptive Results of Items in Student Questionnaire

	Strongly Agree		Agree		Neutral		Disagree		Strongly Disagree	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
I. Perceived learning contribution										
Q1	50	41.0	46	37.7	14	11.5	10	8.2	2	1.6
Q2	62	50.8	41	33.6	12	9.8	7	5.7	0	0.0
Q3	65	53.3	32	26.2	18	14.8	7	5.7	0	0.0
Q4	73	59.8	38	31.1	6	4.9	4	3.3	1	0.8
Q5	58	47.5	46	37.7	8	6.6	6	4.9	4	3.3
II. Motivation										
Q6	39	32.0	38	31.1	25	20.5	15	12.3	5	4.1
Q7	14	11.5	13	10.7	9	7.4	41	33.6	45	36.9
Q8	41	33.6	41	33.6	20	16.4	12	9.8	8	6.6
Q9	21	17.2	14	11.5	19	15.6	39	32.0	29	23.8
Q10	46	37.7	39	32.0	24	19.7	13	10.7	0	0.0
Q11	38	31.1	49	40.2	20	16.4	9	7.4	6	4.9
Q12	54	44.3	34	27.9	17	13.9	13	10.7	4	3.3
Q13	46	37.7	39	32.0	16	13.1	18	14.8	3	2.5
Q14	41	33.6	47	38.5	20	16.4	10	8.2	4	3.3
Q15	51	41.8	32	26.2	19	15.6	10	8.2	10	8.2
Q16	38	31.1	34	27.9	21	17.2	19	15.6	10	8.2
III. Perceived efficiency										
Q17	71	58.2	38	31.1	7	5.7	5	4.1	1	0.8
Q18	44	36.1	44	36.1	20	16.4	12	9.8	2	1.6
Q19	40	32.8	47	38.5	17	13.9	15	12.3	3	2.5
Q20	21	17.2	28	23.0	17	13.9	24	19.7	32	26.2
Q21	23	18.9	12	9.8	14	11.5	32	26.2	41	33.6
IV. Perceived negative effects										

Q22	60	49.2	37	30.3	7	5.7	10	8.2	8	6.6
Q23	18	14.8	25	20.5	25	20.5	37	30.3	17	13.9
Q24	11	9.0	14	11.5	23	18.9	41	33.6	33	27.0
Q25	20	16.4	21	17.2	16	13.1	36	29.5	29	23.8
Q26	10	8.2	18	14.8	16	13.1	37	30.3	41	33.6

Table 13 represents the frequencies of the answers given to each question in the student questionnaire. In the first sub-section "Perceived learning contribution", most of the students give the "strongly agree" answer. 41.0 % (f=50) of them strongly agree to the fact that "they learn more when their teacher uses the whiteboard" (Q1). 50.8% (f=62) of them find it "easier to understand the lesson when their teacher uses an IWB" (Q2). Moreover, 53.3% (f=65) of students think that "using audio and visual materials with IWBs helps them understand the lesson better" (Q3), and 59.8% (f=73) finds "the opportunity to learn from different sources with the use of IWBs" (Q4). 47.5 % of the students strongly agree with Q5 "IWB use makes it easier for me to remember what I learned in class". In the "Motivation" part, as in the first part, students have strongly agreed with most of the questions, except for Q7 "It seems difficult for me to use IWBs" and Q9 "It makes me uncomfortable when my work is shown to the whole class on the IWB", with which most of them strongly disagreed with the percentages of respectively 33.6% (f=45) and 32.0% (f=39). 44.3% (f=54) of students strongly agree that IWBs make learning English more interesting and exciting (Q12). 41.8% (f=51) of them think IWB use increases their interest in the English lesson (Q15). 37.7% (f=46) of them concentrate better when their teacher uses an IWB (Q10) and keep easily their attention when an IWB is used during the lesson (Q13). 33.6% (f=41) prefer lessons that are taught with an IWB (Q8) and get easily motivated during the lesson when using the IWB (Q14). 32.0% (f=39) of students like going to the front of the class to use the IWB (Q6). Moreover, 31.1% (f=38) of them get to join in lessons more when their teacher uses an IWB (Q11) and enjoy lessons more if their English teachers use IWB more often (Q16). In the third sub-section "Perceived efficiency", 58.2% (f=71) of the student strongly agreed that IWBs make the teachers' diagrams and drawings easier for them (Q17). Q18 "The lessons become more organized when an IWB is used" has the same percentage of 36.1% (f=44) for both "strongly agree" and "agree" answers, while 38.5% (f=47) of students agree with Q19 "Using an IWB saves time, and the lesson moves smoothly". Continuing, Q20 "There is no difference between my English teacher's use of a traditional board and an IWB in terms of teaching techniques and methods" and Q21, "I think there is not much difference between an IWB and a normal whiteboard" are mostly answered with a "strongly disagree" constituting the percentage of respectively 26.2% (f=32) and 33.6% (f=41). In the last section "Perceived negative effects", 49.2% (f=60) of the students answered with a "strongly agree" in Q22 "Sometimes deficiencies of the IWB screen and sunlight in the classroom make it difficult to see the things on the IWB". 30.3% (f=37), 33.6 (f=41) and 29.5% (f=36) of them gave the "disagree" answer for respectively Q23 "IWBs often break down and recalibration causes a waste of time", Q24 "When my teacher uses an IWB, I cannot keep up with the lesson because the pace of the lesson" and Q25 "During IWB use, there is a lot of noise in class". On the other hand, 33.6% (f=41) strongly disagree with Q26 "IWB was exciting at the beginning but not anymore".

Table 14. One Samples T-Test Results for Sub-Sections of Students' Scale

Sub-sections of Scale	N	Mean	Std. Deviation	Sd	f	p
Perceived learning contribution	122	8.68	3.60	121	26.65	.000
Motivation	122	26.52	8.93		32.82	.000
Perceived efficiency	122	12.37	4.06		33.67	.000
Perceived negative effects	122	15.52	4.71		36.38	.000

Table 14 states the one-sample t-test results for sub-sections of students' scale. Paying attention to the mean scores, it is possible to declare that they significantly differ from each other, since the p-values are all calculated as .000 ($p < .05$). Thus, mean values are calculated as 8.68 for the "Perceived learning contribution" sub-section, 26.52 for the "Motivation" part, 12.37 for the "Perceived efficiency" sub-group, and 15.52 for the "Perceived negative effects" part.

Table 15. Descriptive Results of One-Way ANOVA in terms of the Frequency of IWB Usage

Sub-sections of Scale	Frequency	N	Mean	Std. Deviation
Perceived learning contribution	Rarely	4	10.50	6.40
	Sometimes	25	9.88	4.10
	Often	53	9.04	3.44
	Always	39	7.33	2.75

	Total	121	8.71	3.60
Motivation	Rarely	4	23.50	10.85
	Sometimes	25	28.08	10.53
	Often	53	28.92	8.73
	Always	39	22.95	6.32
	Total	121	26.64	8.85
Perceived efficiency	Rarely	4	11.25	7.50
	Sometimes	25	12.88	4.00
	Often	53	13.19	4.05
	Always	39	11.23	3.38
	Total	121	12.43	4.02
Perceived negative effects	Rarely	4	18.75	4.27
	Sometimes	25	15.12	5.39
	Often	53	15.06	4.06
	Always	39	15.97	5.12
	Total	121	15.49	4.72

Table 15 expresses the descriptive results of one-way ANOVA in terms of the frequency of IWB usage. For all the sub-sections, 53 students often use the IWB, 39 of them always use them, 25 out of 121 students use the IWB sometimes, and only 4 of them use it rarely. In the first part, the mean value is higher for the “rarely” frequency and is measured as 10.50. However, the second and third sub-sections have the highest mean value, measured respectively as 28.92 and 13.19, for the “often” frequency. The last part, as in the first one, has the highest mean value of 18.75 in the “rarely” frequency.

Table 16. One-Way ANOVA Statistics in terms of Grades regarding the Frequency of IWB Usage

Sub-Sections of Scale	Source of variation	SS	df	MS	f	p	Significant difference
Perceived learning contribution	Between Groups	126.645	3	42.215	3.463	.019	Sometimes-Always
	Within Groups	1426.231	117	12.190			
	Total	1552.876	120				
Motivation	Between Groups	899.283	3	299.761	4.128	.008	Often-Always
	Within Groups	8496.436	117	72.619			
	Total	9395.719	120				
Perceived efficiency	Between Groups	97.227	3	32.409	2.060	.109	No difference
	Within Groups	1840.426	117	15.730			
	Total	1937.653	120				
Perceived negative effects	Between Groups	65.037	3	21.679	.974	.407	No difference
	Within Groups	2603.195	117	22.250			
	Total	2668.231	120				

Table 16 states the one-way ANOVA statistics in terms of grades and regarding the frequency of IWB usage. Given the one-way ANOVA statistics, according to the results shown under the significant difference between the two sub-sections, it is found a significant difference in both “Perceived learning contribution” and “motivation” sections ($f(3, 117) = 3.463, 4.128$ $p < .05$).

Table 17. Mann-Whitney U Test Results for Yes/No Answers of IWB Usage in terms of Skills from Students' Points of View

Skills	Sub-Sections	Answers	N	Mean Rank	Sum of U Rank	p
R	Perceived learning contribution	No	76	63.78	4847.00	1575
		Yes	46	57.74	2656.00	
E	Motivation	No	76	64.51	4903.00	1519
		Yes	46	56.52	2600.00	
A	Perceived efficiency	No	76	63.99	4863.50	1558.5
		Yes	46	57.38	2639.50	
D	Perceived negative effects	No	76	63.12	4797.00	1625
		Yes	46	58.83	2706.00	
I	Perceived learning contribution	No	68	58.97	4010.00	1664
		Yes	54	64.69	3493.00	
N	Motivation	No	68	55.98	3806.50	1460.5
		Yes	54	68.45	3696.50	
G	Perceived efficiency	No	68	60.10	4086.50	1740.5
		Yes	54	63.27	3416.50	
I	Perceived negative effects	No	68	57.49	3909.50	1563.5
		Yes	54	66.55	3593.50	
N	Perceived learning contribution	No	95	62.54	5941.50	1183.5
		Yes	27	57.83	1561.50	
S	Motivation	No	95	64.41	6119.00	1006
		Yes	27	51.26	1384.00	
P	Perceived efficiency	No	95	62.90	5975.50	1149.5
		Yes	27	56.57	1527.50	
E	Perceived negative effects	No	95	61.56	5848.00	1277
		Yes	27	61.30	1655.00	
A	Perceived learning contribution	No	33	64.47	2127.50	1370.5
		Yes	89	60.40	5375.50	
K	Motivation	No	33	69.85	2305.00	1193
		Yes	89	58.40	5198.00	
I	Perceived efficiency	No	33	64.73	2136.00	1362
		Yes	89	60.30	5367.00	
N	Perceived negative effects	No	33	63.41	2092.50	1405.5
		Yes	89	60.79	5410.50	

Table 17 reports the Mann-Whitney U test results for yes/no answers of IWB usage in terms of skills from students' points of view. In this table students' answers are represented with N. The majority of students (f=89) claim that they use the IWB mostly for listening skills, 54 of them use it for writing, 46 students for reading, while only 27 students claimed to use it for speaking. Moreover, there is a significant difference only in the "motivation" sub-section for the writing skill since the p-value is .050 ($p \leq .05$).

DISCUSSION

The present study was conducted to investigate the attitudes of secondary school EFL teachers and students towards the use of IWB in English classrooms. According to the findings, secondary school EFL teachers use the IWB mostly for reading and listening skills. The reason behind this can be that receptive skills are more easily given with IWBs than productive skills. It can be harder for a student to write on the IWB than on the board and for what concern the speaking skill teachers can not need to use IWBs that much. Moreover, many EFL teachers use the IWBs more than 20 hours a week. The answers of teachers during the interview support this result. They said, "I use it in every lesson", "I always use the IWB in my classes", "I use the IWB at least once in every lesson", "I always use the IWB in my classes. It doesn't matter what I focus on, IWB is a must during my teaching". So, a lot of time is spent on the IWBs during EFL classrooms.

Taking the instructional effects of IWBs into account, teachers believe that IWBs help them use their time more efficiently by spending less time writing on the board and for the preparation of the lesson. They find them beneficial for saving materials, reaching different sources, reviewing, and summarizing a subject, and giving explanations more effectively. Secondary school EFL teachers have in general positive attitudes towards the use of IWBs, as they like using them in their English lessons, feel comfortable using them, and what is most important they think it differs using a traditional board and an IWB in terms of teaching techniques and methods. Almost all the teachers, during the interview, said that IWBs have only advantages by giving these reasons:

- *“I use IWB to show something related to the topic, to get some information, to play games, to show presentations to students. I don’t think there are disadvantages at all.”*
- *“IWBs make it easy to improve my students’ listening competence and are easy to use. One disadvantage maybe that one can become an IWB-dependent teacher.”*
- *“I didn’t observe any disadvantage for it. The advantage is the abundance of activities that can be done, the opportunity to focus on all skills, and saving on time. And it is less boring than just lecturing and writing on the board.”*
- *“I see no disadvantages. If the teacher is not fully capable of using IWBs, then some serious problems may arouse like misusing the IWB, etc. When it comes to advantages, I think the IWB usage is a must and vital for EFL classrooms especially for communicative classrooms.”*

Moreover, almost all of the teachers agree with the fact that IWBs affect positively students’ motivation during English classes. Findings of Manny-Ikan et al. (2011), Öz (2014), Türel and Johnson (2012), Balta and Duran (2015), Kalanzadeh and Valizadeh (2015) are in line with this finding. Some answers are taken from the interview support this result, as teachers said:

- *“Using technology makes them motivated and being motivated leads them to be successful learners, but this success depends on teacher’s ability to facilitate and utilize IWBs”*
- *“Whenever I do different activities with the help of the smart board, I can easily notice that students have more fun and are eager to participate, even the ones who don’t usually do. They feel like they play a game and that’s why the pressure on them remarkably decreases”*
- *” Because it makes the environment more vivid”*
- *“It provides both visual and audio effects”*

However, 39.7% of the participant teachers believe that training is necessary to teach with an IWB. Thus, they think that if they don’t get sufficient training, they don’t feel comfortable with using IWBs in the classroom. This finding is largely in line with the findings of different research (Öz, 2014; Türel & Johnson, 2012; Mathews-Aydinli & Elaziz, 2010). Öz (2014) claims that teachers can get in-service training workshops to get familiar with IWBs and use them correctly, with more confidence.

According to the findings retrieved from students, it has found out that they are aware of IWB’s effectiveness and contribution to learning and motivation. Many of them expressed to learn more when their teacher uses IWBs, to understand and remember what they learned easier, to concentrate better, to join lessons more, to get more interested and excited, to keep their attention easier, and to prefer lessons taught with an IWB. These results also support the idea of teachers who think IWBs affect positively the motivation of their students. As Mathews-Aydinli and Elaziz (2010) state, motivation in EFL classrooms has always been a problem in Turkey. This study showed one more time that IWBs are beneficial tools to help both teachers and students get motivated during English lessons.

However, contrary to what the majority of EFL teachers claimed, 40.2% of students strongly agreed or agreed with Q20 “There is no difference between my English teacher’s use of a traditional board and an IWB in terms of teaching techniques and methods.” This shows that for most of the students using an IWB or not during EFL classes is the same in terms of teaching techniques and methods. This finding may support the result found by Schmid and Schimmack (2010) that teachers require enhancing the skills and knowledge of how to use ICT in general and IWBs, in particular, to integrate them into practice.

CONCLUSION AND SUGGESTIONS

Different studies have been done during the last decades about the use of technology and IWBs. Earlier studies, as the previous one, show that IWB usage is considered to have positive effects on language teaching and learning by both teachers and students. Enhancing their motivation, creating a more interesting and entertaining atmosphere during English classes, helping students to be more active, and teachers to save their time and materials are among some of the reasons why IWB usage has increased over the past decades and is still preferred by many teachers during their language classes. The present study aimed to focus on the attitudes of secondary school EFL teachers and students towards the use of IWBs in EFL classrooms. Both teachers and students have generally positive thoughts about the use of IWBs, as they especially enhance their motivation.

Moreover, further research can be done on single regions to compare if there is any difference in attitudes within these regions. Research can also include not only one single level of education, but they can compare results between different education levels. This study aimed to be mixed-method research, but it lacked a large amount

of qualitative data due to the small number of teachers who participated in the interview. A big sample can reflect more reliable results in terms of qualitative data.

Seeing a significant difference only in the mean ranks of the “instructional effects of IWBs” section in terms of gender and only in the “instructional effects of IWBs” sub-section for the writing skill from both teachers’ and students’ points of view, further research should be held to investigate the relationship between other skills and sub-sections in a detailed way.

REFERENCES

- Amiri, R., & Sharifi, M. (2014). The influence of using interactive whiteboard on writings of EFL students regarding adverbs. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 98, 242-250. <http://doi:10.1016/j.sbspro.2014.03.413>
- Balta, N., & Duran, M. (2015). Attitudes of students and teachers towards the use of interactive whiteboards in elementary and secondary school classrooms. *Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET*, 14(2), 15-21. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1057345.pdf>
- Çakıroğlu, Ö. (2016). Teachers and students views on the use of IWBs in secondary schools for enhancing classroom teaching and learning. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, (29), 395-407. <http://dx.doi.org/10.14582/DUZGEF.1798>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE Publications.
- Elaziz, M. F. (2008). *Attitudes of students and teachers towards the use of interactive whiteboards in EFL classrooms*. [Doctoral dissertation, Bilkent University]
- Gashan, A. K., & Alshumaimeri, Y. A. (2015). Teachers’ attitudes toward using interactive whiteboards in English language classrooms. *International Education Studies*, 8(12), 176-184. <http://dx.doi.org/10.5539/ies.v8n12p176>
- Kalanzadeh, G. A., & Valizadeh, G. (2015). Attitudes of Iranian administrators, students and teachers towards the use of interactive whiteboards in EFL classrooms: A case study in Andimeshk High Schools. *Modern Journal of Language Teaching Methods*, 5(1), 150-169.
- Mathews-Aydinli, J., & Elaziz, F. (2010). Turkish students' and teachers' attitudes toward the use of interactive whiteboards in EFL classrooms. *Computer Assisted Language Learning*, 23(3), 235-252. <https://doi.org/10.1080/09588221003776781>
- Manny-Ikan, E., Dagan, O., Tikochinski, T., & Zorman, R. (2011). Using the interactive whiteboard in teaching and learning—An evaluation of the SMART CLASSROOM pilot project. *Interdisciplinary Journal of E-Learning and Learning Objects*, 7(1), 249-273. <https://www.learntechlib.org/p/180881/>
- Öz, H. (2014). Teachers' and students' perceptions of interactive whiteboards in the English as a Foreign Language classroom. *Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET*, 13(3), 156-177. <https://eric.ed.gov/?id=EJ1034243>
- Schmid, E. C., & Schimmack, E. (2010). First steps toward a model of interactive whiteboard training for language teachers. *Interactive Whiteboards for Education: Theory, Research and Practice* (pp.197-214). Information Science Reference. DOI: [10.4018/978-1-61520-715-2.ch013](https://doi.org/10.4018/978-1-61520-715-2.ch013)
- Singaravelu, S. (2016). Attitude of student teachers towards the use of interactive whiteboard. *International Education & Research Journal*, 3(5), 88-89.
- Türel, Y. K., & Johnson, T. E. (2012). Teachers' belief and use of interactive whiteboards for teaching and learning. *Educational Technology & Society*, 15(1), 381–394. <https://www.jstor.org/stable/jeductechsoci.15.1.381>

SELF-REGULATION IN OBLIGATORY ONLINE EDUCATION: A DISCUSSION FROM SOCIAL INTERACTION PERSPECTIVE

Assoc. Prof. Nuray OKUMUS CEYLAN

Bulent Ecevit University, Department of English Language & Literature, Zonguldak, Turkey

nurayokumus@yahoo.com

INTRODUCTION

Self-regulation refers to taking control over one's learning processes, spending extra time and effort, and employing strategies to experience more academic success. Learners' use of strategies for their own learning makes them more responsible for their learning and makes them self-regulated learners. These learners are the ones who control their learning processes, manage their abilities, and regulate their emotions and motivation by using various strategies. Zimmerman (1989) states that self-regulated learners establish a hierarchy of goals, have learning-goal orientation, and are highly self-efficacious. The use of cognitive and self-regulatory strategies requires more time and effort than normal engagement. To spend more time and effort, and to use various strategies, they must be motivated. Students who value their work are willing to spend more effort and time on their schoolwork. Students who set self-improvement and learning goals for themselves engage in various cognitive and metacognitive activities to improve their learning.

Zimmerman (1989) regards self-regulation as an individual, cognitive-constructive activity whereas the social constructivist (Vygotsky, 1978) and social cognitive (Bandura, 1986) theories state that it is more than an individual process which involves social interactions. The Vygotskian approach emphasizes that individuals co-construct knowledge through social interactions and focuses on individuals as constructors of knowledge. Whereas, the social cognitivist assume that self-regulation is a social process that is influenced by contexts and behavioral events in a reciprocal fashion. Effat & Gillies (2015) further explains self-regulation as the metacognitive, motivated, and strategic actions of learners, as Zimmerman (1998) put forward, occurring within a social context (classroom) that characterizes interactions between the teacher and students. It is a social process which occurs 'when students are motivated to reflectively and strategically engage in learning activities within environments that foster self-regulation' (Butler, 2002; p. 60). Thus, self-regulation is developed and supported as a socially-situated activity within a traditional classroom (Hadwin et al., 2011).

The coronavirus COVID-19 pandemic led education move to the virtual class meetings of various online learning platforms. Moving from the traditional classrooms to the virtual platforms forced teachers and students gain new skills to adapt themselves to the more autonomous nature of these new learning platforms. Therefore, regulation has become a useful trait for effective online learning since the learners have come across a great amount of freedom and control regarding the place, time, materials, content, and especially the strategy to study (Cunningham & Billingsley, 2003).

Meaningful and effective learning depends on students' ability to manage resources in such a way that will fit their goals and needs (Pintrich, 1999; Wolters & Hussain, 2015). Hong and Jung (2011) reported that cognition and metacognition skills seem to be among the more influential skills that explain distance learners' success. Studies indicated that technology-enhanced learning environments could support self-regulatory learning skills by providing opportunities for self-monitoring, mastery learning, peer interactions, and methods for cognitive apprenticeship (Barnard et al., 2009; Cho & Heron, 2015; Kramarski & Michalsky, 2010).

Efficient resource management is critical for successful online learning (HusseinFarraj et al., 2012; Selim, 2007). The online students asserted that the availability of the online materials on the course website and the use of the video-streaming platform helped them to manage, control, and handle the volume of information. Learning environments and activities that facilitate efficient resource management are significant for students' learning process and academic success (Pintrich, 1999; Zohar & Dori, 2012).

Barak et al. (2016) studied to identify self-regulation skills required for online learning and to characterize transfer skills of on-campus and online undergraduate students. Students who took the online course, received higher means for both self-regulation and transfer skills, compared to the on-campus group. They also received higher mean scores on their final project and examination. Nevertheless, only a third of the course students chose to study it online. Most of the students still prefer to learn in a traditional, face-to-face, classroom setting. Their findings indicated that both on campus and online students maintained that successful online learning relies on 'cognitive strategies' and 'regulation of cognition' (a metacognitive skill). The online students indicated metacognitive skills, such as planning, controlling, and evaluation skills, as essential for meaningful distance learning, while the on-campus students asserted lack of self-discipline and limited communication skills as barriers to distance learning. The students asserted that by receiving support from peers and instructors in the online environment, they were better able to regulate their learning and become more confident as learners.

Online learning environments with their more autonomous nature have forced learners to adapt themselves to these artificial learning environments. It was thought that students would become better self-regulated learners simply from increased exposure to or experience with online courses. However, it lacked the direct and personal

supervision of the instructor, which might result in learner's sense of isolation and an accompanying lack of engagement (Barak et al., 2016). Taking into consideration the high degree of student autonomy resulting from the instructor's physical absence, effective self-regulation strategies might be critical in online education situations. Unfortunately, not all students are self-regulated learners (Cho & Heron, 2015). Many are unmotivated and fail to use cognitive strategies, thinking skills, or do not have self-monitoring ability (Cho & Heron, 2015). Students lacking self-regulation skills may misinterpret the autonomy of the online learning environment and, as a result, may not accomplish the learning tasks as expected in online courses (Barnard et al., 2009).

THE STUDY

The primary aim of this study is to identify whether students are aware of self-regulation skills required for online learning and can apply them in their online learning process. Secondly, this research aims to figure out the possible advantages and disadvantages of their obligatory online education experience. The mixed method research model was applied, using both quantitative and qualitative methodologies in the analysis. The participants were 110 first grade students in the Department of English Language and Literature in Zonguldak Bülent Ecevit University, Turkey. 63 of them studied in English prep school in 2019-2020 fall term at school and received online education in spring term. They have spent one education-term together as two Prep classes which makes them a social community. 42 of them are the new students of 2020-2021 education year who do not know the other students in the class. The instructor used Perculus online education platform to teach. The lessons consisted of lecture videos without limited student participation (only through text messages they send during the actual lesson time). The maximum number of students in the lessons at the actual lesson time was 65. Thus, we might state that nearly half of the students tended to follow the lessons in the schedule they prefer.

The online survey was administered during the semester to identify students' motivational self-regulation strategies. The interviews were based on students' online learning experience and their use of cognitive and metacognitive self-regulation strategies. The semi-structured interviews were conducted at the end of the semester as a conversation based on questions and answers that the interviewer used to navigate the interview. In this study, Pintrich's (1999) the taxonomy of self-regulation strategies and Wolters' (2000) taxonomy of motivational regulation strategies are used.

According to Pintrich (1999), the taxonomy of self-regulation strategies include cognitive and metacognitive strategies. Cognitive learning strategies include rehearsal, elaboration, and organizational strategies. Rehearsal strategies involve having multiple exposures to items to be learned or saying words aloud as one reads the text. These strategies help students to select important information active in working memory. Elaboration strategies involve paraphrasing, summarizing the material to be learned, creating analogies, generative notetaking, explaining the ideas in the material to someone else for better comprehension, and asking and answering questions. Organizational strategies include behaviors such as finding the main idea in the text, outlining the text, and using various techniques for selecting and organizing the ideas in the material.

Pintrich (1999) explains metacognitive strategies as planning, monitoring, and regulation strategies. Planning activities include setting goals for studying, skimming a text before reading, and doing a task analysis of the problem. These activities help learners to organize material easily. Monitoring involves tracking of attention while reading a text, or listening to a lecture, self-testing by questions about the text material to check for understanding, monitoring comprehension of a lecture, and using test-taking strategies in an exam situation. These strategies show the learner his or her deficiencies in comprehension or attention that would benefit from improvement, using regulation strategies. Examples of self-regulation strategies include asking oneself questions after reading a text, re-reading for better comprehension, slowing the pace of reading when reading a difficult text, reviewing a part for better comprehension, skipping questions and returning to them when taking a test.

Wolters (2000b) defines motivational regulation strategies as "various actions or tactics that students use to maintain or increase their effort or persistence at a particular task" (p. 283). He defines five types of motivational regulation strategies: self-consequating, environmental control, interest enhancement, mastery self-talk, and performance self-talk. Self-consequating as one motivational regulation strategy. He depicts it as increasing extrinsic reasons for completing the task, such as obtaining rewards or avoiding punishments. Environmental control involves arranging and controlling the study environment by getting rid of distracters to make work easier. Interest enhancement strategies include regulating engagement and willingness to make tasks more interesting, enjoyable, or challenging, and persisting through the manipulation of tasks. Mastery self-talk, his fourth motivational self-regulation strategy, involves emphasizing mastery-related reasons for becoming more competent and completing the task. Performance self-talk, unlike mastery self-talk, as emphasizing performance-related reasons to motivate oneself (i.e., getting the best grade and completing the task). Unlike mastery self-talk, learners remind themselves of normative evaluations and the consequences of performance that is better than the other students' performance to complete the task or to persist in tasks.

THE RESULTS

The semi-structured interviews were conducted to identify student attitudes towards online education and thoughts on their obligatory online learning experience. The participants composed of students who had face-to-face education with half of their current classmates at prep school and students who have just entered the university in 2020-2021 education year without any face-to-face university education experience. In this part, student answers are summarized.

The frequency test results indicate that students use motivational self-regulation strategies to regulate their effort and persist in tasks assigned in classes. They usually tell themselves that if they do the assigned work now, they can do something that they like later. In addition, they believe that they will be successful and get good grades if they do their assignments. They usually tell themselves that if they do the assignments, they will not be punished. Half of the students promise themselves rewards for doing the assignments. They connect what they are learning in English with their own experiences. They always study when they can be more focused, and when they get rid of distractions around them so as not to be disturbed by them. More than half of the students make changes in their surroundings to be able to concentrate. They challenge themselves to complete the work and learn as much as possible and persuade themselves to work hard for the sake of learning. They sometimes tell themselves to keep working just to learn as much as they can. They always work harder by thinking about earning good grades. They always remind themselves that their grades will be affected if they do not do the assignment or reading. They know that doing well on tests and assignments is important, and they need to keep studying to do well in school.

Table 1. Frequency Percentages of Motivational Self-regulation Strategies Items

Items	No	Very True/ True	Partially True/ Not True at All
Percentages			
Self-Consequating			
4	I tell myself I can do something I like later if right now I do the work I have to get done.	88	12
9	I tell myself that if I do the assignments, I will not be punished.	75	25
14	I promise myself a reward if I get the assignment done.	48	52
19	I tell myself that if I do the assigned work on time, I will get good grades.	82	18
Interest Enhancement			
2	I make studying more enjoyable by turning it into a game.	28	72
12	I try to connect what I am learning to my own experiences.	90	10
17	I try to connect the material with something I like doing or find interesting.	60	40
2	I make studying more enjoyable by turning it into a game.	28	72
Environmental Control			
6	When studying for this language class at home, I change my surroundings so that it is easy to concentrate on the work.	66	34
11	I try to get rid of any distractions that are around me when I am studying.	70	30
16	I try to study at a time when I can be more focused.	90	10
21	I make sure I have as few distractions as possible before I start studying.	73	27
Mastery Self-Talk			
5	I persuade myself to work hard just for the sake of learning.	67	33
10	I challenge myself to complete the work and learn as much as possible.	78	22

15	I persuade myself to keep working on the material just to see how much I can learn.	55	45
20	I tell myself that I should keep working just to learn as much as I can.	57	43
Performance Self-Talk			
3	I try to make myself work harder by thinking about getting good grades.	92	8
8	I remind myself how important it is to do well on the tests and assignments in school.	72	28
13	I tell myself that I need to keep studying to do well in school.	63	37
18	I think about how my grade will be affected if I do not do the assignment or reading.	94	6

The interviews were based on students' online learning experience and their use of cognitive and metacognitive self-regulation strategies. Both group of students were especially questioned about psychological and social aspects of their online learning experience such as motivation, discipline, and collaboration. The answers are grouped under regulation of cognition, regulation of resources, attitudes, social aspects and teacher intervention.

Regulation of cognition

Students from both groups indicated the importance of careful planning for successful online learning. Students seemed good at controlling their learning process. For example, one student asserted: "...in online learning, I can control various aspects of learning, including the lecture videos, which I can fast forward, stop, or replay." Students thought that online environments are effective method for evaluation, indicating the importance of immediate feedback and the ability to monitor their grades.

Resource management

Efficient resource management is critical for successful online learning (Hussein-Farraj et al., 2012; Selim, 2007). The online students asserted that the availability of the online materials on the course website and the use of the video-streaming platform helped them to manage, control, and handle the volume of information. Learning environments and activities that facilitate efficient resource management are significant for students' learning process and academic success (Pintrich, 1999; Zohar & Dori, 2012). This enabled students to recite and summarize different parts of the lecture and to assemble all parts to generate a better understanding of the learning materials. They emphasized the importance of processing: they indicated that they have developed strategies for summarizing the learning material, for creating analogies, and for note taking. They stated that effective online learning relies on the organization of the course website. For example: "When I was asked to perform a task, it is easy for me to find the information on the course website." For example, "I used the lecture notes and the related articles ... all the information was presented online in an orderly way, and in my opinion this arrangement is very convenient." Moreover, they pointed out that learning from a distance gives them flexibility with respect to time, pace, and place and this helps them participate the lessons regularly. Despite having the flexibility in place, they tended to stay home to follow the lessons regularly. However, they tended to reschedule the lessons defined by the department taking advantage of the opportunity of replaying lesson videos to fit to their best times to study. Totally new students emphasized the importance of being independent and self-governing with relation to time and place of learning.

Self-discipline

It comes after the initial enthusiasm, helping students regulate their learning by taking responsibility and actions to pursue their learning goals. The students indicated the importance of self-discipline in their assertions. For example: "I am aware of my responsibility, I can only trust myself ...if I do not watch the videos or thoroughly read the articles, I will not understand the learning materials and probably fail the course". Thus, most of the students reported that they read the articles before the lesson to get prepared. 'Knowing myself as a learner' refers to the need to be familiar with one's own strength and weaknesses as a learner and taking actions to prosper in a certain learning situation. For example: "I am easily distracted by people or noise; therefore, I prefer to learn on my own in a quite environment". Thus, they said that they try to follow the lessons in a room alone and tidy up the environment before the lessons. Moreover, they remind themselves that they must study to be successful, and they tend to study when they feel ready. For instance: "I am more productive in the evenings... it is difficult for

me to concentrate in the mornings”. Although only half of the students indicated positive feelings about online learning, most of the students demonstrated strong motivation to complete the online course, they felt confident about their learning abilities. They emphasized that most of the problems they face in traditional education have disappeared, and they have all the ease and the comfort of the house and the family, so they force themselves to perform better.

Attitudes

Student attitudes that can facilitate productive learning in online environment when they are positively applied were grouped as: affective, self-discipline, and knowing myself as a learner, ‘Affective’ refers to students’ feelings about learning from distance, their reaction toward the virtual learning environment, and how they perceive the online course (contents and assignments). One student said, for example: I like learning from distance, I enjoy the idea that I am at my comfortable house and still be able to hear the lecture and do my assignments”. While more than half of the students stated that they liked online courses and the other half indicated their dislike, almost all students stated that they would prefer traditional classrooms since more than half of the students believed that they did not learn as much as in traditional classrooms. Half of the students indicated concerns about not having sufficient communication with the teacher, viewing it as an obstacle to online learning. For example, one student asserted: “I did not like learning from distance because the direct interactions with the lecturer are very important to me.”

Social aspects

The students who studied at prep school emphasized the importance of interactions with the lecturer and fellow students more than the other group, indicating social learning as an important feature of distance education. More than half of the students indicated that the most challenging thing in online education is lack of socialization and isolation. The students reported that the online forums helped them to interact with the teacher. Besides using forums for assistance, they formed small Whatsapp and Zoom groups to collaborate. For example: “The online forums encouraged effective communication...” I participated when I needed an answer and either one of the students or the teacher responded. The students kept track of due dates via small Whatsapp and Zoom groups. They mostly needed help about lesson notes and homeworks. The students try to find out how they are doing in their online classes in comparison to their peers. This supports the fact that the control of individual actions is influenced by the social situation in which an individual participates.

The related literature also suggests that communicating with another student regarding technical or academic difficulties in a course is easier than communicating such concerns to a faculty member for many students (Abdous, He, & Yen, 2012). Need to get ‘Socialized with their peers’ was identified as a metacognitive self-regulation skill that was highly expressed by the online students. The students asserted that by receiving support from peers and instructors in the online environment, they were better able to regulate their learning and become more confident as learners. This is in line with the findings of recent studies that indicated the importance of peer support and scaffolding for self-regulation in the classroom (Effat & Gillies, 2015) and in online environments (Rodicio et al., 2013 & Barak et al., 2016).

However, the other group members indicated that they do not need help or just do not ask for it even if they feel like. Few students explained the reason why they do not ask for help as they do not know how to do it or feel too shy to do so. As the related literature (Cheng et al., 2013) also suggests, the students who studied at prep school reported that they ask for help which is the sign of higher levels of self-regulation. The online environment may present a barrier to some students to pursue the help they need. Students who need the most help can often be the ones to seek help the least (Cheng et al., 2013).

Teacher intervention

The students’ were questioned on their perceptions about the effectiveness of teacher intervention to figure out its effect on their autonomous behaviors. Almost all students still prefer to learn in a traditional, face-to-face, classroom setting mainly due to the lack of face-to-face teacher-student interaction in online education. This preference may be in part due to the fact that Turkish learners are accustomed to a teacher-centered educational system. When students were further questioned on details about teacher-student interaction in class, they stated that they did not feel that they are learning effectively. Taking into consideration the importance of classroom interactions, the lack of such interactions would certainly cause negative feelings in students. Since teachers can engage students in higher-level thinking through scaffolding during classroom interactions which would lead them to cognitive progress via socio-cognitive conflicts (Gillies et al., 2012; Psaltis, Duveen, & Perret-Clermont, 2009; Webb et al., 2009; Franke et al., 2009).

A considerable number of learners preferred the teacher to monitor their progress, even in a student-initiated task. The students who studied at prep school found teacher intervention as helpful and a source of motivation in online education. They also emphasized the importance of interactions with fellow students more than the other group, indicating social learning as an important feature of distance education. For example: “The online forums

encouraged effective communication...” I participated when I needed an answer and either one of the students or the teacher responded. Besides using forums for assistance, they formed small Whatsapp and Zoom groups to collaborate. Another example: “working together in our small group throughout the semester strengthened our interactions and conveyed interesting discussions.”

Online learning experience

The study identified certain obstacles for academic success in online education. Firstly, technical problems such as internet connection failures or technical errors in the virtual platform made students distracted. Secondly, they forced themselves to get focused and learn the subject thoroughly since they reported that it is difficult to understand from the videos. Too much pressure on disciplining themselves made them stressful. Moreover, being in a virtual environment without socializing with their peers made them feel isolated which in time caused demotivation. Students also reported that they sometimes get frustrated due to the lack of human contact, the absence of a teacher and an inability to discuss it with their classmates. Creating sense of community was found to be significantly associated with perceived learning (Rovai, 2002; Shea, Li, & Pickett, 2006).

DISCUSSION

This study indicates that these students are aware of self-regulation skills, and they are able to apply them in their learning process; they control their learning processes, manage their abilities, and regulate their emotions and motivation by using various strategies. Control of individual actions is often related to independent or self-regulated forms of learning (Boekaerts et al., 2000). However, they reported that spending more effort to control their learning behaviors in a virtual environment alone rather than in traditional classroom environment caused too much pressure on them resulting in demotivation problems in time. Moreover, as they were accustomed to social interactions in traditional classroom mediated by the teacher, they felt frustrated during their online learning experience. Therefore, they evaluated their online learning experience as ineffective compared to traditional learning experience. The students reported that education should be in a social environment; thus, they felt the need to form small groups to cooperate. This supports the fact that perceived learning is significantly associated with creating sense of community (Rovai, 2002; Shea, Li, & Pickett, 2006).

The related literature suggests that regulation starts from the social/interpersonal level and eventually leads to self-regulation at an intrapersonal level (Nastasi et al., 1990; Boekaerts et al., 2000). Social interactions are strongly related to cognitive change (Lim, 2012). Nastasi, Clements, and Battista (1990) argued that higher level cognitive processes develop as a result of learners’ engagement with cognitive conflicts and their resolution during social interactions. As the related literature suggests, this study also suggests and supports the fact that social interactions and self-regulation are closely linked, and social interactions are likely to influence the development of self-regulation.

REFERENCES

- Abdous, M., He, W., & Yen, C. J. (2012). Using data mining for predicting relationships between online question theme and final grade. *Journal of Educational Technology & Society*, 15(3), 77–88.
- Allen, I. E., Seaman, J., Poulin, R., & Straut, T. T. (2016). Online report card: tracking online education in the United States. Babson Park: Babson Survey Research Group. Retrieved from Education Advisory Board Website: <http://onlinelearningsurvey.com/reports/online-report-card.pdf>
- Azevedo, R. (2005). Using hypermedia as a metacognitive tool for enhancing student learning? The role of Self regulated learning. *Educational Psychologist*, 40, 199–209
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall, Inc.
- Barak, M. (2012). Distance education: towards an organizational and cultural change in higher education. *The Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 6(2), 124–137
- Barak, M., Watted, A., & Haick, H. (2010). Motivation to learn in massive open online courses: examining aspects Of language and social engagement. *Computers & Education*, 94, 49–60. doi:10.1016/j.compedu.2015.11.010.
- Barnard, L., Lan, W. Y., To, Y. M., Paton, V. O., & Lai, S.-L. (2009). Measuring self-regulation in online and blended learning environments. *Internet and Higher Education*, 12, 1–6. <http://dx.doi.org/10.1016/j.iheduc.2008.10.005>.
- Boekarts, M., Pintrich, P. R., & Zeidner, M. (Eds.). (2000). *Handbook of self-regulation: theory, research and applications*. San Diego: Academic.
- Harasim, L. (2012). *Learning theory and online technologies*. New York: Routledge.
- Butler, L. D. (2002) Individualizing Instruction in Self-Regulated Learning, *Theory Into Practice*, 41:2, 81-92, DOI: 10.1207/s15430421tip4102_4
- Cheng, K. H., Liang, J. C., & Tsai, C. C. (2013). University students’ online academic help seeking: The role of self-regulation and information commitments. *The Internet and Higher Education*, 16, 70–77.
- Cho, M.-H., & Heron, M. L. (2015). Self-regulated learning: the role of motivation, emotion, and use of learning

- strategies in students' learning experiences in a self-paced online mathematics course. *Distance Education*, 36(1), 80–99
- Cunningham, C.A. & Billingsley, M. (2003). *Curriculum Webs: A practical guide to weaving the Web into teaching and learning*. Boston: Allyn and Bacon.
- Dabbagh, N., & Kitsantas, A. (2005). Using web-based pedagogical tools as scaffolds for self-regulated learning. *Instructional Science*, 33, 513–540. <http://dx.doi.org/10.1007/s11251-005-1278-3>
- Detterman, D. K. (1993). The case for the prosecution: transfer as an epiphenomenon. In D. K. Detterman & R. J. Sternberg (Eds.), *Transfer on trial: intelligence, cognition and instruction* (pp. 1–24). Norwood: Ablex
- Dewey, J. (1938). *Experience and Education*. New York: Macmillan Company.
- Effat, A., & Gillies, R. M. (2015). Social interactions that support students' self-regulated learning: a case study of one teacher's experiences. *International Journal of Educational Research*, 72, 14–25
- Ferla, J., Valcke, M., & Schuyten, G. (2010). Judgments of self-perceived academic competence and their differential impact on students' achievement motivation, learning approach, and academic performance. *European Journal of Psychology of Education*, 25, 519–536.
- Forsyth, B. R. (2012). Beyond physics: a case for far transfer. *Instructional Science*, 40, 515–535. <http://dx.doi.org/10.1007/s11251-011-9188-z>.
- Franke, N., P. Keinz, C. Steger. 2009. Testing the value of customization: When do customers really prefer products tailored to their preferences? *J. Marketing* 73(5) 103–121.
- Gillies, D., Taylor, F., Gray, C., O'Brien, L. & D'Abrew N. (2012). Psychological therapies for the treatment of post traumatic stress disorder in children and adolescents. *Cochrane Database of Systematic Reviews*, Issue 12, Art No: CD006726.
- Hadwin, A. F., Järvelä, S., & Miller, M. (2011). Self-regulated, co-regulated, and socially shared regulation of learning. In B. J. Zimmerman & D. H. Schunk (Eds.), *Handbook of self-regulation of learning and performance* (pp. 65–84). New York, NY: Routledge.
- Harasim, L. (2012). *Learning theory and online technologies*. New York: Routledge
- Hussein-Farraj, R., Barak, M., & Dori, Y. J. (2012). Lifelong learning at the Technion: graduate students' perceptions of and experiences in distance learning. *Interdisciplinary Journal of E-Learning and Learning Objects*, 8, 115–135.
- Hong, S., & Jung, I. (2011). The distance learner competencies: a three-phased empirical approach. *Educational Technology Research and Development*, 59, 21–42. <http://dx.doi.org/10.1007/s11423-010-9164-3>.
- Kauffman, D. F. (2004). Self-regulated learning in web-based environments: instructional tools designed to facilitate cognitive strategy use, metacognitive processing, and motivational beliefs. *Journal of Educational Computing Research*, 30, 139–161.
- Kramarski, B., & Michalsky, T. (2010). Preparing preservice teachers for self-regulated learning in the context of technological pedagogical content knowledge. *Learning and Instruction*, 20, 434–447. <http://dx.doi.org/10.1016/j.learninstruc.2009.05.003>.
- Lim, E.M. (2012). Patterns of kindergarten children's social interaction with peers in the computer area. *Computer Supported Learning* 7, 399–421 (2012). <https://doi.org/10.1007/s11412-012-9152-1>
- Lynch, R., & Dembo, M. (2004). The relationship between self-regulation and online learning in a blended learning context. *The International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 5(2). doi: 10.19173/irrodl.v5i2.189
- Lobato, J. (2008). Research methods for alternative approaches to transfer: implications for design experiments. In A. Kelly, R. A. Lesh, & J. Y. Baek (Eds.), *Handbook of design research methods in education* (pp. 167–194). New York: Routledge
- Nastasi, K. B., Clements, H. D. and Battista, T. B. (1990). Social Cognitive Interactions, Motivation, and Cognitive Growth in Logo Programming and Problem Solving Environments. *Journal of Educational Psychology*, Vol. 82, No. 1, 150–15
- Pintrich, P. R. (1999). The Role of Motivation in Promoting and Sustaining Self-Regulated Learning. *International Journal of Educational Research*, 31, 459–470. [http://dx.doi.org/10.1016/S0883-0355\(99\)00015-4](http://dx.doi.org/10.1016/S0883-0355(99)00015-4)
- Rodicio, H. G., Emilio S. & Santiago, A. (2013). Support for self-regulation in learning complex topics from multimedia explanations: Do learners need extensive or minimal support?. *Instructional Science* 41(3).
- Rovai, A. P. (2002). Building sense of community at a distance. *The International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 3(1). Retrieved from <http://www.irrodl.org/index.php/irrodl/article/view/79/152>
- Psaltis, C., Duveen, G., & Perret-Clermont, A.-N. (2009). The social and the psychological: Structure and context in intellectual development. *Human Development*, 52(5), 291–312. <https://doi.org/10.1159/000233261>
- Perkins, D. N., & Salomon, G. (1988). Teaching for transfer. *Educational Leadership*, 46(1), 22–32.
- Sasson, I., & Dori, Y. J. (2012). Transfer skills and their case-based assessment. In B. J. Fraser, K. G. Tobin, &

- C. J. McRobbie (Eds.), *The second international handbook of science education* (pp. 691–710). Dordrecht: Springer.
- Schunk, D. H., & Zimmerman, B. J. (Eds.). (1998). *Self-regulated learning: from teaching to self-reflective practice*. New York: The Guilford Press.
- Selim, H. M. (2007). Critical success factors for e-learning acceptance: confirmatory factor models. *Computers and Education*, 49(2), 396–413. <http://dx.doi.org/10.1016/j.compedu.2005.09.004>.
- Shea, P., Li, C. S., & Pickett, A. (2006). A study of teaching presence and student sense of learning community in fully online and web-enhanced college courses. *The Internet and Higher Education*, 9(3), 175-190. doi:10.1016/j.iheduc.2006.06.005
- Webb, J.W., Tihanyi, L., Ireland, R.D., & Sirmon, D.G. (2009). You say illegal, I say legitimate: Entrepreneurship in the informal economy. *Academy of Management Review*, 34(3), 492-510.
- Wolters, C.A. (2000). The relation between students' motivational beliefs and their use of motivational regulation strategies. *International Journal of Educational Research*, 33 (7-8), 801-820.
- Wolters, C. A., & Hussain, M. (2015). Investigating grit and its relations with college students' self-regulated learning and academic achievement. *Metacognition and Learning*, 10, 293–311.
- Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in society: The development of higher psychological processes*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Zimmerman, B. J. (1989). A social cognitive view of self-regulated academic learning. *Journal of Educational Psychology*, 81(3), 329–339. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-0663.81.3.329>.
- Zimmerman, B. J. (2001). Theories of self-regulated learning and academic achievement. An overview and analysis. In B. J. Zimmerman & D. H. Shunck (Eds.), *Self-regulated learning and academic achievement: theoretical perspectives* (pp. 1–37). Mahwah: Erlbaum.
- Zohar, A., & Dori, Y. J. (Eds.). (2012). *Metacognition in science education: trends in current research*. Dordrecht: Springer.

SİBER ZORBALIK KAVRAMI ÜZERİNDEN BİR FİLM İNCELEMESİ: CYBERBULLY (SANAL ZORBALIK)

Prof. Dr. Aytekin İŞMAN
Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi
isman@sakarya.edu.tr

Neslihan AÇMACI
Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisan Öğrencisi

ÖZET

21. yüzyılda teknolojik imkânlar doğrutusunda erişim sağladığımız internet ortamları, hayatımızın vazgeçilmezi haline gelmiştir. Web 2.0 teknolojisinin internet kullanıcılarına sağladığı etkileşimli yapı sayesinde, pasif konumda olan bireyler artık sosyal mecralarda aktif birer içerik paylaşımcısı olarak rol alabilmektedir (Işık, 2013). Web teknolojisindeki bu gelişimle internet ayrıca bir haberleşme aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır. Bu doğrutuda kullanıcılar internetin tüm imkânlarından faydalanabilmek amacıyla sanal ortamda sıkça vakit geçirmektedir. Sosyal medya uygulamalarını kullanarak gün içinde yaptıklarını çevrelerindeki insanlarla paylaşmaktadırlar. Sosyal medya uygulamalarını kullanan kesimin büyük bir çoğunluğunu gençler oluşturmaktadır (Seren, 2020). Bir topluluk içinde görünür olma amacıyla gerçekleştirilen bu paylaşımlara kimler tarafından ulaşılabileceği ve diğer kişiler tarafından bu materyallerin ne amaçlarla kullanılabilceği konusundaki bilinmezlik, sosyal medya kullanıcıları kesimin paylaşım yaparken dikkat etmediği konulardan biridir.

Sanal ortamın gerçek hayatın bir parçası olduğu düşüncesinden yola çıkılmadan yapılan paylaşımlar kullanıcıların zor durumlarda kalmasına sebep olabilmektedir. Cyberbully filminde ele alınan konu ise İngiltere’de yaşayan genç sosyal medya kullanıcıları Casey’nin paylaşımları sebebiyle uğradığı siber zorbalığı konu almaktadır. Bu araştırmada Peirce’nin (1982) öncülüğünü yaptığı göstergebilimsel yöntem kullanılarak siber zorbalık kavramıyla ilişkilendirilmiş film sahneleri incelenmiştir.

“Siber zorbalık” kavramı üzerinden incelenen filmde, gençler arasında kontrolsüz şekilde kullanılan sosyal medya uygulamalarının beraberinde getirdiği tehlikelere değinilmiştir. Dijital ayak izlerinin ne derecede önemli olduğu ve sanal ortamda mahremiyet kavramına tıpkı reel hayattaki gibi itinayla dikkat edilmesinin gerekliliği ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Siber Zorbalık, Mahremiyet

GİRİŞ

1960’lı yıllarda soğuk savaş döneminde ABD tarafından askeri yarar elde etmek amacıyla geliştirilen internet, günümüzde çok daha farklı amaçlarla kullanıma açık hale gelmiştir (Öztürk, 2015). İçinde bulunduğumuz yeni yüzyılda çeşitli imkânları elde etmemize olanak sağlayan internet, ilk çıktığı zamanlardaki tek boyutlu amacından sıyrılarak insanlığın birçok ihtiyacına cevap verebilecek durumdadır. İnternetin ilk kullanıldığı yıllarda kullanıcılar internete sadece bilgisayarlarla erişim sağlama olanağına sahipken, gelişen bilişim teknolojileri sayesinde artık mobil cihazlarımızdan ve diğer elektronik cihazlarımızdan da webe erişim sağlayabilmekteyiz (Bozkurt, 2018). Mobil cihazlarla internete erişim imkânı bu mecraları daha sık kontrol ve takip edebilmemize olanak tanırken aynı zamanda yine bu mecralarda geçirdiğimiz zamanı kontrol ederken zorlanmamıza da sebep olmaktadır.

Ülkemizde internet teknolojisinin gelişimine baktığımızda, 1990’lı yıllarda halkın kullanımına açıldığını ve gelişim göstermeye başladığını görmekteyiz. 2000’li yıllardan sonra, Web teknolojisinin etkileşimli yapısı dünyayla eşzamanlı olarak ülkemizde de ortaya çıkmış ve sosyal medya uygulamaları geliştirilmeye başlamıştır. 2004 yılında kurulan Facebook ise, sosyal medya uygulamalarının kitleler tarafından daha görünür hale gelmesinde öncü bir rol edinmiştir.

Sosyal Medya

Özellikle gençler arasında yaygın şekilde kullanılan sosyal medya ve sosyal medya uygulamaları son yılların üzerinde en çok durulan konuları olarak karşımıza çıkmaktadır (Özdemir, 2019). Kullanıcı sayısının artmasıyla oldukça karmaşık bir ağ halini alan sosyal medya uygulamaları kişilerin gündelik aktivitelerini sınırlandıracak ve kesintiye uğratabilecek kadar hayatımıza nüfuz etmiştir. Bilinen ilk sosyal medya platformu 1997’de kurulan ve kullanıcılarına profil oluşturma, mesajlaşma gibi özellikleri sağlayan “sixdegrees.com” isimli platformdur (Akyürek, 2020). 90’lı yıllar internetin yaygın kullanımına geçildiği zamanı ifade etmektedir ve bu türden sosyal medya platformları özellikle bu yıllarda çeşitlenerek kullanıcılara sunulmaktaydı.

Günümüzde sosyal platformların artması ve çeşitlilik arz etmesi sebebiyle bu alanda gerçekleştirilen birçok kamuoyu araştırması mevcuttur. Bu araştırmalardan biri olan ve Türkiye İstatistik Kurumu tarafından yapılan hane halkı bilişim teknolojileri kullanım araştırmasından elde edilen 2015 verilerine göre, internet kullanım amaçları arasında sosyal medyanın ilk sırada yer aldığı, on hanenin yedisinde internet erişim imkânının olduğu, hanelerin %96,8’inde cep telefonu bulunduğu tespiti yapılmıştır (Bozkurt, 2018). Bu denli hayatımızın merkezinde

konumlandırđımız sosyal medya uygulamaları hem yaşam tarzımızı hem de yaşam standartlarımızı yeniden şekillendirmektedir.

Sosyal medya kavramı çok geniş bir alanı ifade ettiği için, kavramın daha net algılanabilmesi adına sınıflandırmalar yapılmaktadır. “Sosyal medya kullanımına yönelik sosyal ağ içerikleri genel olarak aşağıdaki biçimde örneklendirilerek sınıflandırılmaktadırlar” (Dawley, 2009; akt. Akyürek, 2020, s.60):

Sosyal siteler: MySpace, Facebook, Twitter
Fotoğraf paylaşım siteleri: Flickr, PhotoBucket, Instagram
Video Paylaşım: YouTube
Profesyonel Ağ Siteleri: LinkedIn, Ning
Bloglar: Blogger.com, Wordpress
Wikiler: Wetpaint, PBWiki
İçerik etiketleme: Merlot, SLoog

Siber Zorbalık

Sosyal medyada geçirdiğimiz zaman dilimi arttıkça karşılaştığımız problemler de doğru orantılı olarak artmakta ve çeşitlenmektedir. Siber zorbalık kavramı da bu problemlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. “Şiddetin yeni bir biçimi olarak özellikle cep telefonları, bilgisayarlar, web siteleri ve sosyal paylaşım siteleri yoluyla gerçekleştirilen siber zorbalık gençlerin ve diğer kullanıcı kesimin hayatını olumsuz şekilde etkilemektedir” (Aslan, Doğan, 2017, s.96).

Siber zorbalık kavramı, yoğun etkileşimin yaşandığı sosyal medya ortamlarının yaygınlaşmasıyla ve çeşitlenmesiyle sıkça karşılaştığımız bir kavram haline gelmiştir.2000’li yıllarda elektronik haberleşme ve bilgisayarlarla gerçekleştirilen iletişimin artması dolayısıyla kişilerin iletişim biçimleri ve öğrenme yöntemleri değişmiştir (Aksaray, 2011). Değişen iletişim ve haberleşme pratikleri neticesinde sosyal mecraların kullanımı ve bu ortamlarda yaşanan problemler özellikle incelenmesi gereken önemli bir boyuta ulaşmıştır. Yaşadığımız teknoloji kökenli çağda, olan bitenden haberdar olmak isteyen bireyler, sosyalleşme ve meraklarını giderme ihtiyaçlarını elektronik ortamlarda tatmin etme yoluna gitmektedir. Yaygın kullanılan sosyal medya uygulamalarında ise birey bu ihtiyaçlarını giderirken aynı zamanda diğer kullanıcılara tüketilebilir nitelikte içerik sunmaktadır. Bu içeriklerin sunumunda dikkat edilmesi gereken noktalar ise es geçilerek, bilgilere kimlerin erişebileceği noktasında sorunlar yaşanmaktadır.

Yapılan araştırmalar siber zorbalık davranışlarından en çok mağdur olanların gençler olduğunu, topluluk psikolojisiyle teknolojik araçları kullanan zorbalıların her geçen gün artan tehditlerinin küresel sanal bir köye dönüşen dünyamızda insan yaşamını olumsuz etkilediğini, kişilerin kaygı ve korku içinde yaşam kalitelerinin olumsuz etkilendiğini ortaya koymaktadır (Bayram ve Sayılı, 2013). Yine siber zorbalığa maruz kalan kişilerde; depresyon, suç işleme, madde kullanımı, hayal kırıklığı, üzüntü, öfke, kaygı, derse karşı motivasyon kaybı, akademik başarısızlık, okul devamsızlığı, intihar etmeye kadar varabilen sorunlar görülmüştür (Bayram ve Sayılı, 2013). İnternet ortamında maruz kalınan sanal zorbalık, kişinin hayatının tümüne sirayet ettiği için, dolayısıyla sadece sanal bir tehdit olarak algılanmamalı ve bu nedenle de sanal zorbalıkla alakalı yasal düzenlemeler oluşturularak bir caydırıcılık sağlanmalıdır.

Sosyal medyanın dinamik yapısının bu alan için ayrıca hukuki açıdan düzenlemeler gerektirdiği de gözler önüne serilmektedir. Birçok açıdan suç işlenmesine olanak sağlayan sosyal medya, kullanıcıları tarafından bu negatif yönünün izah edilmesi ve göz önünde bulundurulması noktasında yetersiz kalmaktadır (Bahar, 2018). Sosyal medyada zorbalığa uğrayan bireyler hangi kuruma başvuracakları ya da böyle bir durum yaşadıklarına bunun cezai yaptırımlarının olabileceği noktasında bile kararsız durumdadırlar. Hal böyleyken, sosyal mecrada gerçekleştirilen birçok suçun suç olduğundan bile habersiz olunması ve bunlara maruz kalınması durumu devam etmektedir.

Mahremiyet

Mahremiyet, bireyin temel ihtiyaçlarındanır. Kişiler kendilerini güvende hissedebilmek adına doğal bir içgüdüden kaynaklanarak, kişisel gizliliklerine önem vermektedirler. Mahremiyet, gerek toplumlar gerekse insanlar için oldukça önemli olan sosyokültürel bir olgudur (Türten, 2018). Mahremiyet kavramı bizlere gerçek hayattaki gizliliğe özen ve saygıyı anımsatmaktayken, gelişen sosyal medya platformları sebebiyle, sanal ortamlarda da bu kavramın üzerinde durulmasının gerekliliği her geçen gün daha çok dikkat çeker hale gelmiştir. Sosyal medya kullanıcıları gençler, mahremiyet konusunda endişeli olmamalarına rağmen bu mecralarda karşılaştıkları sorunların sayısı her geçen gün artmaktadır. Özellikle kişisel bilgilerin ve kişiye ait kalması gereken özel diğer içeriklerin, kimlerle paylaşılması gerektiği ve bu verilere sanal ortamda kimlerin ulaşabileceği hala muğlak bir konudur (Algül, 2018).

Yeni medya araçlarını kullanma konusunda toplumların yetersizlikleri ve bilinçsizlikleri yine sosyal medya kullanıcılarının şantaj ya da tehdit gibi suç içeren yöntemlerle bilgilerinin sızdırılmasına ve zor durumda kalmalarına sebep olabilmektedir. Sosyal medya kullanıcılarının günlük hayatlarına dair her şeyi sosyal medya hesaplarında paylaştıkları söylenebilmektedir (Türten, 2018). Bu kontrolsüz paylaşımlardan ise kişinin özel hayatıyla alakalı birçok veri elde edilebilmektedir. Kişinin ne zaman evlendiği, doğum gününün tarihi, yaşadığı

yer ve kimlerle görüştüğü gibi hassas bilgiler birer veri olarak dipsiz internet ağında kaydedilmekte ve kişinin gerçek hayattaki aktiviteleri, kişiyle ilgilenen ya da ilgilenmeyen diğer sosyal medya kullanıcılarına altın tepside sunulmaktadır.

Sokakta yürürken arkamızda bizi takip eden bir kişinin varlığından haberdar olduğumuzda, içgüdüsel olarak güvende hissetmeyiz ve bu durumdan rahatsız oluruz. Sosyal medyada ise takip edilme hissiyatı kişiye korku ve güvensizlik hislerini vermek yerine, çoğu zaman iyi hissettirme ve popüler, görünür olmanın hazzını yaşatmaktadır. Debord'un (2020) değindiği üzere, kişiler artık mahremiyetlerinden ödün vererek kültürel yıkımı hızlandırmakta ve kendilerine dayatılan tüketim coşkusu doğrultusunda hareket etmektedirler.

Sosyal medya kullanımı özellikle gençler arasında yaygın olduğu bilinen bir olgudur (Akgül ve Toprak, 2019). Bu doğrultuda, yeni medya ortamını yoğun kullanan gençlerin bilinçlendirilmesi ve alanda yasal düzenlemeler yapılması kaçınılmaz bir gereklilik haline almıştır. Konu, kişisel hayatın gizliliği çerçevesinde ele alınıp değerlendirilerek gençlere okullarda ve diğer eğitim platformlarında konuyla alakalı eğitimler verilmesi ve hali hazırda verilen eğitimlere ek olarak düzenlemeler yapılması gerekmektedir. Cyberbully film örneğinde olduğu gibi, henüz reşit bile olmayan Casey karakteri üzerinden, sosyal zorbalığın kullanıcıların hayatlarını ne derecede etkileyebileceği ve psikolojik açıdan yaratabileceği tahribatlar bu noktada üzerinde sıklıkla durulması gereken ana başlıklardır.

AMAÇ

Teknolojinin yararları olduğu kadar zararları da günümüzde gerçekleştirilen çalışmalarda ön plana çıkmaktadır. Dolayısıyla teknolojinin zararlarının da farklı bir başlık olarak incelenmesi bir gereklilik haline gelmiştir (Tuğ ve Çılğın 2020). Teknolojinin oluşturduğu ağ toplumu, temel olarak bakıldığında iletişimsel bir alana kavuşmamızı sağlamıştır. Diğer yandan insanların bu sanal ortamlarda yeni bir iletişim çabasında girdikleri de görülmektedir (Bat ve Vural, 2010). Gerçek hayatta gerçekleştirilmesi mümkün olmayan ya da zor olan iletişim pratikleri de bu alana aktarılmıştır. Sosyal medyada da siber zorbalığın yayılmasının en önemli sebeplerinden biri etkileşime açık yapısıdır (Güven, 2017). Gerçek hayatta etkileşime geçme fırsatımızın olmadığı kişilerle bağ kurmamızı sağlayan sosyal medya platformları bu açıdan kişileri istismara açık hale de getirmiştir. Siber zorbalığın en önemli yönlerinden birisini zorbanın kimliğini rahatça gizleyebilmesi oluşturmaktadır (Tamer ve Vatanartıran, 2014). Bu imkâna sahip olan kötü amaçlı kişiler, siber mecrada anonim olmanın getirdiği rahatlığı deneyimlemektedirler.

Genç kesimin sıklıkla kullanmayı tercih ettiği sosyal medya uygulamaları, siber zorbalığın yayılması ve kişiyi etkilemesi bakımından büyük tahribatlara yol açabilmektedir (Yaman ve Peker, 2012). Maruz kalınan zorbalık birçok farklı şekilde gerçekleştirilebilmektedir. İnternette siber zorbalık yapan kişi bunu karşısındaki kişinin duygularını değiştirme, yönlendirme, incitme ya da şaka amaçlı gerçekleştirilmektedir (Aksaray, 2011). Bu doğrultuda, kişilerin siber zorbalığa maruz kalıp kalmadıklarını ve karşı taraftan kendilerine yönlendirilen davranış ve dayatılanın suç unsuru barındırıp barındırmadığı da henüz genel açıdan netleştirilmemiş olup, anlamlandırma ve farkındalık yaratılabilmesi açısından zorluklar oluşturmaktadır.

Siber zorbalık, her yaş grubunu kapsayan ve etkileyen bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır (Akyüz ve Koç, 2020). Bu olguda hedef kitlenin geniş olması ise tehlikenin boyutunu da paralel olarak arttırmaktadır. Siber zorbalık yaş, kültür, ülke fark etmeksizin çocukların ve gençlerin sosyal ve psikolojik çeşitli problemler ile karşılaşmalarına neden olmaktadır (Korkmaz, 2018). Yoğun sosyal medya kullanımına sahip olan kesimlerde siber zorbalık oranının yüksek görülmesi de anlaşılabilir bir durumdur. Ergenlerin maruz kaldıkları siber zorbalık düzeylerinin artmasıyla, öznel mutluluk düzeyleri azalmaktadır (Dilmaç ve Özkan, 2019). Siber zorbalığa maruz kalan öğrencilerin akademik başarılarında düşüş olduğu ve okuldan nefret etme gibi hislere kapıldıkları bilinmektedir (Seren, 2020). Sosyal açıdan birçok olumsuz durumu beraberinde getiren siber zorbalık kişilerin normal yaşamlarını etkileyecek seviyede büyük sorunlara sebep olabilmektedir. Ailelerin ve diğer büyüklerin, ergenlerin sosyal medya kullanımını sınırlandırması ya da denetlemesi ise çözüm yollarından bazılarıdır.

Siber zorbalık sosyal medya platformlarının kullanıcılara sunduğu iletişim seçeneklerine göre de farklılıklar gösterebilmektedir. Sosyal medya platformları tasarım ve uygulama özelliklerine bağlı olarak kendilerine özgü farklı davranış kalıplarını içinde barındırmaktadır (Aslan ve Öney, Doğan, 2017). Kullanıcının internete erişim sağladığı platformda ne gibi paylaşımlar yapabileceğinin platformların yaratıcıları tarafından sınırlandırılması ve kategorilere ayrılmış olması bu noktada ne gibi paylaşımlar yapılacağına belirlenmesi noktasında önemli bir etkidir. Fotoğrafların paylaşımına izin verilen bir sosyal medya platformunda gerçekleştirilen paylaşımlar kişinin görsel yönden getirilen eleştirilere ya da zorbalıklara maruz kalmasına sebebiyet verirken, düşünce ya da fikir odaklı paylaşımların gerçekleştirildiği Twitter gibi uygulamalarda, siber zorbalığın niteliği de değişiklik gösterecektir.

Geleneksel olarak adlandırılacak zorbalık ile siber zorbalık arasında zaman ve yer farkı bulunmaktadır. Örneğin geleneksel zorbalıkta fiziksel bir alanda bir arada olmamız gereklidir ve aynı zaman dilimini deneyimliyor olmamız zorunludur fakat siber zorbalık zaman ve mekân kavramlarının önemsiz olduğu bir zorbalık türüdür (Peker ve Ekinci 2016). Zaman ve mekân kavramından soyutlanarak önemli kısıtlardan ayıklanmış olan bu zorbalık türü gerçekleştirilebilmesi açısından da avantajlı bir konumdadır. "Siber zorbalık davranışların yaygın türleri arasında metin tabanlı ad arama, kaba dil kullanımı, küfür ve kişisel saldırı, taciz ve aşağılama, birisini

karalama ya da hakkında dedikodu yapma ve aşağılayıcı fotoğraf veya video mesaj gönderme yer almaktadır’’ (Peker ve Ekinci, 2016, s.2128).

Siber zorbalığa maruz kalan öğrencilerle gerçekleştirilen bir çalışmada, katılımcıların çoğunluğu korktukları veya utandıkları için yaşadıkları bu durumu ailelerinden gizlemeyi tercih etmektedir. Fakat yaşananları ailelerinden saklamalarının tek sebebi utanma ya da korkma duygularından süregelmemektir. Öğrenciler bilgisayarlarının ya da cep telefonlarının ellerinden alınacağı endişesiyle siber zorbalığı ailelerinden saklamayı da tercih etmektedirler (Akbiyık ve Kestel, 2016). Durumun aile ve diğer otorite sahibi kişiler tarafından bilindiği takdirde teknolojik aygıtlarından uzak kalacağına dair tahminde bulunan öğrenciler, her durumda olumsuz yönde etkilere maruz kalmaktadır.

Çalışmanın amacı siber zorbalığa maruz kalan bireylerin ne yönde etkilendiklerini ve zorbalık davranışına maruz kalmaları neticesinde nasıl tepkiler verdiklerini incelemektir. Psikolojik açıdan bireyi etkileyen bu zorbalık türünün ne kadar yaygın olduğunu ve hangi davranışların siber zorbalık kavramı kapsamında değerlendirilebileceğini ortaya koymaktır. Peirce’e (1982) göre dil dışında gösterilenler, dilin gerçek anlamda ifade etmeye çalıştığı sonucunu net şekilde verecek imgeleri ve göstergeleri içermektedir. Cyberbully filminde, kişinin dil dışında gerçekleştirilen davranışları ve diğer göstergeler neticesinde filmel anlatıda iletildiği mesajların içerikleri ortaya konarak siber zorbalık kavramı çerçevesinde tartışılacaktır. Peirce’nin (1982) Göstergebilimsel yöntemiyle incelenen Cyberbully filminden elde edilen verilerin analizi neticesinde siber zorbalığın kişide oluşturduğu kaygı ve tahribat, hayatında gerçekleştirdiği değişimler, davranışlarının ne yönden etkilendiği gibi unsurlar ortaya konmaktadır.

ÖNEM

Günümüzde siber zorbalık kavramı artık birçok mecrada karşılaştığımız bir kavram haline gelmiştir. Siber alanda geliştirdiğimiz iletişim biçimleri ve davranışlarımız neticesinde siber olarak da insani değerlere sahip olmamız gerekmektedir. Bu değerlerin kapsamı ve tanımına; sosyal medya ortamında saygı, sorumluluk, dostluk, dürüstlük, hoşgörü ve temel insan değerlerine uygun davranışlar gibi birtakım davranışlar örnek verilebilir (Durak ve Sarıtepeci, 2019).

Sanal ortamda diğer bireyleri rahatsız etmemek adına gerçekleştirmemiz gereken davranışların başında da yine gerçek hayatta olduğu gibi siber ortamda da zorbalık etmememiz gerekliliği gelmektedir. Zorbalık barındıran davranışlar kişilerde birçok farklı şekilde görülebilmektedir (Sakarya ve Pekdoğan, 2020). Zorbalığın ve bu kavramla birlikte süregelen şiddetin türleri arasında; duygusal, sözsöz, cinsel, ekonomik, kültürel olmak üzere birçok alt başlık mevcuttur (Özyürek ve Kurnaz, 2019). Bu zorbalık türleri, gerçek hayatta olabildiği gibi sanal ortamlarda da uygulanabilir durumdadır. Siber zorbalık, kişiden kişiye yöneltebileceği gibi, devletler ve kurumlar aracılığıyla da bireye veya topluluklara yöneltelebilmektedir (Özyürek ve Kurnaz, 2019). Kişinin maruz kalma olasılığının ve imkânının yüksek olduğu bu durum özellikle de sosyal medya kullanıcılarını hedef almış durumda denebilir. Sosyal medya kullanımının gündelik hayat pratiklerimiz dâhil, bireyler arası ilişkilerimizin şekillenmesinde ve daha bütünsel bir perspektiften bakıldığında, toplumsal hareketlere sebebiyet verebilmesine kadar, birçok alanda etkili olduğunu görmekteyiz (Kaplan, 2017). İnsan hayatında etkisi bu derece yoğun olan bir kavramın, siber zorbalığın incelenmesi de bir gereklilik haline gelmiştir.

Hayatımıza yakın zamanda dâhil olan siber zorbalığın özellikle de gençler arasında yaygın olduğu bilinmektedir. ‘‘Ülkemizde internet kullanım amaçlarından olan sosyal medyanın daha çok gençler tarafından kullanılması siber zorbalığı yapan ve siber zorbalığa uğrayanların en çok ergenler ve gençlerden oluştuğunu göstermektedir’’ (Seren, 2020, s.27). Siber mağduriyet seviyesinin de özellikle lise çağındaki gençler arasında yaygınlaştığı gözlemlenmektedir (Karaoğlu ve Çılgın, 2020). Lise öğrencilerinin yaş aralıkları göz önünde bulundurulduğunda, bu kesimin sosyal mecraları diğer kesimlere göre daha fazla kullandıklarını görmekteyiz. Bu noktada sosyal mecralarda oluşturulmaya çalışan benlik inşası, kullanıcıların kendileriyle alakalı paylaştıkları yazılı sözel ya da diğer içeriklerin daha fazla kişiye ulaşması amacı gütmektedir. Paylaşım yaparken de siber uzamdaki tehlikelerin farkında olmayan kişiler bazı durumlarda zorluklarla karşılaşmakta ve siber zorbalıkla karşı karşıya gelmektedir. Sosyal medyanın tüketim nesnesi haline gelen insan bedeni, bu mecralarda sergilenirken kişiler beğenilme ve onaylanma arzusundan yola çıkmaktadır (Taşdelen, 2010). Kişisel yaşamın gizliliğiyle alakalı kaygılar ve normlar gözetilmeksizin yapılan paylaşımlar da dolayısıyla kötü amaçla kişi ya da kişilerin zorbalık malzemesi haline gelmeye açık haldedir. Siber uzamın henüz yeni yeni alıştığımız ve sürekli gelişime, değişime açık yapısı da siber alandaki suçların neler olacağını ve hangi cezai yaptırımlara tabii tutulacağını netleştirmesi noktasında kesin bir açıklığa sahip değildir. Özellikle internet kullanımının yaygınlaşmasıyla ve hayatımızın her alanına girmesiyle, siber suçlarda ve bu suçları işleyenlerde yoğun bir artış görülmüştür (Can ve Taşcı, 2015). Bu suçların önüne geçilebilmesi ve su işleyen bireylerde caydırıcılığının artırılması noktasında çalışmalar halen devam etmektedir. 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu’nun 243.-245. maddelerinde bilişim alanındaki suçlar düzenlenmiştir. Bununla birlikte, kanunda açıklanan şekliyle siber suç kavramı; hakaret, dolandırıcılık gibi suçları kapsarken aynı zamanda siber zorbalığı da kapsamaktadır (Önok, 2013). Siber zorbalığın nedenlerini bulmak amaçlı gerçekleştirilen araştırmalar sonucunda, siber zorbalık davranışının temel nedenlerinden birinin kişiler arasında bozulmuş arkadaşlık ilişkileri olduğu tespit edilmiştir (Erden, 2017). Anonim olmanın zorbalığı gerçekleştiren kişiye verdiği cesaret de,

gerçek hayatta yapılmak istenilen davranışın siber ortama aktarılarak nispeten daha kolay bir şekilde gerçekleştirilebilmesine olanak sağlamaktadır. Siber zorbalığı gerçekleştiren kişi, siber mağdur üzerinde telkin yoluyla tahakküm kurmaktadır. Israr etme, tekrar etme ve zarar verme davranışlarıyla da özellikle kişiyi kendi istekleri doğrultusunda yönlendirme amacı gütmektedir (Yaman vd, 2010). Aile bireylerinden yardım ya da destek isteme noktasında çekimser davranan gençler siber zorbalığa maruz kaldıklarında bunu paylaşma yoluna gitmeyi tercih etmemektedirler. Aile içi iletişimin yetersizliğinden ve gelişmemiş oluşundan kaynaklandığı öngörülebiyecek bu süreç gençleri yalnızlaştırırken siber ortamlarda daha fazla zaman geçirme yönünde de etkilemektedir. Ebeveynlerin aile içindeki iletişimi güçlü tutmak ve bu iletişimde istekli ve etkili olabilmek için çocuklarını internet ortamındaki riskler konusunda bilgilendirmesi ve uyarması gerekmektedir (Sarı ve Karadeniz, 2019).

Sosyal medya kullanıcıları, hesaplarında evlenmekte, iş görüşmesine katılmakta, tatile çıkmakta ve hatta doğum dahi yapmaktadır (Türten, 2018). Günlük hayatta yaşanan neredeyse tüm aktivitelerin sosyal medyada paylaşımı da kişiyi savunmasız hale getirmektedir. Veri madeni olarak adlandırabileceğimiz siber uzam, kendisine bilinçsizce içerik sağlayan birçok kullanıcıya sahiptir. Kullanıcıların da bu noktada kendileriyle alakalı özel bilgileri dahi paylaşıyor olması hem veri madencileri hem de kötü amaçlı kişiler tarafından bulunmaz bir nimettir. Bu açıdan, kullanıcıların mahremiyet algılarının ve anlayışlarının geliştirilmesi kaçınılmaz bir çözüm olacaktır (Akıkol, 2018).

Cyberbully filminde mağdur rolündeki genç kızın hayatında ilk defa karşılaştığı bir durumu ifade eden siber zorbalığın tanımının yapılması ve geniş kitlelerce bilinir hale getirilmesi oldukça önemlidir. Çalışmada ortaya konulacak olan veriler, kavramın açıklığa kavuşturulması, ne türden davranışların kişinin siber zorbalığa maruz kaldığını anlamlandırması noktasında alana katkı sağlayacaktır.

KURAMSAL TEMEL

Araştırma konusu ile Küresel Köy Kuramı ilişkilidir. Bu kuramı McLuhan (1964) kurmuştur. Kuram, kitle iletişim sürecini teknolojik getirileri ve değişimleri açısından ele almıştır. Gutenberg'in matbaayı bulmasıyla birçok toplumda değişim yaşandığını savunan görüşte, yine bu toplumlarla birlikte dünyanın da sözlü iletişim biçiminden, yazılı iletişim biçimine yöneldiğini ortaya koymuştur (Varol ve Çelik, Varol, 2019). Değişen iletişim pratikleri neticesinde haber medyasının da yazılı kültürden elektronik kültüre kaydığı bilinmektedir (McLuhan, 1964).

McLuhan, elektronik medyanın insanlığı yeniden birleştireceği fikrinden yola çıkarak köy ve küreselleşme kelimelerini bir araya getirmiştir. McLuhan'a göre (1964) telgrafın icadıyla insanlar elektronik çağı başlatmışlardır ve teknolojiye faydalanarak bu yeni iletişim yöntemiyle, kişilerin dokunma ve duyma duyuları yeniden ön plana çıkmıştır. Bunun sonucunda ise bireysellik ortak kültürümüzdeki yerini toplumsallığa bırakmış ve Küresel Köy kavramı ortaya çıkmıştır (Altay, 2005).

Kuramın ileri sürdüğü en önemli fikir elektronik çağın, yazılı kültürün insanları bireyselleştirmesinin aksine, daha toplumsal ve kolektif hale getirilmiştir. Elektronik iletişim araçlarını kullanan kişiler ve özellikle de televizyon kullanıcıları kabile yapısına dönmüş ve ulus devlet yapısı kazandığı zemini kaybetmiş, yerine klan tarzı örgütlenmeler gelmiştir (Varol ve Çelik Varol, 2019). Elektronik araçların sunduğu yenilikler arasında toplumsal ilişkilerimize ve algı biçimimize de müdahale ettikleri bilinmektedir (Şentürk, 2013). Küresel Köy Kuramı'nda elektronik araçların insanları birer birer ya da toplumsal olarak ne yönde etkilediği üzerinde durulmaktadır. Küresel Köy'ün yerlileri, iletişim pratiklerini yeni medya araçlarından yararlanarak gerçekleştirmekte ve farkında olmadan bu araçların hayatlarına nüfuz etmesine, şekillendirmesine izin vermektedir.

McLuhan'ın (1964) Küresel Köy Teorisi'nde, televizyondan sonra geliştirilecek olan medya aracının insan bilincinin bir uzantısı olarak görev yapacağı öngörülmekteydi (Atalay, 2018). Bu öngörüden yola çıkarak, Web 3.0 teknolojisinin kullanıma sunulmasıyla, kişiselleştirilmiş içeriklerin ve yapay zekânın insanın bir uzantısı görevini gördüğünü belirtebiliriz. Özellikle Twitter, Google ve Facebook gibi büyük şirketlerin arama motorlarında gerçekleştirilen aramaları referans olarak oluşturulan kişisel içerik sunumları bunun günümüzdeki en önemli örneklerindedir.

McLuhan'ın (1964) Küresel Köy Kuramı şu temel kabullerden yola çıkmaktadır: İnsan eliyle oluşturulan teknolojik yapılar, gelişmelerini tamamladıklarında kullanıcılarını kendi içine alma eğilimi gösterir. Bu teknolojik araçlar yeterince ileri gidildiği takdirde insanı 'kendi makinesinin yarattığı' haline getirebilecek potansiyeli içinde barındırır (Altay, 2005).

Medya yani araç, mesajın kendisidir ve süreçte bireyin iletişimini belirleyebilecek kadar önemli bir role sahiptir. Powers ve McLuhan'ın (1964) Elektronik çağı olarak adlandırdıkları bu dönemde kabileselcilığe geri dönüldüğünü ve bireye günümüzde yer olmadığına kanaat getirmişlerdir. McLuhan ve Powers'a (2015) göre üç bin yıl sürmüş olan insanlığın dışı doğru patlaması bitmiştir ve içe doğru patlama dönemine girmişizdir. Aynı andalığın elektriksiz alanı herkesi herkesle ilgili hale getirmiştir. İnsanların ortak bir paydada buluşmasına imkân sağlayan elektronik çağ, gündemin de makro bir yapıya indirgenmesinde ve insanların konuştukları konuların bu çerçevede oluşturulduğuna dikkat çekmektedir. Cyberbully filminde, Twitter üzerinde oluşturulan suni gündem de küresel çapta bir köyde yaşadığımızın en açık göstergelerindedir.

Küresel Köy Kuramı'nda ülkelerin gelişmişlik seviyelerine göre, küresel köye dönme hızları ve oranlarının da değişiklik göstermektedir. Üçüncü dünya ülkelerinin teknolojiye erişim imkânlarının az olması neticesinde dünya çapındaki kabileyeye daha geç katılım sağlayabilecekleri bilinmektedir. Bu ülkeler teknolojileri zor benimsemektedirler ve yeni medya alanına karşı daha muhafazakâr olarak nitelendirilebilecek bir tutuma sahiptirler. Batılı ülkelerde ise durum tam tersine işlemektedir. Batılılar, teknolojiye kar amaçlı baktıkları için teknolojik yenilikleri de çabuk benimserler ve yan etkilerini görmezden gelmek noktasında fazlasıyla başarılıdırlar (Altay, 2015).

Küresel Köy'de yerliler dünyanın her yerinden bu yeni teknolojik uzama katılım sağlayabilme imkânları doğrultusunda aynı andalık özelliğiyle de eşzamanlı olarak ortak konularda tartışma olanağına sahiptirler. Zaman ve mekân kavramının önemsizleştiği bir uzama karşılık düşen küresel köyde dünyanın herhangi bir yerinde herhangi bir zaman diliminde gerçekleşen olay tüm dünyada aynı anda izlenebilmektedir ve kişiler kısa sürede durumdan haberdar olabilmektedirler (Basmacı, 2018). Bu yaratılan yeni elektronik ortamda kişilerin mahremiyet ihtiyacı ile başkalarının bilme ve öğrenme ihtiyacı arasındaki ikilem ortaya çıkar (Atalay, 2018). Mahremiyet ve yeni medya ilişkisine bakışını ise McLuhan'ın (1964) yeni medyayı ortamlarını "eski hataların silinmediği büyük dedikodu sütünü" olarak betimlemesinden anlayabiliriz. Küresel Köy kavramı yakınları uzak yapması ve eşzamanlılık gibi avantajları neticesinde her ne kadar olumlu olarak ele alınabiliyor olsa da, mahremiyet ve bireyselliğin önüne set çektiği de yadsınmaz bir gerçektir.

Bireyler sosyalleşme ihtiyaçlarını sağlamak için yeni medya ortamlarını kullanırlar ve noktada kitle iletişim araçlarından yani bir diğer deyişle yeni medya ortamlarından faydalanırlar. Kullanımların fayda sağlayabilmesi adına içerisinde yaşanan Küresel Köy'e yabancılaşmaması ve yeni mecrada kişiler sosyalleşirken bu alanın getirdiği yenilik ve düzenlemelere ayak uydurmak zorundadırlar. Netice itibarıyla her ne kadar içinde bulunduğumuz Küresel Köy'ün yerlileri olduğumuzu düşünsek de bu ortak kullanım alanında da öğrenmemiz ve uyum sağlamamız gereken mecraya özgü birtakım kuralla ve yaptırımlar bulunmaktadır.

LİTERATÜR TARAMASI

Bu araştırma konusuyla alakalı çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmalardan ilkinin Altundağ (2016) lise öğrencilerinin sanal zorbalık ve problemlili internet kullanımı konusunda yapmıştır. Araştırma, anadolu lisesinde okuyan 9. ve 10. sınıf öğrencilerinin problemlili internet kullanımlarıyla sanal zorbalık davranışları arasındaki ilişkiyi incelemektedir.

Yapılan çalışmada lise öğrencilerinin siber zorbalık mağduru olmaları ya da siber zorbalığı uygulayan konumunda olmalarının; yaş, cinsiyet ve belirlenen diğer değişkenler tarafından etkilenip etkilenmediği araştırılmıştır. "Veri toplama aracı olarak Sanal Zorba/Kurban Ölçeği ile İnternet Bağımlılığı Ölçeği kullanılmıştır" (Altundağ, 2016, s.27). Araştırmada öğrencilerin ebeveynlerinden habersiz sosyal medya hesaplarına sahip olmaları durumunda sanal zorba ya da kurban olma konumlarının değişkenlik gösterip göstermediği de ortaya konmuştur. Ailelerin sanal mecralarda çocuklarının güvenli şekilde internete girebilmesinin kontrolünü ellerinde bulunduramamaları durumunda olabilecek tehlikelere dikkat çekilmiştir. Araştırmada ergen erkeklerin ergen kız öğrencilerden daha fazla siber zorbalığa maruz kaldıkları ve kız öğrenciler oranla yine daha fazla siber zorbalık yaptıkları belirlenmiştir. Problemlili internet kullanım davranışında bulunan öğrencilerin de sanal zorbalığa uğrama veya sanal zorba olma puanları arasında pozitif yönde bir ilişki bulunmuştur ayrıca sanal zorbalığa uğradığını belirten ergenlerin yine başkalarına karşı sanal zorbalık yapma oranlarının daha yüksek olduğu bulunmuştur.

Sanal zorbalık kavramı ilerleyen iletişim teknolojileri neticesinde hayatımıza yakın zamanda dâhil olan bir kavramdır. Altundağ'ın (2016) çalışmasında lise öğrencilerinin problemlili internet kullanımıyla sanal zorbalığa uğrama ya da sanal zorbalık davranışında bulunma davranışları bağdaştırılmıştır. Bu çalışmada, sanal zorbalık kavramı Cyberbully filmi üzerinden incelenerek fiziki ortamda ve kişide ne türden değişikliklere sebep olduğu ortaya konmuştur.

Bu araştırma konusuyla alakalı ikinci çalışmayı Bavlı ve Pamuk (2013) yapmıştır. Çalışmada ergenlerin sanal zorbalık davranışları sınıf, cinsiyet ve öz-anlayış düzeylerine göre incelenmiştir (Bavlı ve Pamuk, 2013). Bu çalışmada ilk kez öz-anlayış kavramıyla bağdaştırılan siber zorbalık davranışının, farklı düzeylerde öz-anlayışlara sahip ergenlere göre değişiklik gösterip göstermediği incelenmiştir.

Araştırmada sadece sanal zorbalık davranışını gerçekleştiren ergenlerle çalışılmıştır. Bireyleri sanal zorbalık davranışına iten sebeplerin belirlenmesi ve açıklanması da bu noktada önem kazanmaktadır. Erkek ergenlerin kız ergenlere göre daha fazla siber zorba konumunda oldukları gözlenmiştir. Kız ergenlerin erkek ergenlere göre internete erişim imkânının daha sınırlı olabileceğine değinen Horzum (2011), durumun ayrıca toplumun kültürel alt yapısı ve durumuyla da ilgili olabileceğini aktarmıştır. Horzum (2011), erkeklerin internet kafe ortamlarında daha fazla zaman geçirdikleri varsayımından yola çıkmıştır. Araştırmanın gerçekleştirildiği 2012 yılında da yine Türkiye'de bilgisayar ve internet kullanan erkeklerin kadınlardan daha fazla olduğu bilinmektedir (TÜİK, 2012). Bu veriler ışığında kadın ve erkek sanal zorbalık davranışlarının birçok etkene göre değişkenlik gösterdiği bulunmuştur. Yüksek öz-anlayışa sahip ergenlerin sanal zorbalık yapma oranının düşük olanlara göre daha fazla olduğu sonucuna varılmıştır.

Sanal zorbalık, farkındalığın arttırılması gereken siber kavramlardan biri olarak gün geçtikçe daha sık telaffuz ettiğimiz ve duyar olduğumuz bir kavram haline gelmiştir. Bavlı ve Pamuk'un (2013) çalışmasında siber zorbalık davranışı cinsiyet sınıf ve öz-benlik anlayışıyla bağdaştırılarak veriler analiz edilmiştir. Bu çalışmada ise siber zorbalığa uğrayan kadın bir ergenin davranışları incelenmiş ve bu doğrultuda öneriler ile yorumlar getirilmiştir. Film analizi yöntemiyle, kişinin hangi durumlarda siber zorbalık davranışına maruz kaldığını anlayabilmemiz açısından kaynaklık edecektir. Ayrıca siber zorbalığı gerçekleştiren kişinin iç dünyasından ziyade, maruz kalan bireyin iç dünyası araştırmaya konu edilmiştir.

Bu konuyla alakalı bir diğer çalışma Aksaray (2011) tarafından yapılmıştır. Çalışmada zorbalık kavramından siber zorbalık kavramına geçiş aktarılmış ve zorbalık kavramı ile siber zorbalık kavramlarının farkları ortaya konmuştur. Psikolojik yönden bu kavramlar açıklanmış ve etkileri, yaygınlığı ve yaş ve cinsiyet gibi demografik kavramlarla bağdaştırılarak siber zorbalığa genel bir bakış açısı sağlanmıştır (Aksaray, 2011).

Siber zorbalık kavramı teknolojiyle hayatımıza giren bir olgu olmasına rağmen sanal mecrada oldukça yaygın bir kullanım alanına sahiptir. Geleneksel akran zorbalığı ile benzer yönleri olduğu gibi birçok farklı yönü de bulunmaktadır. Çalışmada siber zorbalık olgusunun akran zorbalığından en büyük farkının gizlilik unsuru olduğuna dikkat çekilmiştir. Saldırgan konumundaki kişinin anonim olmasının, zorlama ve manipüle etme gibi konularda daha ısrarcı olabilmesine neden olduğuna değinilmiştir. "Geleneksel akran zorbalığı daha çok okul saatleri içinde oluşmakta kurban eve dönünce eziyet görmekten kurtulmaktadır. Oysa siber zorbalıkta zorba kurbanına her türlü elektronik iletişim araçları ile ulaşabildiği için günün her saatinde zorbalık devam etmektedir". (Patchin ve Hinduja, 2006; akt. Aksaray, 2011). Özellikle okul çağındaki çocukların teknoloji ile daha ilgili ve iç içe olmasından dolayı siber zorbalıktan daha fazla etkilendikleri varsayımıyla, ailelerin konuyla alakalı bilinçlenmeleri gerektiğine dikkat çekilmiş ve güvenliğin sağlanabilmesi açısından ne gibi davranış veya kontrollerde bulunulabileceğine dair öneriler sunulmuştur.

Aksaray'ın (2011) çalışmasında akran zorbalığı ve siber zorbalık kavramları birbiri ile ilişkilendirilerek incelenmiştir. Bu çalışmada ise akran zorbalığı tamamen farklı bir boyutta ve konunun dışında bırakılarak daha teknolojik bir yaklaşımla sadece sanal zorbalık kavramına yoğunlaşmıştır. Çalışmada gelişen teknolojik imkânların sıklıkla kullanıldığı, bir genç kızın hayatını konu alan film seçilerek, maruz kalınan zorbalığın boyutları ve sürekliliği konusunda bir farkındalık oluşturularak ailelere neler yapabilecekleriyle alakalı bazı öneriler sunulmuştur.

Bu araştırmayla alakalı bir diğer çalışmayı Ciminli ve Kağan (2016) yapmıştır. Ergenlerin sanal zorbalık davranışları empati olgusuyla ilişkilendirilerek değerlendirilmiştir. Çalışmada empati duygusu yüksek öğrencilerin sanal zorbalık ve sanal mağduriyet davranışlarının daha az düzeyde olduğu belirlenmiştir.

Teknolojinin hayatımızın tamamına nüfuz ettiğini bildiğimiz bu yeni yüzyılda, okul çağındaki ergenlerin teknolojiyi ergin bireylerden daha sık kullandığını görmekteyiz. Gerçekleştirilen çalışmada da ergen bireylerin sanal mecralarda yaygın hale gelen davranışlardan, sanal zorbalığa ne kadar yakın oldukları ve bu davranışın empati açısından gelişmişlikleriyle ilişkilendirilmesi gerçekleştirilmiştir. Empati duygusu en basit tabiriyle kişinin kendisini bir başkasının yerine koyabilme yetisidir (Dökmen, 1988; akt. Ciminli ve Kağan, 2016). Empati yönünden gelişmiş kişilerin de karşılardaki insana zarar vermesi veya onu mağdur durumuna düşürmesi, genel kanıyla aynı yönde bulunmuş çalışmada da bu yönde bir sonuca varılmıştır. Sanal ortamların getirdiği uzaklık etkeni devreye girdiğinde kişi karşısında mağdur konumunda bulunan bir diğer kişiyi anlama ve onunla aynı düşünceleri deneyimleyebilme noktasında eksik kalacaktır (Kağan ve Ciminli, 2016). Maddi uzaklıktan doğan bu mesafe ise kişide anonim olduğu için bir rahatlama yaratarak daha düşüncesizce davranabilmesine sebep olabilmektedir. Sanal zorbalık ve sanal mağduriyet kavramlarının empati davranışıyla negatif bir ilişkisi olduğu bulunmuş ve empati duygusu gelişmemiş bireylerin sanal zorbalık davranışını gerçekleştirirken daha az rahatsız olduğu sonucuna varılmıştır.

Çalışmada lise öğrencilerinin empati davranışı etken olarak alınmış ve sanal zorbalık kavramıyla arasındaki ilişkinin negatif yönde olduğu belirlenmiştir. Bu çalışmada ise sanal zorbalık kavramı empati ile bağdaştırılmadan farklı bir olgu olarak ele alınması ve davranışın gündelik yaşam pratiklerine etkisi araştırılmıştır. Gençler arasında yaygın olduğu bilinen bu davranışın ortaya çıkardığı durumlar ve olaylar incelenerek analiz gerçekleştirilmiştir.

Konuyla alakalı bir diğer çalışma İnam ve Öztürk'e (2018) aittir. Çalışmada öğretmen adaylarının sanal zorbalık algıları değerlendirilmiştir. Sanal zorbalık kavramının her geçen gün yaygınlaşmasıyla öğrencilerin sanal zorba olup olmadıkları ya da sanal zorbalığa maruz kalıp kalmadıkları da önem kazanmaktadır. Teknolojinin yol açtığı tehlikelerden biri olan bu davranışın belirlenmesinde ise öğretmenlerin ve ailelerin büyük bir payı bulunmaktadır. Çalışmada eğitim fakültesi öğrencilerinin sanal zorbalıkla alakalı farkındalıkları ortaya konulmuştur. Sosyal medya kullanım pratikleriyle sanal zorbalık davranışının arasında herhangi bir açıdan ilişki bulunmadığı görülmüştür. Öğretmen adaylarının uzmanlaştıkları branşlara göre ise, siber zorbalık algılarında anlamlı bir farklılık olduğu sonucu elde edilmiştir. Müzik eğitimi alan öğretmen adaylarının siber zorbalığa dair farkındalıklarının yüksek olduğu bulunmuştur. Çalışmada Ayas ve Horzum (2011) tarafından geliştirilen Öğretmen Sanal Zorbalık Algısı Ölçeği kullanılmıştır. Çalışmada öğretmen adaylarının genel olarak algılarının yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Kadın öğretmen adaylarının sanal zorbalık algılarının erkek öğretmen adaylarına göre daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bölümlere göre sanal zorbalık algısının gelişmişliği ise

farklılık göstermektedir. Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi bölümünde öğrenim gören öğretmen adaylarının sanal zorbalık algılarının diğer bölümlere oranla daha yüksek olacağı düşünüldüğünde elde edilen verilerin ortalamasının orta seviyede olduğunu göstermiştir.

Gerçekleştirilen çalışmada örneklem olarak ele alınan eğitim fakültesi öğrencileri üzerinden uzmanlık alanlarına ve demografik özelliklerine göre siber zorbalık algıları değerlendirilmiş olup verilerin analizi gerçekleştirilmiştir. Gelecekte eğitimci olarak görev alacak kişilerin öğrencilerle bir arada bulunacakları için siber zorbalık algılarının yüksek olması beklenmektedir. Bu çalışmada ise siber zorbalık kavramı mağdur konumundaki kişi değerlendirilerek ele alınmış ve ortaya çıkabilecek sıkıntılı durumların belirtileri film örneği üzerinden saptanmıştır.

Konuyla alakalı bir diğer çalışma Arslan ve Yeşilyurt (2019) tarafından yapılmıştır. Araştırmada lise öğrencileri örneğinde, siber zorbalık mağduru olma ya da siber zorbalığı uygulayan durumunda bulunmaları, demografik ve ailesel faktörlerle ilişkilendirilerek belirlenmiştir.

Çalışmada kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre daha az siber zorbalık davranışında buldukları ve bu davranışa maruz kaldıkları görülmüştür. Literatürde daha önce gerçekleştirilen çalışmalarda da kız öğrencilerin lehine sonuçlar elde edildiği bilinmektedir. Sınıflara göre sanal zorbalık oranları değerlendirildiğinde ise anlamlı bir farklılık elde edilememiş ve sanal zorbalık davranışının öğrencilerin sınıfları ile ilgisinin bulunmadığı sonucuna varılmıştır. Öğrencilerin aile düzeyleriyle ilişkilendirilen sanal zorbalık davranışının baskıcı aile tutumuna sahip öğrencilerde demokratik aile tutumuna sahip olanlardan daha çok gerçekleştirildiği görülmüştür. Ailelerin gelir düzeylerine göre de farklılık gösteren siber zorbalık davranışının ortaya çıkmasında birçok faktör etkilidir. Çalışmada da siber zorbalık davranışının hangi değişkenler neticesinde şekillendiğine dair bulgular sunulmuştur. Okul çağındaki gençlerin sanal mecraları yoğun kullanıyor olması öğretmenlere ve ailelere büyük sorumluluklar yüklemekte ve sanal mecralarda geçirilen zamanların kontrol edilmesini gerektirmektedir. Savunmasız konumda kalabilecek olan ya da bir başkasına siber mağduriyet yaşatabilecek olan ergenlerin denetimleri ve konuyla alakalı farkındalık geliştirmeleri bu sebepten dolayı oldukça önemlidir.

Çalışmada ergenlerin siber zorbalık davranışları, aile ve demografik bilgilerle karşılaştırılarak ele alınmıştır. Ailenin tutumunun siber zorbalık davranışını hangi yönde etkilediği ve gelir durumuna göre öğrencilerin bu davranışı gerçekleştirme potansiyelleri arasında bir ilişki aranmıştır. Bu çalışmada ise siber zorbalığın arkasındaki sebepler değil, siber zorbalık davranışı ortaya çıktığında mağduru nasıl bir tavır takındığı ve nelere dikkat etmemiz gerektiği gibi konulara değinilmiştir.

Konuyla alakalı bir diğer çalışma Aydın ve Seferoğlu (2020) tarafından yapılmıştır. Çalışmada üniversite öğrencilerinin sanal zorbalık davranışlarıyla nasıl başa çıktıklarını araştırmışlardır. Sosyal medya ortamlarında, telefon veya e-maile gerçekleştirilen sanal zorbalık davranışıyla karşılaşan üniversite öğrencilerine görüşme yöntemiyle hangi tepkilerde bulunacakları sorusu yöneltilmiştir.

Çalışmada üniversite öğrencilerinin sosyal medyada kendilerine ait küçük düşürücü bir fotoğrafın başka biri tarafından yayımlandığında nasıl davranacakları, sosyal medya hesaplarının şifreleri çalındığında bu sorunu nasıl çözecekleri, kimliği gizli kişiler tarafından gönderilen rahatsız edici mesajlar aldıklarında kime başvuracakları gibi sorular sorulmuştur. Öğrenciler bu gibi durumlarla karşılaştıklarında çoğunlukla polise başvuracaklarını belirtmişlerdir. Kimliği gizli kişilerden gelen tehdit mesajları ve fiziksel şiddet uygulanacağını belirten mesajlar alındığında, öğrenciler yine polise başvuracakları cevabını vermişlerdir. Üniversite öğrencileri kendileriyle alakalı uygunsuz ve utanç verici bir fotoğrafın sosyal medyada paylaşılması durumunda ise sanal zorbalığı gerçekleştiren kişiyle yüz yüze görüşerek konuşabileceklerini aktarmışlardır. Yazarak kendisini ifade edemeyeceğini düşünen kişiler sıklıkla bu yola başvurmaktadır. Sosyal medya hesaplarının şifrelerinin çalınması durumunda ise öğrenciler büyük çoğunlukla durumu yakınlarına ve ailelerine anlatacaklarını belirtmişlerdir. Kişileri haberdar etme daha sonra hesapta yapılacak değişikliklerin sanal zorbalığı gerçekleştiren kişi tarafından gerçekleştirildiği bilgisini içermektedir. Çalışmada sanal zorbalık davranışıyla karşılaşıldığında en sık getirilen çözüm önerisi polise veya savcılığa başvurmak olarak bulunmuştur. Bu doğrultuda üniversite öğrencileri arasında sanal zorbalık davranışıyla alakalı farkındalık oluşturduğu sonucuna varılmıştır.

Çalışmanın evrenini üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Görüşme yöntemiyle elde edilen verilerin gerçekleşmemiş bir olaya karşı nasıl tavır alınacağıyla ilgilidir. Bu çalışmada ise sanal zorbalık davranışı geliştiğinde nasıl davranıldığı örnek üzerinden değerlendirilmiştir.

Konuyla alakalı bir diğer çalışma Horzum ve Ayas (2013) tarafından yapılmıştır. Çalışmada rehber öğretmenlerin sanal zorbalık farkındalıkları çeşitli değişkenlere göre incelenmiştir. Psikolojik danışmanların cinsiyet, kıdem yaş ve diğer branşlarda çalışan öğretmenlere göre farkındalıkları elde edilen verilere göre değerlendirilmiştir.

Çalışmada Milli Eğitim Bakanlığı'nda görev yapan 180 öğretmenin sanal zorbalık farkındalığını ölçmek için Ayas ve Horzum (2011) tarafından geliştirilen "Öğretmenlerin Sanal Zorbalık Farkındalık Ölçeği" kullanılmıştır. Araştırmada kadın rehber öğretmenlerin sanal zorbalık farkındalığının erkek öğretmenlerinden daha fazla olduğu bulunmuştur. Empati yeteneği ile bağdaştırılan farkındalık kadın öğretmenlerde daha yüksektir. Rehber öğretmenlerin yaşları arttıkça sanal zorbalık kavramıyla alakalı farkındalıklarında da düşüş olduğu görülmüştür. Teknolojiyle iç içe olan genç kesimin, sanal ortamları daha etkin ve bilinçli kullandığından yola çıkılırsa bu sonuç olağan görülebilir. Kıdeme göre sanal zorbalık davranışı ise ters orantılı şekilde gelişmiştir. Kıdemi 1-5 yıl arasında

olan rehber öğretmenlerinin sanal zorbalık farkındalıkları, daha fazla kıdemi olan öğretmenlere göre yüksektir. Mesleğe yeni başlamış kişilerin farkındalığının yüksek olması yine teknolojiyi yakından takipleri ve lisanslarını yeni bitirmiş olmalarıyla bağdaştırılmıştır. Psikolojik danışmanlık yapan öğretmenlerin sanal zorbalık farkındalıkları, diğer branşlarda çalışan öğretmenlere göre daha yüksek bulunmuştur. Öğrencinin geleneksel ya da sanal zorbalığa maruz kaldığında, rehber öğretmenlerin diğer okul personeline göre daha fazla ilgili olması gerekmektedir. Öğrencinin davranışlarını anlamlandırma ve kendini ifade etmesi açısından rehber öğretmenlerin sorumlulukları diğer personele göre daha yüksek olmalıdır.

Çalışmada, mesleğini icra eden rehber öğretmenlerin sanal zorbalık farkındalıkları farklı değişkenler açısından incelenmiş ve öneriler sunulmuştur. Bu çalışmada, sanal zorbalık kavramı, maruz konumundaki kişinin davranışları değerlendirilerek ele alınmıştır. Görsel öğeler üzerinden analiz edilerek problemlenebilecek durumlar saptanmıştır.

Konuyla alakalı bir diğer çalışmayı Bilal (2012) yapmıştır. Çalışmada sanal zorbalık kavramının ne olduğuna değinilmiştir. Sanal zorbalığın çocukları nasıl etkilediği, hangi grupların sanal zorbalık kurbanı olma açısından risk taşıdığı gibi konulara değinilmiştir. Konuyla ilgili olarak anne ve babaların neler yapabilecekleri ve okuldaki personelin ne yapabileceğine yönelik öneriler getirilmiştir.

Çalışmada çocukların sanal zorbalık davranışında bulunmasının sebeplerinin tek bir yanıtı olmayacağına değinilmiştir. Kızgınlık, intikam ve engelleme duyguları sanal zorbalık davranışının temel sebepleri olarak belirtilse de çocukların derslerden geriye kalan zamanlarını ne şekilde değerlendireceklerini bilmiyor oluşları da can sıkıntısını tetikleyerek siber zorbalık davranışına yönelmelerine sebep olabilmektedir. Çalışmada siber zorbalık davranışının mağdur üzerinde ciddi etkileri olduğu aktarılmıştır. Mağdur konumundaki kişi siber zorbalığa maruz kaldığında benlik saygısı düşmekte, kendine zarar verme eğilimi artmakta ve depresyon gibi psikolojik rahatsızlıklar geçirmesi daha olası hale gelmektedir. Mağdur konumundaki kişi, endişeli olduğundan ve baskı altında hissettiğinden dolayı reel hayattan soyutlanabilmekte ve birçok aktiviteden kendisini geri çekme eğilimi gösterebilmektedir. Bu durum meydana geldiğinde kurban etrafındaki kişilerle iletişime geçmekten çekindiği için, içerisinde bulunduğu zor durumu paylaşamaz ve bu durum mağdur açısından çok daha zor bir hale gelir. Sanal mağdurluk açısından riskli gruplar ise; interneti sık kullanan kesim olarak belirlenmiştir. İnternet ortamında sıkça zaman geçirdiğini bildiğimiz grupların başında ise 13-19 yaş aralığındaki kesim gelmektedir. Sosyal paylaşım sitelerinde edinilen hesapların yaklaşık 40 milyonunu bu gruptaki kişiler oluşturmaktadır (Corbet, 2010; akt. Bilal, 2012). Benlik algısı henüz gelişmemiş ergenler açısından tehdit büyüktür.

Çalışmada siber zorbalık kavramı açıklanarak riskli gruplara değinilmiş ve siber zorbalığa maruz kalmamak için yapılabilecekler açıklanmıştır. Bu çalışmada ise siber zorbalığa maruz kalan bireyin davranışları analiz edilerek değerlendirilmiştir.

Sanal zorbalıkla alakalı bir diğer çalışmayı Gölpek Sarı ve Seferoğlu (2019) yapmıştır. Çalışmada ortaokul öğrencilerinin sanal zorbalık yapma ve sanal zorbalığa maruz kalma durumları incelenerek sanal zorbalıkla alakalı farkındalıkları ölçülmüştür.

Çalışmada sanal zorbalık yapma ve mağduriyet demografik etkenler açısından incelenmiştir. Araştırmada Ayas ve Horzum (2010) tarafından geliştirilen Sanal Zorba/Mağdur Ölçeği ve Sanal Zorbalık Farkındalık Ölçeği kullanılmıştır. Daha önce sanal zorbalık farkındalığı eğitimi alan öğrencilerin sanal zorbalık yapma ve sanal zorbalığa maruz kalma düzeyleri düşük seviyede bulunmuştur. Öğrencilerin sanal zorbalık farkındalıkları da sanal zorbalık kurbanı olma ya da sanal zorbalık davranışında bulunmalarının aksine yüksektir. Kız öğrencilerin sanal zorbalık seviyeleri erkek öğrencilerden daha azdır. Yine kız öğrencilerin sanal zorbalık farkındalıkları erkeklerden daha fazla bulunmuştur. Sanal zorbalığa maruz kaldığını düşünen kesim erkeklerde olduğu gibi farkındalık açısından daha az bilgiye sahip olan kesimin erkek öğrencilerden oluşması birbirini tamamlar niteliktedir. Cep telefonu kullanımları açısından sanal zorbalık ele alındığında, cep telefonunu internete girmek için kullanan öğrencilerin, cep telefonunu bu amaçla kullanmayan öğrencilere göre daha riskli grupta olduğu belirlenmiştir. Cep telefonu kullanımının aileler tarafından kontrol edilmesi ve çocuğun bilinçlendirilmesi bu noktada önem kazanmaktadır. Çalışmada sanal zorbalık farkındalığı yüksek olan öğrencilerin dolayısıyla sanal zorbalığı gerçekleştirme düzeyleri de düşük bulunmuştur.

Çalışmada sanal zorbalık kavramı ortaokul öğrencilerinin farkındalıkları ve bu davranışı gerçekleştirip gerçekleştirmedikleri gibi konularla ilişkilendirilmiştir. Cep telefonu bilgisayar kullanımı noktasında ailelerin kontrol ve denetimlerinin önemi aktarılmıştır. Bu çalışmada ise sanal zorbalığın gerçekleşmiş olduğu durumda mağdurun rolüne ve psikolojisine odaklanılarak çözüm önerileri getirilmiştir. Davranışsal dışavurum ve mekânın önemi dikkate alınarak veriler değerlendirilmiştir.

YÖNTEM

Bu araştırmada yöntem olarak nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma yöntemi, pozitivist düşünce yaklaşımından ve nicel araştırma yöntemlerine getirilen eleştirilerden dolayı insanı anlamak ve aktarabilmek için sosyal bilimler alanında daha sık kullanılmaya başlamıştır (Aydın, 2018). Nitel araştırma, istatistiki yöntemler veya diğer nicelik belirleyen prosedürlerle ulaşılamayan bulgulardan elde edilen verilerle oluşturulan bir yöntemdir (Strauss ve Corbin, 1990; akt. Tarkun, 2000). Nitel araştırmada bilgiye tümevarım yöntemi ile

ulaşılmaya çalışılır (Özdemir, 2010). Üzerinde çalışılan konuya dair bulgular, deneme ya da tekrar etme şansı olmadan toplanır ve değerlendirilerek tüme varım yöntemiyle bir çıkarımda bulunulur. Araştırmada elde edilen veriler fotoğraflar, ses kayıtları gibi dijital verilerden oluşabilirken ayrıca görüşme, doküman, rapor, gözlem gibi birçok farklı çeşitle toplanabilir ve derinlemesine incelenerek tanımlanmaları sağlanabilir (Creswell, 2012). Bu araştırma türünde ele alınan problem kendi bağlamında kalınarak yorumlayıcı ve eleştirel bir yaklaşımla incelenir (Baltacı, 2019). Nitel araştırmaların felsefi temelleri derindir ve nitel araştırmaların ağırlığı araştırmacıların yoğun çaba sarf etmelerini ve uzun süreli bir çalışma gerçekleştirilmesini gerekir (Çelik, Baykal ve Memur, 2020).

Problem Cümlesi

Genç bireyler sanal ortamlarda sanal zorbalığa maruz kaldıklarında nasıl davranışlar sergilerler?

Alt Problemler

1. Ergenler siber zorbalığa uğradıklarında davranışları değişiklik gösterir mi?
2. Kişi aynı zamanda hem siber zorba hem de siber zorbalık mağduru olabilir mi?
3. Sosyal medyayı görece daha aktif kullanan kişiler sanal zorbalığa daha fazla mı maruz kalır?
4. Siber zorbalığa maruz kalan kişi içine kapanık biri haline mi gelir?
5. Siber zorbalık mağduru kişi kendine nasıl zararlar verebilir?

Araştırma Modeli

Çalışmanın genelinde nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırmaların çalışma prensibi yerinde elde edilen verileri derlemeyi, onları anlamlandırarak yorumlamayı içerir. Peirce'nin (1982) bulduğu Göstergebilimsel yöntem kullanılarak film üzerindeki veriler analiz edilmiş ve elde edilen imgesel bulgular yorumlanmıştır.

Evren

“Bir araştırma sürecinde araştırma problemine uygun araştırma yönteminin belirlenmesinden sonra araştırma evreninin belirlenmesi gelir” (Özen ve Gül, 2010, s.395). Evren, gözlenecek alandaki bireylerin oluşturduğu topluluktur ve örneklemin temsil ettiği sonuçların genellendiği alanı ifade eder (Yücel Toy ve Güneri Tosunoğlu, 2007). Bu araştırmanın evrenini sanal zorbalığa maruz kalan ergenler oluşturmaktadır.

Örnekleme

Örnekleme evreni temsil etmek için farklı tekniklerle çalışılarak üzerinde araştırma yapılan grubu ya da kesiti ifade etmektedir. “Seçilmiş bireyler örneklemin içinde yer alarak bir evrendeki büyük grupları temsil eder” (Özen ve Gül, 2007, s.397). Gerçekleştirilen araştırma için de bir örnekleme gereklidir. Bu araştırmanın örneklemini Cyberbully filminde sanal zorbalığa maruz kalan genç kız oluşturmaktadır.

Veri Toplama Aracı

Çalışmada veri toplama aracı olarak Peirce'nin (1982) göstergebilimsel yöntemi kullanılmıştır. Filmden elde edilen sekanslardaki imgeler çözümlenerek gösteren, gösterilen ve göstergeler incelenerek açıklanmıştır. Peirce, (1982) gösterilenin bir nesneden daha fazlasını ifade ettiğini belirtir. Göstergelyi kullanırken oradan anlaşılan şey gösterilenin kendisidir. Gösteren, gösterilene zemin oluşturduğundan, iki kavram arasındaki ilişkisellik kişinin algılaması ve anlamlandırmasını ortaya çıkarır (Bircan, 2015).

Varsayımlar

1. Ergenlik çağındaki bireyler sosyal medyayı diğer yaş gruplarına göre daha fazla kullanırlar.
2. Ergen bireyler sosyal medyayı fazla kullandıkları için sanal zorbalığa maruz kalma ya da sanal zorbalık uygulama olasılıkları daha fazladır.
3. Erkek ergenler sanal zorbalığa maruz kalma ve uygulama noktasında kadın ergenlerden daha aktiftirler.
4. Sanal zorbalığa maruz kalan kişinin davranışlarında değişim gözlemlenir.
5. Sanal zorbalığa uğrayan kişinin güvenliğe ve yardıma ihtiyacı vardır.

Sınırlılıklar

Çalışmanın örnekleme filmde rol alan ergen ile sınırlıdır. Çalışmada yer alan veriler film süresinde izleyiciye aktarılanlarla sınırlıdır.

Tanımlar

Bu çalışmada önemli olan kavramların tanımları şu şekildedir:

Sosyal Medya: İletişim teknolojilerinin gelişimiyle, günümüzde insanların fotoğraf, video, ses ve yazı gibi paylaşımlar yaptığı ve diğer kullanıcılarla etkileşimde buldukları uygulama veya platformları temsil etmektedir.

Sanal Zorbalık: Telefon, bilgisayar veya tablet gibi teknolojik aletlerin iletişim aracı olarak kullanıldığı sanal ortamlarda, kötü amaçlı kişilerin karşılarındaki bir diğer kişiye taciz, baskı, şantaj gibi yöntemlerle zorbalık uygulaması ve kişiyi rahatsız etmesi anlamına gelir.

Sanal Mağdur: Sanal zorba tarafından sanal ortamlarda baskı, psikolojik şiddet ve diğer benzer yöntemler kullanılarak rahatsız edilen kişiyi ifade etmektedir.

Mahremiyet: Normal hayatta veya sanal dünyada kişinin gizlilik hakkını ifade eder. Kişinin hayatındaki gelişmelerin diğer kişiler tarafından ne kadar bilinmesi gerektiğine kişinin kendisi karar vermektedir ve daha fazlası diğer kişilerle paylaşırsa, kişinin mahremiyeti ihlal edilmiş olur.

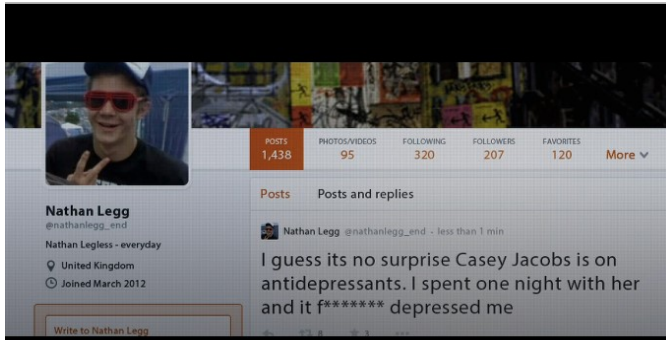
BULGULAR

Cyberbully (2015) filminde lise çağında bir genç kız olan Casey'in siber zorbalık davranışına maruz kalışı ve bu davranış karşısında nasıl eylemlerde bulunduğu anlatılmaktadır. Film, Casey'in odasına girmesiyle ve ardından hemen müzik açarak dans ettiği sahneye başlamaktadır. Neşeli bir halde bilgisayar karşısına geçen Casey'i izleyici bilgisayarının kamerasından görmektedir. Gerçeklik algısının arttırılması bakımından, film boyunca sahnelerin bazıları Casey'in web camından verilmektedir. Casey, bilgisayarın başına oturduktan sonra sosyal medyada eski erkek arkadaşının kendisi ile ilgili uygunsuz cümleler yazan bir yazı paylaştığını en yakın arkadaşı Megan tarafından öğrenmektedir.

Kendisiyle ilgili paylaşımı gören Casey, eski erkek arkadaşı Nathan'dan intikam almak amacıyla daha önceden hackerlik yaptığı bilinen Alex ile iletişime geçmektedir. Skype uygulaması üzerinden Casey ve Megan konuşmalarına Alex'i de ekleyerek üçü görüntülü şekilde sohbet ederler. Casey ve Megan Alex'ten, Casey'nin eski erkek arkadaşı Nathan'ın sosyal medya hesabını hacklemesini isterler fakat Alex bu teklifi kabul etmez. Ardından görüntülü konuşma kapandıktan sonra Alex, Casey'e yardım edebileceğini yazar ve Nathan'ın sosyal medya hesabının bilgilerini Casey'e verir. Casey ise eski erkek arkadaşı olan Nathan'dan intikam almak için, sosyal medya hesabında uygunsuz ve aşağılayıcı yazılar paylaşır. Daha sonrasında ise Casey, kendine hackleme konusunda yardım eden kişinin Alex olmadığını anlar. Casey'in Alex olduğunu düşünerek konuştuğu kişi, farklı biridir ve Casey bu durumu anladığında ona sanal zorbalık uygulayarak şantajda bulunur. Casey ise karşılaştığı bu sanal zorbayla saatlerce konuşur ve onun zorla yaptırmaya çalıştığı şeyleri yapmamak ve durumu ailesinin öğrenmesini önlemek için çaba sarf eder.

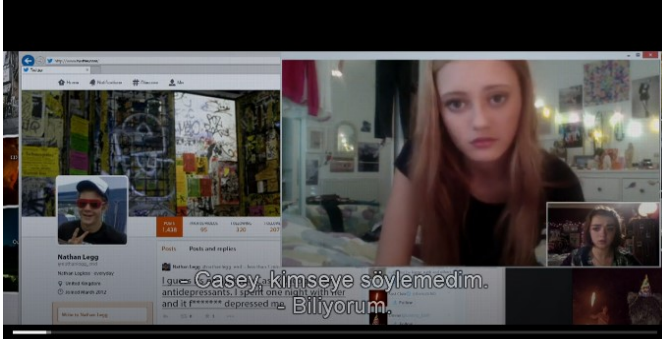
Siber zorba, filmin sonunda Casey'den başka bir genç kıızı intihar etmeye sürüklediği sebebiyle intikam almaya çalıştığını açıklar. Casey'e cinsel içerikli fotoğraflarını başkalarıyla paylaşmamak için, her fotoğraf başına bir ilaç içmesini söyler. Bu şekilde Casey'i intihar etmeye zorlar ve genç kız bu durumu kabul edemeyeceğini ve sanal zorbaya ne isterse yapabileceğini söyleyerek üzerindeki baskı ve şiddetten kurtulur. Ardından ağlayarak tek ebeveyni olan babasına seslenir ve durumu anlatmak için bekler.

Sanal zorbalık davranışının incelendiği bu çalışmada, film üzerinden ilgili sahneler seçilerek göstergebilimsel analiz yoluyla incelenmiştir. Sahnelerde mevcut; ikon, simge ve belirti örnekleri bulunarak açıklanmıştır.



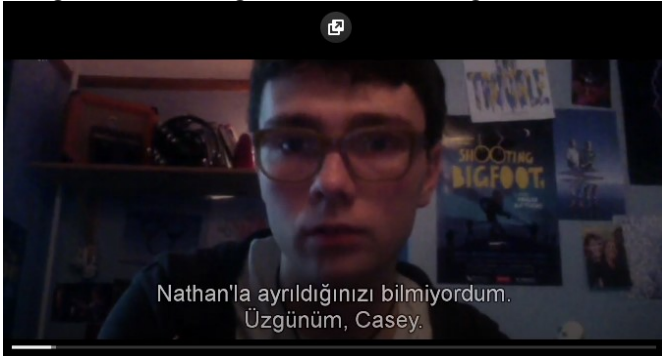
Sahne 1: Cyberbully Filmi 02. Dakika 49. Saniye

Görselde Casey'nin eski erkek arkadaşı Nathan'ın sosyal medya profili görülmektedir. Paylaşımında Casey'i aşağılayarak uygunsuz sözler paylaşıldığı görülmektedir. Görselde Nathan'ın fotoğrafı bir ikon olarak Nathan'ın kendisini ve eğlenceli kişiliğini temsil etmektedir. Profilde kullanılan arka planda bulunan grafiti ise kaosu ifade eden bir belirdir. Nathan'ın hareketli ve canlı renklere ilgisi olduğunu ve karakterine de yansıdığı görülmektedir.



Sahne 2: Cyberbully Filmi 03. Dakika 11. Saniye

Görselde Megan ve Casey görüntülü konuşmaktadır. Görüntülü konuştukları pencerenin arka tarafında ise Nathan'ın profili açıktır. Megan'ın arka tarafında bulunan resim ve posterlerin arasındaki ışıklar, genç kızın hareketli ve eğlenceli biri olduğunun belirtisi olarak görülmektedir.



Sahne 3: Cyberbully Filmi 03. Dakika 48. Saniye

Görselde Alex görülmektedir. Arkasında The Shooting Bigfoot Belgeseli'nin afişi görülmektedir. Belgeselde ormanın içerisinde gizemli bir yaratığın izi sürülmektedir. Posterin yanı sıra sembolün Alex'in arkasında yer alması ise, Alex'in esrarengiz olaylara ve durumlara ilgi duyduğunu göstermektedir. Poster, filmin bu sahnesinde gizliliği ve anonimliğin simgesi olarak kullanılmıştır.



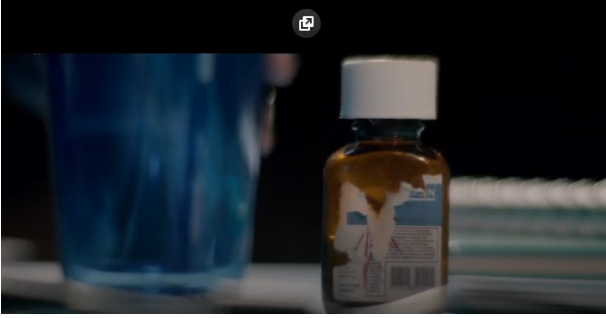
Sahne 4: Cyberbully Filmi 04. Dakika 52. Saniye

Görselde bilgisayar karşısında rahat bir şekilde oturan Casey ve duvarda asılı olan uyarı levhası dikkat çekmektedir. Göstergesel bir sembol olarak kullanılan levhada, bomba sığınakları anlamına gelen "Raid Shelter" uyarısı görülmektedir. Bu sembolden yola çıkarak, Casey'in odasının duvarına bu levhayı asmasının, odasını kendi güvenli alanı olarak algılaması olduğunu görmekteyiz. Dış dünyadan soyutlandığı ve tüm tehlikelerden kaçabileceği nihai alan olarak odasını görmektedir.



Sahne 5: Cyberbully Filmi 05. Dakika 59. Saniye

Görselde ilahi bakış açısıyla, Casey'nin odası görülmektedir. Arkada açık olan kapıdan odaya ışık sızmaktadır ve bu ışık, güvenliği ifade etmektedir. Işık figürü burada bir belirti olarak, güvende olmayı çağrıştırmaması bakımından kullanılmıştır.



Sahne 6: Cyberbully Filmi 05. Dakika 59. Saniye

Görselde hastalığı ve ölümü ifade eden ilaç ikonu kullanılmıştır. İlacın üzerindeki ambalajın yırtık olması, yaşanan sıkıntılı durumların bir dışavurumu olarak ele alınmaktadır. Kadrajda tek net bölge olarak ele alınan ilaç şişesi, izleyicinin dikkatini flu bölgeden ziyade ilaç şişesinde yoğunlaştırmış ve dramatizmi arttırmak amacıyla kullanılmıştır.



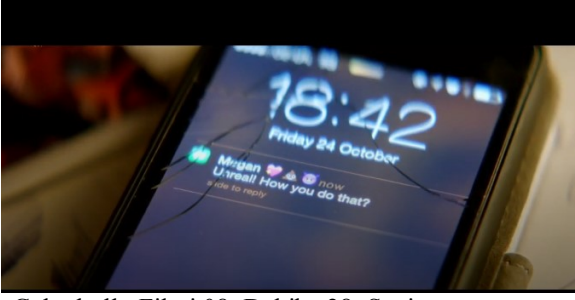
Sahne 7: Cyberbully Filmi 06. Dakika 35. Saniye

Görselde Casey ve Megan'ın fotoğrafı yer almaktadır. Fotoğraf, kişilerin gerçekliklerini temsil etmektedir. İkon olarak ele alınan fotoğrafta arkadaşların mutlu oldukları ve birbirlerine olan yakınlıkları göze çarpmaktadır.



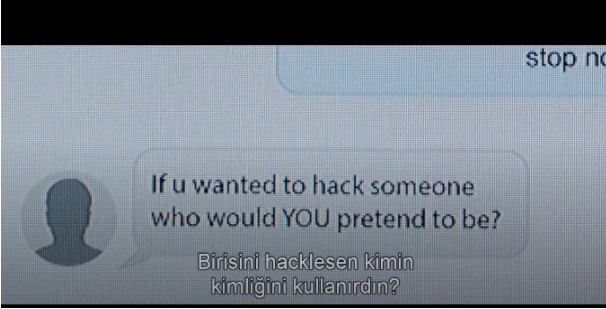
Sahne 8: Cyberbully Filmi 07. Dakika 26. Saniye

Sahne Casey'nin kullandığı bilgisayarın klavyesi teknolojinin bir ifadesi olarak ele alınmıştır. Teknolojinin etkileşimli yapısı üzerinde şekillenen bu sembol türü kişinin bağlantıda olma, çevrimiçi olma anlamını ifade etmektedir.



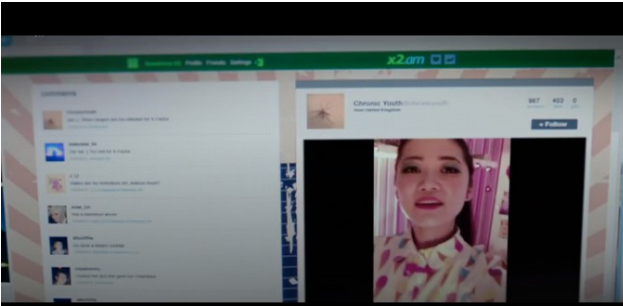
Sahne 9: Cyberbully Filmi 08. Dakika 28. Saniye

Sahne Casey'nin siber zorbayla konuşurken ondan gizlediği telefonu görülmektedir. Telefon bir belirti olarak iletişimi, gelişen teknolojiyi ve film doğrultusunda hızla yayılan haberlerin çevrede nasıl yankı bulduğunu aktarmaktadır. Ayrıca görselde yer alan inanılmaz ifadesi, mesajı gönderen kişi olan Megan'ın hayret ifadesinin dışavurumunun göstergesel sembolü olarak değerlendirilebilir.



Sahne 10: Cyberbully Filmi 10. Dakika 30.Saniye

Görselde yer alan kişi profili sinemasal anlatıda bir ikon olarak kullanılmıştır. Siber zorbanın Casey ile konuşurken kullandığı bu hesapta fotoğraf olmaması bilinmez ve anonimliğin bir tasviridir. Casey'nin konuştuğu siber zorba, sanal ortamın sağladığı anonim olma özelliği sayesinde zorbalık yaparken ifşa olmayacağını düşünmüş ve bu doğrultuda reel hayatta olduğundan daha rahat hareket etmiştir.



Sahne 11: Cyberbully Filmi 12. Dakika 58. Saniye

Görselde yer alan Jennifer Li, Casey tarafından siber zorbalığa maruz bırakılarak intihar eden okul arkadaşıdır. Sahne Jennifer Li şarkı söylemektedir. Gömleğinin üzerinde yer alan dondurma desenleri ikon olarak ele alınabilir niteliktedir. Dondurmalar Jennifer Li'nin çocuksu ruhunu ve eğlenceli yapısını ifade etmektedir. Arka fonda bulunan pembe yoğunluklu görsel ile bir belirti olarak ele alındığında kişinin çocuksu yapısını ifade etmektedir.



Sahne 12: Cyberbully Filmi 14. Dakika 16. Saniye

Sahnede kalabalık bir arkadaş grubuna sahip olan Megan'ın sosyal medya hesabında paylaştığı fotoğraflar yer almaktadır. Bu fotoğraflarda Megan'ın kendisi ve arkadaşları ikon olarak karşımıza çıkmaktadır. Fotoğraflardaki kişilerin mutlu oldukları görülmektedir. Sosyal medyada paylaşılan ve verilmek istenen mesaj, kişinin her zaman mutlu olduğuna dair bir izlenim yaratmaktadır.



Sahne 13: Cyberbully Filmi 15. Dakika 30. Saniye

Görselde Casey'nin bilgisayar ekranına aniden gelen uyarıcı ve korkutucu bir kişinin fotoğrafı yer almaktadır. Bu korkutucu görsel bir korku sembolü olarak kullanılmış ve bilgisayar karşısındaki kişide endişe uyandırması amaçlanmıştır. Bilgisayarın diğer ucundaki siber zorba, Casey'i korkutarak ondan kendi isteklerini yapma konusunda faydalanmayı amaçlamıştır.



Sahne 14: Cyberbully Filmi 15. Dakika 31. Saniye

Sahnede siber zorbalık mağduru konumundaki Casey yer almaktadır. Karşısında ise Siber Zorba ile bağdaştırıla bilgisayar belirtisi yer almaktadır. Bilgisayar burada teknolojiyi ve tehlikeyi tasvir etmekte, Casey'de oluşan panik hali ise durumu pekiştirmektedir. Casey'in bilgisayarla arasına koyduğu mesafe ise duyduğu korkunun boyutunu ifade eden bir belirtidir.



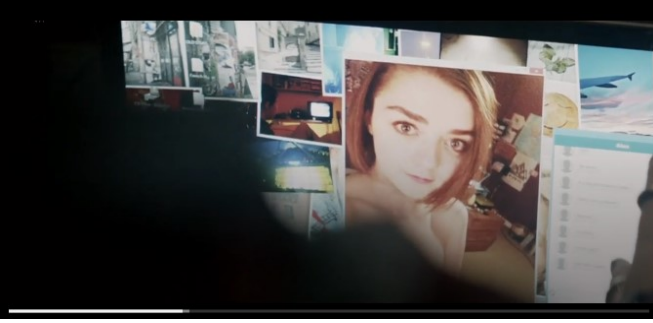
Sahne 15: Cyberbully Filmi 15. Dakika 58. Saniye

Kadrajın tamamında bilgisayarın kamerası ve hoparlörünün bulunduğu kısım yer almaktadır. Kamera ve mikrofon ikilisi burada siber zorbayı ve teknolojiyi temsil eden ikonlar olarak kullanılmıştır. Erişilebilirliğin mümkün olması ve mahremiyet algısının bu etkenler sebebiyle değişmesi durumuna dikkat çekilmektedir. Casey, kendi rızası dışında dinlenmekte ve görüntülenmektedir. Sanal zorba da bu imkana günümüzde kullanılan teknolojik aygıtlar sayesinde sahip olmuştur.



Sahne 16: Cyberbully Filmi 16. Dakika 16. Saniye

Casey'nin odasının ortasında durarak bilgisayara baktığı görülmektedir. Tüm odanın kadraja alınması ve Casey'nin sahne üzerinde küçük bir halde gösterilmesi sembol olarak ele alınmaktadır. Casey kendisini, görüntüden ve çekim açısından kaynaklanacak şekilde küçük ve yalnız hissetmektedir. Çok geniş bir alanı ifade eden odada Casey, yalnız ve çaresiz hissetmektedir.



Sahne 17: Cyberbully Filmi 16. Dakika 50. Saniye

Bilgisayar ekranının gösterildiği bu sahnede Casey'nin üstsüz olan fotoğrafı yer almaktadır. Çıplaklık unsuru burada cinsellikle bağdaştırılan bir belirti olarak kullanılmıştır. Cinsel hayatı ve mahremiyeti siber zorba tarafından ifşa edilmekle tehdit edilen Casey, burada kendisini bilgisayar ekranında görmekte ve endişeye kapılmaktadır. Kişinin özel yaşamının bir başkası tarafından ihlalinin sanal ortamda çok daha kolay şekilde gerçekleştirilebileceği bilinmektedir.



Sahne 18: Cyberbully Filmi 17. Dakika 03. Saniye

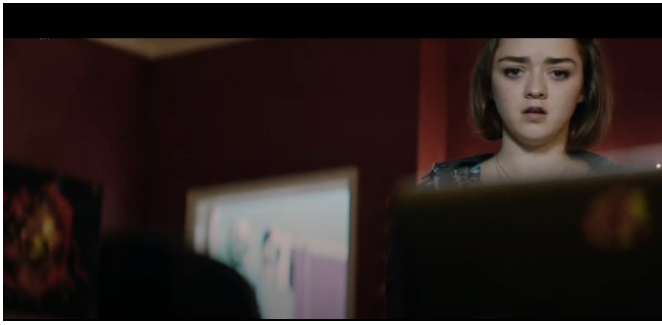
Sahnenin tam ortasında konumlandırılan akıllı telefon teknolojiyi ifade eden bir ikon olarak ele alınmıştır. Fakat telefonun ekranının kapalı olması ve telefonun halının üzerinde duruyor olması teknolojiye erişim imkânının kısıtlandığı ve engellendiği anlamını taşıyan birer belirti olarak da tespit edilmiştir.



Sesim kabız olmuş Stephen Hawking gibi.

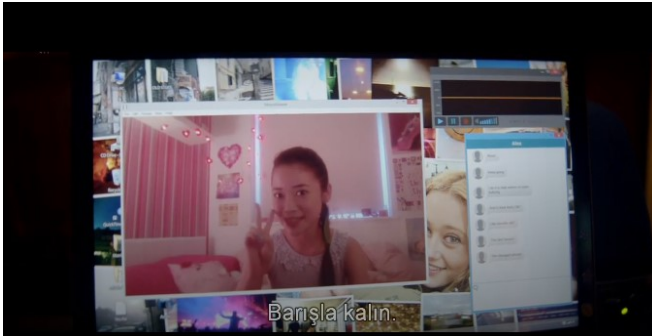
Sahne 19: Cyberbully Filmi 17. Dakika 44. Saniye

Casey'nin bilgisayarının tam üstünde konumlandırılan ve İlluminati topluluğunun bir sembolü olarak kullanılan poster dikkat çekmektedir. İlluminati adı verilen topluluğa ait olduğu iddia edilen bu sembolün manası, her yere ve her şeye nüfuz ettiklerini belirtmektedir. Bu posterin Casey'nin odasına yer alması ise, bilinmeyen kişiler tarafından izlendiği anlamını ifade etmektedir.



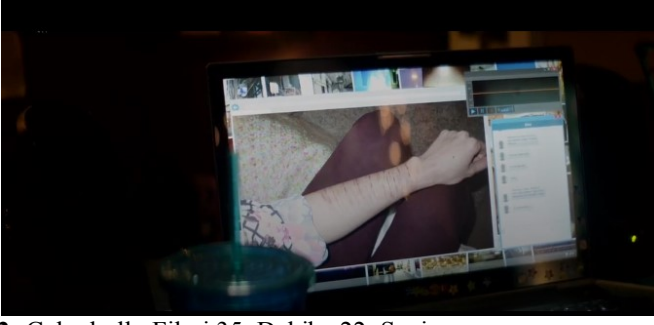
Sahne 20: Cyberbully Filmi 26. Dakika 06. Saniye

Sahne ışık, Casey ve bilgisayar görülmektedir. Işık, güvenli alanın bir sembolüdür. Casey'nin ise bilgisayar ve ışığın arasında yani güvenli bölge ile, tehlikeli bölge alanında kaldığı tasvir edilmektedir. Işığa arkası dönük olan Casey'nin burada endişeli bir halde bilgisayar ekranına kitlendiği görülmektedir. Burada ele alınan şey ise, nedensel bir ilişkiden doğan tehlike belirtisidir.



Sahne 21: Cyberbully Filmi 31. Dakika 35. Saniye

Sahne Jennifer Li'ye ait olan bir video açıktır. Li burada barış anlamına gelen hareketi yaparak barıştan yana olduğu mesajını veren bir sembol kullanmıştır. Siber zorba tarafından, Li'nin intihar etmesinin ardındaki kişi olduğu söylenen Casey'e ise bu videoyu izlettirmektedir. Siber zorba, bu barış yanlısı kızın görüntüsünü izleterek Casey'i vicdanen ve psikolojik olarak rahatsız etme çabasıdadır. Videonun arka kısmında yer alan kalp şeklindeki poster ise yine sevginin ve masumiyetin sembolü olarak kullanılmış ve Li ile bağdaştırılmıştır.



Sahne 22: Cyberbully Filmi 35. Dakika 22. Saniye

Sahne Jennifer Li'nin kolundaki jilet yaraları görülmektedir. Psikolojik ve fiziksel sağlığın yerinde olmadığı bir belirtisi olarak bu görsel kullanılmıştır. Hayat enerjisi yüksek ve sevgi dolu olan, barıştan yana olduğunu ifade eden Jennifer Li, internette kendisiyle ilgili kötü yorumlar ve zorbalık yapanlar sebebiyle sağlığını kaybetmiştir. Siber zorba ise bu görüntüyü Casey'nin bilgisayarına yansıtmış ve ona bu durumdan sorumlu olduğunu söylemiştir.



Sahne 23: Cyberbully Filmi, 39. Dakika 08. Saniye

Görselde, elinde nefret etmeyi durdurun yazan bir kağıtla Jennifer Li yer almaktadır. Pembe fonun önünde, beyaz renkli kağıdın varlığı saflığın bir belirtisi olarak kullanıldığını göstermektedir. Saflığı simgeleyen kağıdı ise intihar eden Jennifer kameraya göstermektedir. Kağıdın sağ alt kısmında yer alan kalp ise, sevginin bir sembolü olarak işlenmiştir. Burada Jennifer Li'nin saf ve temiz, sevgiye önem veren bir kız olduğu imajı oluşturulmaktadır.



Sahne 24: Cyberbully Filmi 40. Dakika 22. Saniye

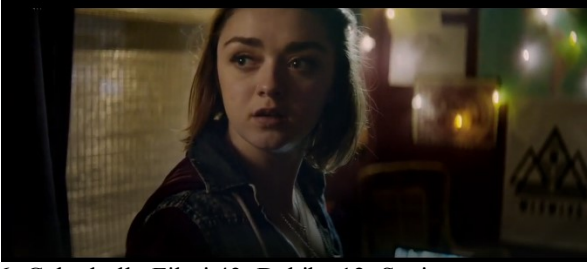
Sahne Jennifer Li'nin intiharını konu edinen bir haber yer almaktadır. Haber burada bir sembol olarak ele alınmıştır. Casey'nin Li'nin ölümüyle alakalı bir bilgisi yoktur fakat siber zorba tarafından gönderilen bu haber ile durumu öğrenmiştir. Haber burada değişimi aktaran bir unsur olarak kullanılmıştır. Ayrıca fotoğraf, Li'nin bir ikonu olarak kullanılmıştır. Li, fotoğrafta tebessüm etmekte ve mutlu bir insan olduğu izlenimini vermektedir.



Sahne 25: Cyberbully Filmi 43. Dakika 12. Saniye

Bilgisayar ekranında olumsuz anlam taşıyan bir sembol kullanılmıştır. Siber zorba tarafından Casey'nin bilgisayar ekranına gönderilen bu sembol, Casey'nin siber zorbanın yönlendirmelerine riayet etmediğini göstermektedir.

Durumun bir pekiştiricisi olarak kullanılan bu sembol, kişide rengi ve şekli itibariyle olumsuzluk hissini oluşmasına sebep olmaktadır.



Sahne 26: Cyberbully Filmi 43. Dakika 12. Saniye

Sahne Casey, kapıya yani kendisi için güvenliği ifade eden tarafa bakmaktadır. Casey' nin arkasında duran Illuminati sembolü ise, genç kızın hala izlenmekte olduğunu ve tehlike altında olduğu mesajını vermektedir.



Sahne 27: Cyberbully Filmi 44. Dakika 29. Saniye

Casey, yüzünü kapıya dönmüştür. Kapı aralığından sızan ışık bir belirti olarak ele alındığında güvenli alanı ifade etmektedir. Diğer yandan kapının üstüne bulunan kafatası sembolü ise Casey'e kapıya yönelmemesi anlamında bir mesaj vermektedir. Siber zorbanın davranışını destekler nitelikte olan bu sembol, kapının açılmasının önündeki en belirgin engellerden biridir.



Sahne 28: Cyberbully Filmi 45. Dakika 27. Saniye

Kapının altından sızan ışık kurtuluşun ve güvenliğin bir belirtisidir. Kapının ardında aydınlık bir alan olduğunu ve bu alana gidilebilirse kişinin güvende olabileceği mesajı verilmektedir. Kişi içerisinde bulunduğu karanlık alandan kurtulabilmek için ışığın kaynağına doğru ilerlemeli ve bir bakıma uğradığı siber zorbalık davranışını ailesine aktararak kontrolü eline almalıdır.



Sahne 29: Cyberbully Filmi 58. Dakika 10. Saniye

Görselde yer alan havlu, temizliği ifade eden bir ikon olarak yer almaktadır. Siber zorba tarafından zorla içtiği ilaçları kusan Casey, ölümden kurtulmuş ve yaşamaya devam edeceğine dair mesajı, kustuğu yeri temizleyerek siber zorbaya yansıtmaktadır. Casey siber zorbanın şantaj ve baskılarına boyun eğmeyeceğini ve daha öncesinde Jennifer Li'ye yaptıklarının sorumluluğunu üstlendiğini, vicdanını rahatlattığını göstermektedir. Havlu ise bir ikon olarak Casey'nin arınmasının göstergesi olarak kullanılmıştır.



Sahne 30: Cyberbully Filmi 61. Dakika 06. Saniye

Filmin başından beri güvenli alanı ifade eden ışık sembolü burada Casey'nin kapıyı açarak ailesinden yardım istemesiyle tekrar ön plana getirilmektedir. Kurtuluşuna doğru ilerleyen Casey, siber zorbanın tüm baskılarına rağmen kendisi için doğru olan yöne doğru gitmiş ve aslında bir sığınak olduğunu düşündüğü karanlık odasından çıkmıştır. Kurtuluşun bir sembolü olarak ele alınan kapı filmin başından beri ilk defa bu kadar geniş şekilde açılmış ve ışık içeriyle daha fazla sızarak karanlığı aydınlatmıştır. Casey kapıyı açtıktan sonra babasına seslenmekte ve yaşadığı zor anları aktararak yardım almayı tercih etmektedir.

Tablo 1. Cyberbully (Sanal Zorbalık) filminin uzam; sürem, kişi/nesne, eylem/durum ve ikon/belirti/simgе analizi.

	Uzam (Mekân)	Sürem (Zaman)	Kişi/Nesne	Eylem/Durum	İkon Belirti Simgе
1. Sahne	Sosyal Medya Uygulaması	02. Dakika 49. Saniye	Nathan Legg	Casey'e hakaret içeren nitelikte yazı paylaşılması	İkon Belirti
2. Sahne	Görüntülü Konuşma Uygulaması	03. Dakika 11. Saniye	Işık	Duvarda Megan'ın arkasında yer alan ışık	Belirti
3. Sahne	Görüntülü Konuşma Uygulaması	03. Dakika 48. Saniye	Poster	The Shooting Bigfoot posteri	Sembol
4. Sahne	Casey'nin Odası	04. Dakika 52. Saniye	Levha	Duvarda asılı Raid Shelter Levhası	Sembol
5. Sahne	Casey'nin odası	04. Dakika 59. Saniye	Kapı ve ışık	Odanın açık kapısından içeri ışık sızması	Belirti
6. Sahne	Bilgisayar Masası	05. Dakika 59. Saniye	İlaç şişesi	Kadrajda tek net görülen alan şişe	İkon

7. Sahne	Bilgisayar Ekranı	06. Dakika 35. Saniye	Casey ve Megan	Arkadaşların gülümseyerek poz vermesi	İkon
8. Sahne	Bilgisayar Masası	07. Dakika 26. Saniye	Bilgisayar klavyesi	Casey klavyeyi kullanmaktadır	Sembol
9. Sahne	Bilgisayar Masası	08. Dakika 28. Saniye	Akıllı Telefon	Telefona Megan'dan gelen mesaj	Sembol
10. Sahne	Sanal Sohbet Uygulaması	10. Dakika 30. Saniye	Kimliği belli olmayan kişi görseli	Anonim kişiden Casey'e mesaj gelmesi	İkon
11. Sahne	Sosyal Paylaşım Sitesi	12. Dakika 58. Saniye	Jennifer Li'nin giydiği gömlek	Göze çarpan nitelikte giyim ve fon	İkon Belirti
12. Sahne	Megan'ın Sosyal Medya Hesabı	14. Dakika 16. Saniye	Megan ve arkadaşları	Mutlu görünen bir kalabalık	İkon
13. Sahne	Bilgisayar ekranı	15. Dakika 30. Saniye	Bilgisayar ekranı	Ekranı aniden beliren korkunç görsel	Sembol
14. Sahne	Casey'nin odası	15. Dakika 31. Saniye	Casey	Casey bilgisayardan uzaklaşmaktadır	Belirti
15. Sahne	Bilgisayar	15. Dakika 58. Saniye	Kamera ve mikrofon	Kadraj bir süre bilgisayarın üst kısmını göstermektedir	İkon
16. Sahne	Casey'nin odası	16. Dakika 16. Saniye	Casey	Casey odanın ortasında durmaktadır	Sembol
17. Sahne	Bilgisayar ekranı	16. Dakika 50. Saniye	Casey'nin fotoğrafı	Casey üstsüz şekilde poz vermiştir	İkon Belirti
18. Sahne	Halı	17. Dakika 03. Saniye	Akıllı Telefon	Telefonun kapalı halde yerde olması	İkon Belirti
19. Sahne	Casey'nin odası	17. Dakika 44. Saniye	Poster	Bilgisayarın tam üstünde konumlandırılan Illuminati posterı	Sembol

20. Sahne	Casey'in odası	26. Dakika 06. Saniye	Işık ve Bilgisayar	Casey ışığa arkasını dönüp bilgisayara yönelmiştir	Sembol Belirti
21. Sahne	Bilgisayar ekranı	31. Dakika 35. Saniye	Video	Li'nin kameraya barış işareti yapması	Sembol Belirti
22. Sahne	Bilgisayar Ekranı	35. Dakika 22. Saniye	Jennifer Li	Jennifer Li kolunu kesmiştir	Belirti
23. Sahne	Bilgisayar Ekranı	39. Dakika 08. Saniye	Beyaz kâğıt	Jennifer kâğıdı kameraya göstermektedir	Belirti Sembol
24. Sahne	Bilgisayar Ekranı	40. Dakika 22. Saniye	Haber metninin yer aldığı sayfa	Jennifer Li'nin intihar haberi	Sembol İkon
25. Sahne	Bilgisayar Ekranı	43. Dakika 12. Saniye	Sembol	Olumsuzluk bildiren hareket	Sembol
26. Sahne	Casey'nin odası	43. Dakika 12. Saniye	Poster	Kişide izlenildiği algısını oluşturan sembole sırt çevirme	Sembol
27. Sahne	Casey'nin odası	44. Dakika 29. Saniye	İçeri sızan ışık ve kafatası posterleri	Casey'nin ışığa yönelmesi ve bir engelle karşılaşması	Belirti Sembol
28. Sahne	Casey'nin odası	45. Dakika 27. Saniye	Kapı altından içeri sızan ışık	Işık Casey'e kapıyı açma isteği veriyor	Belirti
29. Sahne	Casey'nin odası	58. Dakika 10. Saniye	Havlu	Casey kustuğu yeri temizlemektedir	İkon
30. Sahne	Casey'nin odası	61. Dakika 06. Saniye	Kapı	Casey'nin kapıyı tamamen açması ve odadan çıkması	Sembol

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Cyberbully Film örneğinde ele alınan siber zorbalık davranışı mağdur kişinin birçok sorun yaşamasına sebep olmaktadır. Özellikle gençlerin sıklıkla kullandığı sosyal medya uygulamalarının kullanımı da sanal zorbalık yapma ve sanal zorbalığa uğrama davranışını daha olası hale getirmektedir. Casey, daha önce Jennifer Li adlı arkadaşına farkında olmadan sanal zorbalık davranışı uyguladığı için, kimliği anonim bir kişi tarafından cezalandırılmak istenmiş ve iletişim yollarının başında yine sosyal paylaşım uygulamaları gelmiştir. Genç kız odasından çıkmayarak kendi içine kapanmış ve siber zorbalığı gerçekleştiren kişinin buyruklarına uzun süre uymuştur. Genç kızın odasının duvarındaki rengin koyuluğundan, posterlerine kadar genel bir karamsarlık hali izleyiciye sunulmaktadır.

Sanal ortamın etkileşimli yapısı neticesinde gençler birbirlerine zorbalık uygulama konusunda reel hayattan daha acımasız olma eğilimi göstermektedir. Sosyal medya kullanıcılarının arkasına sığındıkları en büyük kalkan ise anonim olabilmek özelliğidir. Siber zorbalığa uğrayan kişi karşısındakinin yoğun baskısına maruz kaldığı için ve özel hayatının ifşa edilmesiyle tehdit edildiği için intiharı bile göze alacak duruma gelmektedir.

Lise çağındaki gençlerin uzun süreler boyunca odalarına kapanmaları ve ebeveynlerine saldırgan geri dönüşlerde bulunmaları bir sorun yaşıyor olduklarına dair önemli bir göstere olabilmektedir. Film örneğinde eve gelir gelmez bilgisayarını açan Casey, ayrıca bir sosyal medya bağımlısı olmuş ve zamanının çoğunu bu gerçek olmayan alanda geçirmeye başlamıştır. Söz konusu sanal ortamın nüfuzu açısından bilgi sahibi olmayan Casey, kendisi farkında olmadan okul arkadaşı Jennifer Li'nin intiharına zemin hazırlamış ve bir başka kişi de intikam için Casey'i hedef almıştır.

İçinde bulunduğumuz teknoloji çağının zararlarından biri olarak karşımıza çıkan siber zorbalık davranışı, yetkililer tarafından caydırıcı önlemler alınmadıkça yaşanmaya devam edecektir. Yeni medya alanındaki hukuki düzenlemelerin güncelliği ve denetlenmesi de bu noktada önem kazanmaktadır. Çalışmada elde edilen göstergesel veriler, sanal zorbalığa uğrayan kişilere yardım edebilmek açısından önemlidir.

KAYNAKÇA

- Akbıyık, C, Kestel, M. (2016). Siber Zorbalığın Öğrencilerin Akademik, Sosyal ve Duygusal Durumları Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi. Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 12 (3) , 844-859. DOI: [10.17860/mersinefd.282384](https://doi.org/10.17860/mersinefd.282384)
- Akikol, R. (2018). Kadın Dijital Göçmenlerin Facebook Kullanımı ve Mahremiyet İlişkisi. Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences, (54), 1-36. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/connectist/issue/38035/439106>
- Akgül, M, Hekimoğlu Toprak, H. (2019). Sosyal Ağlarda Mahremiyetin Dönüşümü: Instagram Örneği. AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi, 10 (38) , 75-114. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ajit-e/issue/54415/740638>
- Aksaray, D. (2011). Siber Zorbalık. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 20 (2) , 405-432. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/cusosbil/issue/4387/60297>
- Akyürek, M. (2020). Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı Ve Sosyal Medyaya İlişkin Tutumları. Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 13 (1) , 58-92. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/usaksosbil/issue/55286/663019>
- Akyüz, A, Koç, Z. (2020). Empati Yönelimli Siber Zorbalık Psiko-Eğitim Programının Lise 9. ve 10. Sınıf Öğrencilerinin Siber Zorbalık ve Empati Düzeylerine Etkisi. Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 40 (1) , 75-111. DOI: [10.17152/gefad.695923](https://doi.org/10.17152/gefad.695923)
- Algül, A. (2018). Sosyal Ağ Kullanıcılarının “Abartılı Paylaşım”, “Benlik Sunumu” Ve Mahremiyet Tüketimleri. Öneri Dergisi, 13 (49) , 21-44. Doi: [10.14783/MaruoneriVi.322970](https://doi.org/10.14783/MaruoneriVi.322970)
- Altay, D. “Küresel Köyün Medyatik Mimarı Marshall McLuhan”, Kadife Karanlık: 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar, Su Yayınevi, İstanbul, 2005, (içinde ss. 9-74).
- Altundağ, Y. (2016). Lise Öğrencilerinde Sanal Zorbalık ve Problemlerle İnternet Kullanımı İlişkisi. Online Journal of Technology Addiction and Cyberbullying, 3 (1) , 27-43. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ojtac/issue/24675/260970>
- Arslan, S, Yeşilyurt, F. (2019). Ergenlerin Sanal Zorbalık Düzeylerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi. OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 11 (18) , 27-42. DOI: [10.26466/opus.515067](https://doi.org/10.26466/opus.515067)
- Aslan, A, Önay Doğan, B. (2017). Çevrimiçi Şiddet: Bir Siber Zorbalık Alanı Olarak “Potinss” Örneği. Marmara İletişim Dergisi , (27) , 95-119. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/maruid/issue/30526/330818>
- Atalay, G.E. (2018). Dijital Çağda Marshall McLuhan'ı Yeniden Düşünmek: Bir Uzantı Ve Ampütasyon Olarak Yeni Medya Teknolojileri. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sadab/issue/38907/454684>
- Ayas, T, Horzum, M, B. (2011). Öğretmenlerin Sanal Zorbalık Algılarının Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi. International Online Journal of Educational Sciences, 3 (2), 619-640. <https://dergipark.org.tr/en/pub/ilkonline/issue/8589/106740>
- Aydın, F, Seferoğlu, S. (2020). Üniversite Öğrencilerinin Sanal Zorbalıkla Baş Etme Stratejileri Üzerine Bir İnceleme. İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 21 (2) , 579-594. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/inuefd/issue/56519/554675>
- Aydın, N. (2018). Nitel Araştırma Yöntemleri: Etnoloji. Uluslararası Beşeri ve Sosyal Bilimler İnceleme Dergisi, 2 (2) , 60-71. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ihssr/issue/36852/425401>
- Bat, Z, Vural, Z, Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. Journal of Yaşar University, 5 (20) , 3348-3382. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/jyasar/issue/19132/203023>
- Bahar, A. (2018). Bilişim Suçları, İletişim Ve Sosyal Medya. İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi, 10 (3) , 1-36. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iaud/issue/38557/447328>

- Baltacı, A. (2019). Nitel Araştırma Süreci: Nitel Bir Araştırma Nasıl Yapılır? . Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5 (2) , 368-388. DOI: 10.31592/aeusbed.598299
- Basmacı, P. (2018). Yeni İletişim Teknolojilerinin Bireyin Serbest Zaman Kullanımına Etkisi Ve Kuramsal Açından Değerlendirilmesi. Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8 (2) , 110-126. <https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Dusbed/Issue/41633/503019>
- Bayram, N, Sayılı, M. (2013). Üniversite Öğrencileri Arasında Siber Zorbalık Davranışı. Journal of Istanbul University Law Faculty, 71 (1) , 107-116. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/uhfm/issue/9188/115161>
- Bilal, G. (2012). Sanal Zorbalık ve Çocuklarımız. Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2 (2) , 107-113. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ufuksbedergi/issue/57448/814838>
- Bozkurt, Ö. (2018). Sosyal Medya Ve Kültürel Yansımaları. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 5 (14) , 406-417. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/gusbd/issue/39212/370186>
- Creswell, J, W. (2012). Educational Research Planning Conducting And Evaluating Quantitative And Qualitative Research. Pearson.Books.
- Cyberbully Filmi <https://www.channel4.com/programmes/cyberbully/on-demand/58485-001>
- Çelik, H, Baykal, N, Memur, H. (2020). Nitel Veri Analizi ve Temel İlkeleri. Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi, 8 (1) , 379-406. DOI: 10.14689/issn.2148-2624.1.8c.1s.16m
- Debord, G. (2020). *Gösteri Toplumu*. Ayrıntı Yayınları
- Dılmaç, B, Özkan, C. (2019). Lise Öğrencilerinde Öznel Mutluluk Suçluluk ve Utancın Yordayıcısı Olarak Siber Zorbalık. Türk Eğitim Bilimleri Dergisi, 17 (1) , 195-212 <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tebd/issue/46309/551274>
- Erden, İ. (2017). Lise Öğrencilerinin Siber Zorbalık Davranışlarına İlişkin Okul Yöneticilerinin Görüşleri. Online Journal of Technology Addiction and Cyberbullying, 4 (1), 1-26. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ojtac/issue/30133/284612>
- Gölpek, Sarı, F, Seferoğlu, S. (2019). Ortaokul Öğrencilerinin Sanal Zorbalık Farkındalık Durumları ile Sanal Zorbalık Yapma ve Mağdur Olma Durumlarının İncelenmesi. Online Journal of Technology Addiction and Cyberbullying, 6 (1) , 54-76. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ojtac/issue/46712/478297>
- Güven, S. (2017). “Siyasal İletişim Sürecinin Dönüşümü, Siyasal Katılım ve İletişim Teknolojileri”, The Turkish Journal of Design, Art and Communication, 7(2), 175-191. http://www.tojdac.org/tojdac/VOLUME7-ISSUE2_files/tojdac_v07i2103.pdf
- Horzum, M, B. (2011). İlköğretim Öğrencilerinin Bilgisayar Oyunu Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi, Eğitim ve Bilim, 36(159), 56-68. <http://213.14.10.181/index.php/EB/article/view/268>
- Horzum, M, Ayas, T. (2013). Rehber Öğretmenlerin Sanal Zorbalık Farkındalık Düzeyinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 28 (28-3) , 195-205. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/hunefd/issue/7791/101916>
- Işık, D. (2013). Üniversite Kütüphanelerinde Web 2.0 Teknolojilerinin Kullanımı ve Web Tabanlı Kullanıcı Eğitimi İçin Öneriler. Türk Kütüphaneciliği, 27 (1) , 100-116. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tk/issue/48834/622115>
- İnam, N, Öztürk, G. (2018). Öğretmen Adaylarının Sanal Zorbalık Algıları. International Journal of Computers in Education, 1 (1) , 24-38. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ijce/issue/38078/430801>
- Kağan, M, Ciminli, A. (2016). Ergenlerde Sanal Zorbalık Ve Mağduriyetin Empati İle İlişkisinin İncelenmesi. Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 18 (2) , 1135-1150. DOI: 10.17556/jef.66842
- Kaplan, İ. (2017). “Üniversite Öğrencisi Sosyal Medya Kullanıcılarının Mahremiyet Algısı”, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yüksek Lisans Tezi), Eskişehir.
- Korkmaz, K. (2018). Bilişsel davranışçı temelli siber zorbalık önleme programının etkisi. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Gaziantep Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Gaziantep. https://www.researchgate.net/profile/ismail_kaplan3/publication/322100193_universite_ogrencisi_sosyal_medya_kullanicilarinin_mahremiyet_algisi/links/5a44e940458515f6b0531bd0/ueniversite-oegrencisi-sosyal-medya-kullanicilarinin-mahremiyet-algisi.pdf
- McLuhan, M. (2001). *Global Köy*. Scala Yayıncılık.
- McLuhan, M. (2017). Gutenberg Galaksisi/Tipografik İnsanın Oluşumu. Yapı Kredi Yayınları.
- Önok, M. (2013). Avrupa Konseyi Siber Suç Sözleşmesi Işığında Siber Suçlarla Mücadelede Uluslararası İşbirliği. Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi, 19 (2) , 1229-1270 <https://dergipark.org.tr/tr/pub/maruhad/issue/48280/623844>
- Özdemir, M. (2010). Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 11 (1) , 323-343. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ogusbd/issue/10997/131612>
- Öztürk, Ş. (2015). Sosyal Medyada Etik Sorunlar. Selçuk İletişim, 9 (1) , 287-311 <https://dergipark.org.tr/tr/pub/josc/issue/19031/201143>
- Özdemir, Z. (2019). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı. Beykoz Akademi Dergisi, 7 (2), 91-105. Doi: 10.14514/Byk.M.26515393.2019.7/2.91-105

- Özen, Y., Gül, A. (2010). Sosyal Ve Eğitim Bilimleri Araştırmalarında Evren-Örneklem Sorunu. Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi, 0 (15) , 394-422. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ataunikkefd/issue/2776/37227>
- Özyürek, A., Kurnaz, F. (2019). Zorba ve Kurban Çocuk Davranışlarını Değerlendirme Formu: Güvenilirliği ve Geçerliliği. Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 15 (1) , 246-261. DOI: [10.17860/mersinefd.40125](https://doi.org/10.17860/mersinefd.40125)
- Pamuk, M., Bavlı, B. (2013). Ergenlerin Sanal Zorbalıklarının Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 32 (1) , <https://dergipark.org.tr/tr/pub/omuefd/issue/20246/214800>
- Peirce, C. (1982). Writings of Charles S. Pierce. Cilt: 1.
- Peirce, C. (1984). Writings of Charles S. Pierce. Cilt: 2.
- Peker, A., Ekinci, E. (2016). Genel Öz-Yeterliliğin Siber Zorbalıkla Başa Çıkma Davranışları Üzerindeki Yordayıcı Etkisi. Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim (TEKE) Dergisi, 5 (4) , 0-0. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/teke/issue/26927/283128>
- Rigel, N., Batuş, G., Yücedoğan, G., Çoban, B. (2005). *Kadife Karanlık*. Su Yayınevi.
- Sakarya, S., Pekdoğan, S. (2020). Mizaç Özelliklerinin Çocuğun Zorba Ve Kurban Davranışlarını Yordama Gücü. Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi, 8 (23) , 311-324. DOI: [10.33692/Avrasyad.655616](https://doi.org/10.33692/Avrasyad.655616)
- Sarı, C., Karadeniz, H. (2019). İnternet Bağımlılığının Aile İçi İlişkilere Etkisi. STED / Sürekli Tıp Eğitimi Dergisi, 28 (4) , 294-298. DOI: [10.17942/sted.518245](https://doi.org/10.17942/sted.518245)
- Seren, E. (2020). Sosyal Medya Ortamlarında Siber Zorbalık: Lise Öğrencilerinin Siber Zorbalık Deneyimlerinin İncelenmesi. Yeni Medya Elektronik Dergisi, 4 (1) , 24-39. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ejnm/issue/51095/666162>
- Şentürk, R. (2013). Televizyon ve Magazin Kültürü. Selçuk İletişim, 6 (2) , 174-190. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/josc/issue/19020/200641>
- Taşcı, U., Can, A. (2015). Türkiye’de Polis’in Siber Suçlarla Mücadele Politikası: 1997-2014. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 25 (2) , 229-248. DOI: [10.18069/fusbed.25089](https://doi.org/10.18069/fusbed.25089)
- Taşdelen, B. (2020). İdeal Yaşam Örneği: Sosyal Medyanın Mükemmel Bedenleri. The Journal Of Social Science, 4 (7) , 175-190. DOI: [10.30520/tjsosci.682587](https://doi.org/10.30520/tjsosci.682587)
- Tamer, N., Vatanartıran, S. (2014). Ergenlerin Teknolojik Zorbalık Algıları. Online Journal of Technology Addiction and Cyberbullying, 1 (2), 1-20. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ojtac/issue/28472/303449>
- Tanrıkulu, T., Kınay, H., Arıca, O. (2013). Siber Zorbalığa İlişkin Duyarlılık Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 3 (1), <https://dergipark.org.tr/tr/pub/trkefd/issue/21475/230179>
- Tavşancıl Tarkun, E. (2000). NİTEL ARAŞTIRMALAR. Öneri Dergisi, 3 (14) , 29-34. DOI: [10.14783/maruoneri.734111](https://doi.org/10.14783/maruoneri.734111)
- Tuğ Karoğlu, T., Çılgin, M. (2020). Lise Öğrencilerinin Siber Zorbalığı ve Siber Mağduriyeti Üzerine Bir Çalışma. Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi, 3 (1) , 344-355. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/josse/issue/54491/689282>
- TÜİK (2012). “Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması”, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=10880>, Erişim: 10.12.2020.
- Türk Ceza Kanunu <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5237.pdf>
- Türkiye İstatistik Kurumu <https://www.tuik.gov.tr/>
- Türten, E. (2018). Yüksek Lisans Öğrencilerinin Sosyal Medyada Mahremiyet Algısı: Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Örneği. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi , (29. Özel Sayısı) , 143-162. DOI: [10.31123/akil.460160](https://doi.org/10.31123/akil.460160)
- Varol, E., Çelik Varol, M. (2019). Kavram ve Kuramlarıyla Marshall McLuhan’a Bakış: Günümüzün Egemen Medya Araçları Ekseninde Bir Değerlendirme. Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD) , 5 (1) , 137-158. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/intjcss/issue/46909/537800>
- Yaman, E., Eroğlu, Y., ve Peker, A. (2010). Okul Zorbalığı Ve Siber Zorbalık, İstanbul: Kaktüs Yayınları
- Yaman, E., Peker, A. (2012). The Perceptions of Adolescents about Cyberbullying and Cybervictimization. Gaziantep University Journal of Social Sciences, 11 (3) , 819-833. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/jss/issue/24238/256940>
- Yıldız Durak, H., Sarıtepeci, M. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Sergilediği Siber İnsani Değerlerin Hayat Boyu Öğrenme Eğilimlerine Yansımaları Üzerine Bir İnceleme. Journal of Computer and Education Research, 7 (14) , 418-436. DOI: [10.18009/jcer.601158](https://doi.org/10.18009/jcer.601158)
- Yücel Toy, B., Güneri Tosunoğlu, N. (2007). Sosyal Bilimler Alanındaki Araştırmalarda Bilimsel Araştırma Süreci, İstatistiksel Teknikler ve Yapılan Hatalar. Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi , (1) , 1-20, <https://dergipark.org.tr/tr/pub/gaziticaretturizm/issue/49892/639531>

SOSYAL MEDYA KULLANIM AMAÇLARI: 18-25 YAŞ ARASI GENÇLERİN INSTAGRAM KULLANIM ÖRNEĞİ

Prof. Dr. Aytekin İŞMAN
Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi
isman@sakarya.edu.tr

Sümeyye AKDAĞ
Yüksek Lisans Öğrencisi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
sumeyye.akdag1@ogr.sakarya.edu.tr

ÖZET

Sosyal medya en genel şekliyle tanımlandığında bireylere zaman ve mekân sınırlamalarına tabi olmaksızın paylaşımda ve tartışmada bulunabilecekleri imkânlar sunan internet tabanlı iletişim şekli olarak tanımlanabilir (Vural ve Bat, 2010 akt. Küçüköncü, 2018). Sosyal medya ortamlarında kullanıcılar oluşturdukları kişisel profillerinde herhangi bir konu hakkında görüş ve düşünce belirtebilir veya ilgi alanları hakkında video, fotoğraf ve konum bilgisi paylaşabilirler (Biliciler, 2018). Günümüzde kültür ve yaşam biçimi gözetmeksizin her insanın ilgisini çekebilecek özellikleri içeren sosyal medya platformları dünyada yaygın bir biçimde kullanılmaya başlandığı söylenebilir (Acar, 2019).

Bu makale çalışması Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımından hareketle 18-25 yaş arasındaki gençlerin sosyal medya kullanım amaçlarını tespit etmeyi amaçlamaktadır. Çalışmada verileri elde etmek için nicel araştırma yöntemlerinden biri olan anket tekniği kullanılacaktır. Buradan hareketle araştırmada Çömlekçi ve Başol (2019)'un makale çalışmasına ait, Solmaz ve diğerleri (2013) tarafından geliştirilen "Sosyal Medya Kullanım Amaçları" ölçeği kullanılacaktır. Kullanılacak ölçeğin güvenilirlik katsayısının Cronbach Alpha katsayısı 0.819'lık bir güvenilirlikle uygulanabilir olduğuna kanaat getirilmiştir.

Sosyal medya insanlara kolayca bilgiye ulaşabilme olanağı sağlamanın yanı sıra sohbet ortamı sunarken ve bir yandan da boş vakitlerini de değerlendirmeleri için vazgeçilmez bir araçtır (Demir ve Kumcağız, 2019). Bu araştırma çalışması gençlerin sosyal medyayı hangi amaçlar için kullandıklarına ve Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımından hareketle nasıl doyum elde ettikleri sorusuna odaklanmaktadır. Sosyal medya kullanıcılarının kendi gereksinimlerine uygun bilgiyi seçtikleri ve kullandıkları düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: İnternet, Gençler, Sosyal Medya, Sosyal Medya Kullanım Amaçları, Kullanımlar Ve Doyumlar Yaklaşımı.

GİRİŞ

İletişim kurmak, insan olmanın en önemli özelliklerinden biridir. İnsanları diğer canlılardan ayıran özelliklerinden en önemlisi de, toplumsal ilişkilerinde iletişim kurabilme yetenekleridir (Kaya, 1985). Araç yapmakta insan olmanın bir diğer önemli özelliğidir (Güngör, 2013). Geçmiş dönemlerden günümüze kadar süren teknolojik araçlar medyayı doğal olarak etkilenmiş ve hem dijitalleşmenin hem de iletişim teknolojileri medyanın etkilemesini beraberinde getirmiştir (Askeroğlu ve Karakulakoğlu, 2019).

Sosyal Medya

Sosyal medyanın gelişimi internetin kullanıma girmesiyle başlamıştır (Güngör, 2016). Ayrıca sosyal medyanın gelişimi sıklıkla literatürde internet teknolojilerinin gelişimi ile ilişkilendirilmektedir. İnternetin dünya çapında ve Türkiye'de yaygın bir biçimde kullanılmaya başlanması 1990'lü yılların ikinci yarısından itibaren sosyal medya kendi yapısı içerisinde çeşitli yenilikleri yapmakta son derece tereddütsüz hareket eden mecra haline gelmiştir (Irak ve Yazıcıoğlu, 2012).

Sosyal medya kullanıcılarına, internet aracılığıyla arkadaşlarıyla görüşebilme, sohbet edebilme, bilgi, belge, fotoğraf, etkinlik, video paylaşabilme fırsatı sunar ve böylece insanlara sosyal çevresini sanal ortamlara taşıyabilme olanağı sağlar (Yıldız ve Demir, 2016). Dolayısıyla kullanıcılar sosyal medya aracılığıyla insanlar bu ortamın içerisinde kendilerini konumlandırır. Sosyal medyanın kullanıcıları bir arada tutan ve insanların ilgi alanlarına ilişkin bilgilere ulaşabilmelerini dakikalara indiren bir yapısı vardır (Çağır, 2017). Bu durum sosyal medya kullanıcıları için de bir avantaj oluşturmaktadır.

Zamanla sosyal medya için algılar değişmekle beraber modern çağda toplumların sosyalleşmesi algısına katkı sağlamış ve kitleleri etkilemiş bir iletişim aracı olmuştur (Koçoğlu, 2020). Sosyal medya insanların tanışmadıkları kişilere ilişkin sosyal çevresini ve profilini inceleyerek o kişiler hakkında izlenimler oluşturabilmelerine katkı sağlar. (Donath ve Boyd 2004, akt. Kara, 2013). Dolayısıyla sosyal medya kullanıcılarını bu sosyalliğinin içerisinde dahil etmektedir.

Sosyal medyadaki paylaşımlara bakıldığında bu paylaşımlar özellikle belli kişilere yöneltilmemekte, paylaşımlar herkese açık olmakla birlikte herkes tarafından görülebilir ve herkes bunun için yorum yapılabilir (Özlu,

2016). Hayatımızın doğal bir parçası haline gelen sosyal medya, sürekli kendini güncelleyebilen ve çoklu kullanım özelliğiyle her gün kullanıcı sayısını hızla artırıp ve gelişmektedir (Koçoğlu, 2020).

Sosyal Medya Kullanım Amaçları

Diğer kitle iletişim araçları ile karşılaştırıldığında farklı bir takım özelliklere sahip olan bu yeni aracılı iletişim biçimi sosyal medya olarak adlandırılır (Güngör, 2016). Geleneksel medya açısından bakıldığında her şeyin tek yönlü iletişim üzerine kurulu olduğu, yeni medyada ise daha çok insanla diyalog halinde olan bir medyanın varlığından söz edilebilir (Becan, 2019). Dolayısıyla bu durum kullanıcıları zamanla bilgiyi paylaşan, yorumlayan ve değerlendirebilen bir konuma getirmiştir.

Dünya genelinde büyük bir kullanıcı kitlesine sahip olan sosyal medyayı kullanıcılar farklı nedenler için tercih etmektedir. Bu nedenlere bireylerin sosyalleşmesi, iletişim halinde olma isteği, bilgiye erişmek, bilgiyi paylaşmak gibi nedenler örnek verilebilir (Zincir, 2014). Sosyal medyada bireysellik önemli olmasına karşın ayrıca sosyal medya kullanıcılarına topluluk halinde arkadaş olma, meslek vb. gruplarda yer almaları da sağlar (Acar, 2019). Dolayısıyla sosyal medya insanlara yüz yüze görüşebilme, sohbet edebilme imkanı tanımalarının dışında sanal ortamlarda karşılıklı olarak birbirlerini ya da örgütleri takip edebilme, duygularını yada tepkilerini paylaşabilme, farkındalık oluşturabilme imkanına sunar (Durmuş ve diğerleri, 2010 akt. Koçer, 2012).

Bugün hayatımızda vazgeçilmez bir noktada olan sosyal medya, bundan 45 yıl öncesinde ilk e-postanın gönderilmesiyle birlikte hayatımıza girmiştir (Acar, 2019). Günümüzde kullanıcıların birbirleriyle karşılıklı olarak etkileşim halinde olmalarına fırsat sağlayan çevrimiçi araçlar olarak da bilinen sosyal medyanın kavranmasında çevrimiçi sanal dünyalar en iyi örnektir (İçirgin, 2018). Sosyal medya web tabanlı olarak kullanıcılarına açık veya yarı açık kullanım hesabı oluşturmalarına imkan sağlarken, paylaşım yapabilme, paylaşımları yorumlayabilme ve bu paylaşımlarını tekrar paylaşmalarına da olanak sağlar (Türkdoğan, 2019).

Ayrıca sosyal medya kullanıcıları ilgi alanlarına ilişkin ve amacına göre çeşitli programlar aracılığıyla iletişim kurabilir, herhangi bir dosya, fotoğraf ya da video paylaşabilirler (Kılıç, 2020). Bu durum sosyal medyayı sadece mesaj üretip, toplayan ve dağıtan bir teknolojik yapı olmaktan çıkarak yer ve zaman uzamında sosyal medyanın gelişimi için fırsat sağlayıp toplumsal olarak da etkileşim sağlayan platform durumuna getirmiştir (İçirgin, 2018).

18-25 Yaş Arası Gençlerin Gelişim Psikolojisi Yönünden Özellikleri

Gelişim Psikolojisi, insanların yaşamlarında geçirdikleri değişimin betimlenmesi ve açıklanması aynı zamanda da bireylerin arasındaki değişimin benzerlikleriyle ve farklılıklarıyla uğraşır (Onur, 2017). Yaşam döngüsü, bazı dönemlere ayrılır bu dönemler kendi içerisinde belirli değişimleri içerir. Bu değişimlerin kapsamını doğumdan ölüme kadar uzanan dönemler oluşturur (Doğan ve Cebioğlu, 2011). Araştırma çerçevesini yetişkinlik dönemi oluşturmaktadır.

Bireylerin en önemli yaşam geçişlerinden biri yetişkinliğe geçiştir, fakat bu duruma ilişkin bu geçişin göstergesi neler olduğu konusunda evrensel bir özellikten söz edilememektedir (İnanç ve diğerleri, 2019). Psikolojide gelişimin sosyal çevre ile oluşan boyutu ise algılama sistemindeki düzenlenmeye bağlı olması algılama sistemindeki farklılığın doğal olarak kişiliğinin de farklı olmasını sağlar (Aydın, 2016).

Sosyal medya ortamları kitlesel ortamlar olup farklı yaş gruplarından insanların yer aldığı ve her kullanıcının profiller oluşturabildiği aktif ortamlardır (Zincir, 2014). Her geçen gün sosyal medya mecraları daha fazla çeşitlenip kullanım alanları da genişlemektedir (Özlu, 2016). Bu durumda gençler için bilgisayarsız, internetsiz ve cep telefonsuz bir dünya fikrinin hayal olmasını beraberinde getirmiştir (Düvenci, 2012).

Öğrenmeye en açık dönem gençlik dönemidir. Bu dönem, gençler açısından daha duygusal bir dönemi kapsarken gençlerin çok hızlı geçişler yapmasına da neden olabilir. Bu kuşak ayrıca iletişim teknolojilerinin de içerisine doğmuş olup, hem daha fazla bilgiye ve içeriğe hem de bir yandan da tehlikeli olan durumlara daha yakındır (Sığın, 2019). Psikolojik açıdan bakıldığında yetişkin olmakla farklı davranmakla anlamlı ilişki taşıyıp fiziksel ve duygusal olarak bir takım tehlikeli durumlara heves etme veya istekte bulunma, yaşamla ölüm arasındaki sınırı zorlama anlamı taşır (İnanç ve diğerleri, 2019).

Instagram

Son yıllardaki en popüler sosyal medya uygulamalarından biri Instagram'dır (Kara, 2018). Instagram, kullanıcılarına kendilerine bireysel hesaplar oluşturmalarına ve sosyal çevreleriyle herhangi bir fotoğraf veya video paylaşabilmeleri olanak sağlayan bir sosyal paylaşım ağıdır (Acar, 2019). Ayrıca ara yüzündeki sadelik ve kullanımında ki kolaylıkla her kuşaktan insana hitap eden bir uygulama olmasını sağlasa da daha çok genç nüfus arasında popülerdir (Kuğuoğlu, 2019).

Instagram uygulaması kullanıcılarına bir takım imkanlar sağladığı söylenebilir. Instagram, kullanıcılarına akıllı telefonlar aracılığıyla fotoğraf ve video çekmeyi, bunları dönüştürerek, filtrelemeyi ve farklı platformlarda paylaşabilme fırsatı vermektedir (Kara, 2018). Ayrıca Instagram, fotoğraf ve video paylaşımı yapan bir site olmasının dışında fotoğrafları akıllı telefon uygulamaları ile bir çok olanağı kullanıcılarına sağlayan medya paylaşım sitesidir (Elçiboğa, 2019).

Instagram'ın popülerliğinin hızla artmasını sağlayan en önemli etkenlerden biri insanların eğlenceli anlarında hızlıca bu anları paylaşabilmelerini ve insanlarla iletişim halinde kalabilme imkanı sağlayabilmesidir (Koyuncu, 2019). Sosyal medya aracılığıyla İnternet bağlantısına sahip herkesle iletişime geçilebildiği için bu açıdan bireysel, toplumsal etkilerini günlük yaşamda görmek çok doğaldır (Düvenci, 2012). Instagram çıktığı ilk zamanlarda sadece fotoğraf çekip, paylaşma özelliği sağlarken, sonrasında özelliklerini genişletip özellikleri arasına video çekime ve paylaşma da eklendi (Kapılı, 2019).

Kullanımlar Doymalar Yaklaşımı

Kullanımlar ve doymalar yaklaşımına göre, kitle iletişim araçları ile ilişkide etkin role sahip izleyicinin kitle iletişim araçlarını nasıl ve hangi gereksinimler doğrultusunda kullanacağını kararını verebilme yetisine sahiptir (Güngör, 2016 s. 126). Bu anlamda kullanıcıların bu süreçte etkin olduğu düşünülmektedir.

İzleyiciler medya içeriklerini ihtiyaçlarını giderebilmek için kullanır ve bu kullanımın sonucunda izleyicinin de ihtiyacı giderilmiş olur (Kahveci, 2020). Yaklaşımın genel bir perspektiften bakıldığında, insanların gereksinimlerini karşılamaları için medyaya yönelmelerinin ile sosyoekonomik ve sosyokültürel özelliklerle arasında oldukça anlamlı bir ilişki bulunur (İlbasmış, 2013). Ayrıca kullanıcılar sosyal medyanın sunduğu çeşitli olanaklar ile film/dizi izleme gibi eğlenceye yönelikte birçok etkinliği sosyal medya aracılığıyla gerçekleştirebilirler (Saatcıoğlu, 2019).

Yaklaşımında amaçlanan şey kitle iletişim araçlarının kullanımı insanların gereksinimlerini ne oranda karşılamada etkili olduğudur (Güngör, 2016). Kullanımlar ve doymalar kuramının temel fikri aktif bir izleyici tezine dayanır ve izleyici verilen içeriklerin arasından kendisi için ve amaçları için en uygun olanı seçer ve kullanır (Kahveci, 2020). Özetle medyanın kullanımında elde edilecek 4 temel doyma eğlence, enformasyon, kişisel kimlik, sosyal etkileşim olarak sıralanabilir (McQuail, 2010 akt. Saatcıoğlu, 2019).

AMAC

Bu araştırmanın üç temel amacı bulunmaktadır. Araştırmanın birinci amacı gençleri sosyal medya kullanımına yönlendirene etkenleri sorgulamak ve bu doğrultuda bir değerlendirme yapmaktır. Sosyal medyanın yeni nesil internet düzeni ile birlikte ortaya çıktığı söylenebilir, içeriği de kullanıcılar aracılığıyla oluşturulabilen ve eş zamanlı olarak erişim sağlanan yeni medya düzeni olarak tanımlanabilir (Acar, 2019). İnternet teknolojilerinin insanlara sağlamış olduğu çevrim içi etkileşim imkanı sayesinde bireyler, medya temelli oluşan gereksinimlerini bu yolla giderebilmişlerdir (Yaman, 2020). Bu durum sosyal medyanın bireylere çok yönlü bir iletişim ortamını sunmasını da sağlamıştır.

Kullanıcılar sosyal medya aracılığıyla, diğer kullanıcıların neler yaptıklarını öğrenebilir, gündemdekileri takip edebilir, fikirlerini paylaşır ve diğer kullanıcıların paylaşımlarını yanıt vererek bir iletişim kurabilmektedirler (Tepret, 2018). Bu durum sosyal medyanın kullanıcıları kendisine etkilemesi/çekmesi için bir avantaj sağlar. Ayrıca sosyal medya herkese birer üretici olma fırsatı da sağlar ancak insanlar bu platformlarda kendilerini bir üreticiden ziyade katılımcılar olarak görür (Koçak, 2012).

İnternet aracılığıyla, hayatımızın doğal bir parçası haline gelen sosyal medya kullanıcılarına yer ve zaman konusunda sınırlı olmayan küresel bir iletişim fırsatı tanımıştır (İçirgin, 2018). Bu durum sosyal medyanın geleneksel medyaya oranla daha geniş hedef kitleleri etkilemesinde yardımcı olmuştur (Yalçın, 2019). Ayrıca, sosyal medya kullanıcılara tamamen veya bir kısmı açık profiller oluşturmalarına izin verirken katılımcıların ilişki kurdukları insanlarla, sergiledikleri ve paylaştıklarının diğer kullanıcı profilleri tarafından gözlemlenmesini de sağlar (Donath ve boyd 2004, akt. Kara, 2013).

Çalışmanın ikinci amacı ise sosyal medyanın kullanıcılara hangi açıdan kolaylık sağladığını tartışmaktır. Sosyal medya çevrimiçi medyanın yeni bir türü olarak karşımıza çıkmaktadır (Koçer, 2012). Oluşan bu yeni türün kullanıcılarına sağladığı bazı kolaylıklar bulunmaktadır. Sosyal medya her şeyden önce yer, mekân, zaman sınırlaması olmadan insanların devamlı olarak iletişim ve etkileşim halinde olmalarına katkı sağlamaktadır (Yılmazsoy, 2018). Bu çağda toplumların daha önceleri hiç olmadıkları kadar birbirine yakınlaşması, küreselleşmenin getirdiği boyutla zaman ve mekân kavramlarında zihinsel açıdan çok farklı bir hale getirmiştir (Sığın, 2019). Ayrıca sosyal medya kullanıcılarına birçok açıdan kolaylık sağlarken hem zaman hem de maddi açıdan tasarrufu sağlamıştır (Kapılı, 2019).

Sosyal medya, tek kişinin ya da topluluk halindeki kullanıcıların özgünlükleri fikrinden hareketle şekillenir (Koçak, 2012). Kullanıcılar kurdukları profiller aracılığıyla birbirlerini tanırlar ve bu yapı her kişinin kendi istediği ile kullanıcılarla iletişime girmesi mantığı ile hareket etmektedir (Sığın, 2019). Yeni platformların ortaya çıkması insanlar arasındaki iletişimi, etkileşimi, bilgi paylaşımını ve buna bağlı olarak da sanal iletişime de katkı sağlamıştır (Biliciler, 2018).

Ayrıca son dönemlerde ise sosyal medya uygulama ve ortamları, insani nedenler, çevresel problemler, iktisadi konular ve politik tartışmaların da gerçekleştiği, bir iletişim merkezi özelliği kazanmaya başlamıştır (Şenyurt, 2011 akt. Zümrüt, 2016). Sosyal medya, kullanıcıların söz sahibi olmaları için de fırsat tanımaktadır. Sosyal medya, bilgiye ulaşmanın kolay ve özgür olabileceği, merkezîyetçiliğin yerine yerelleşmenin hatta bireyselleşmenin alacağı, katılımcılığın ön plana çıkacağı bir platformu oluşturmaktadır (Özpinar, 2016 s. 40).

Dolayısıyla sosyal medya kullanıcıların yoruma açık her konuda kendi fikrini beyan edebilmeleri için ortam hazırlamaktadır (Demir, 2019). Sosyal medya hızla büyümeye devam ederek, her bir organizasyonun ayrılmaz bir parçası haline geldiğini de söyleye biliriz (Acar, 2019).

Çalışmanın üçüncü amacı ise Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımından hareketle bireylerin sosyal medyadan nasıl doyum elde ettiklerini tespit etmektir. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşım'ının temeli medya kullanımlarının ve bu kullanımlar sonucunda üretilen tatminin belirlenmesi üzerine kuruludur (Yaman, 2020). Birey kendi bilinçli tercihiyle kitle iletişim aracını kullanarak böylece ihtiyacını doyuma ulaştırmış olmaktadır (Biliciler, 2018).

Sosyal medyanın kullanılma amacı kişiden kişiye değişir ve kullanıcılar sosyal medyayı bazen düşüncelerini kitlelere ulaştırmak için bazen de insanlarla iletişim kurarak olaylardan haberdar olabilmek için kullanmaktadır (Demir, 2019).

Dolayısıyla sunulan içerik aynı olsa bile her kullanıcı kendi amacına yönelik ihtiyaçları giderebilmek için sosyal medyayı kullanır (Yayla, 2018). Yaklaşımına göre, insanların gereksinimlerini gidermeye yönelik çeşitli açılardan olanaklarının temin edilemiyor olması durumunda bile alternatiflere bu gereksinimlerini gidermeye çalışırlar (Sucu, 2014). Kullanıcıların sosyal medyayı hangi amaçlarla kullanıyor olabileceklerini sorguladığımız bu çalışmada sosyal medya kullanıcılarının, bireysel ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik uygun içerikleri seçmekte son derece hür oldukları düşünülmektedir. Çalışmanın analizi için sosyal medya uygulamalarından Instagram kullanılacak olup kullanıcıların Instagram üzerinden sağladıkları doyumlar araştırılacaktır.

Sosyal medya platformlarının kullanımı giderek artış gösterdiğini söyleyebiliriz (Saatçioğlu ve İnanç, 2020). Dünyanın en büyük paylaşım ağı olan Instagram'ın aylık aktif kullanıcı sayısı 300 milyonu geçmiştir (İnce, 2017). Instagram'ın kısa sürede popüler hale gelmesinde, akıllı mobil telefonların her yerde, her an fotoğraf ve video çekme özelliğinin önemli katkısı vardır (Karaçelik, 2019). Özetle bu kuram insanların sosyal medya aracılığıyla doyum sağlayacakları fikrinden dolayı bu kurama kullanımlar ve doyumlar kuramı ismi verilmiştir (Sucu, 2014). Araştırmada sosyal medya kullanım amaçlarını tespit etmek ana amaç olduğu için bu açıdan araştırma için yaklaşım önemlilik oluşturmaktadır.

ÖNEM

Bu araştırmanın üç temel önemi bulunmaktadır. Araştırmanın birinci önemi, internet ve sosyal medya kullanımı genç nesil üzerinde aşırılığa çıkmış boyuttadır (Demir, 2019). Bu nedenle bu çalışmada gençlerin sosyal medyaya duydukları bu ilgi araştırılmak için önemli bulunmuştur. Araştırma ortaya konacak sonuç ve bulgularla beraber bu kavrayışa dair farklı bir pencere açması açısından oldukça önemli bulunmaktadır. Bugün zamanda geriye doğru yolculuk yapıldığında, İletişim alanında ortaya çıkan en büyük devrimlerden birinin internetin çok hızlı gelişimi ve yaygınlaşması olduğu söylenebilir (Sığm, 2019). İnternet teknolojileriyle birlikte gelişen sosyal medya da insanların hayatının önemli bir parçası haline gelmiştir.

Günümüzde sosyal medya, gelir, yaş ve yaşanan toplum özellikleri gözetmeksizin tüm insanlar tarafından kullanılmaya başlanmıştır (Demir, 2019, s. 5). İnsanlar yapısı gereği sosyal ve etkileşime açık yapıdadırlar (İnce, 2017). Dolayısıyla sosyal medyanın bu etkileşimi sosyal paylaşım ağlarının temel çıkış noktasını oluşturur. Sosyal medya bireylere var olan etkileşimlerini devam ettirmekte veya doğacak yeni etkileşimleri kurması açısından katkı sağlar (Özpınar, 2016). Bu etkileşim sayesinde sosyal medya bireylere özgürce içerik üretmesine imkân vermesi ve enteraktif bir platform olması nedeniyle çift yönlü iletişim imkânı sunmaktadır (Yalçın, 2019).

İletişim ve internet teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler ve dönüşümler, yeni pratiklerin ve ihtiyaçların doğmasına sebep olmuştur (Yaman, 2020). Böylelikle iletişim, önündeki mekansal ve zamansal engelleri yok ederek, dünyanın en uzak mesafeleri arasında bile anlık olarak iletişimin kurulmasına imkan sağlamaktadır (Kahveci, 2020). Sosyal medya bireylere iletişim halinde olabilmeleri için mesafelerin düşürülmesi açısından kolaylık sağlarken diğer bir açıdan yüz yüze temaslarını da kısaltır (Sucu, 2014). Oysa yeni teknolojiler ile kurulan ilişki ne kadar güçlü olursa toplumların dönüşümünün de o kadar hızlı ve üretken olacağını söyleyebiliriz (Sığm, 2019). Dolayısıyla dünya çapında internetin daha geniş kapsamlı kullanılmaya başlanması, mobil araçların yaygınlaşması ile sosyal medya araçları yerel olmaktan çıkmış, küresel dünyaya açılmasını sağlamıştır (Tepret, 2018).

Sosyal medyayı anlamak için sosyal medya araçlarını incelemek ve her biri farklı özelliklere sahip bu araçlardan ayrı ayrı bahsetmek sosyal medyanın kavranması için daha sağlıklı bir yapı oluşturulmasına yardımcı olur (Akar, 2010 akt. Küçükgöncü, 2018). Bu nedenle araştırmanın ikinci önemi ise, sosyal medya platformlarından biri olan Instagram'ın kavranmasına katkı sağlayacak olmasıdır. Instagram'ın ara yüzünü sade ve kullanımının kolay olması özelliğiyle her kuşağa hitap ediyor olsa da bu uygulama daha çok gençler arasında popülerliğini koruduğu fikri araştırmanın çıkış noktasını oluşturur (Kuğuoğlu, 2019).

Sosyal medya, dünya üzerinde milyonlarca insanın kendi istek ve ihtiyaçları doğrultusunda bilgisayar sistemleri ile bilgi alışverişinde bulunabildiği ve başka insanlarla çevrimiçi iletişim kurabildiği bir sistemdir (Odabaşı ve diğerleri 2007, akt. İnce, 2017). Sosyal medya uygulamalarından Instagram'da insanlar diğer insanlara hem beğendikleri içerikleri hem de çeşitli konularda mesajlar gönderebilirler (Tepret, 2018).

Instagram aracılığıyla kullanıcılar kişisel fotoğraflarını ya da sevdiklerini, çektikleri fotoğrafları paylaşmakta, diğer kullanıcıların paylaşımlarını beğenmekte ve yorum yapmaktadır (Küçükgöncü, 2018). Kendini tekrar etmekten

sakınıp her geçen gün özelliklerini revize eden Instagram'ın şu an günümüzde fotoğraf ve videoların filtrelenerek paylaşılması, özel veya grup sohbet alanlarının olması gibi özellikleri gibi pek çok özelliği vardır (Kaya, 2019). Instagram zamanla da hızla yükselerek günümüzde en çok kullanılan sosyal medya platformları arasına girmeyi başarmıştır (Yalçın, 2019).

Bu sistemler geleneksel medyadan farklı olarak dinamik bir platform olarak kabul edilmektedirler (Yalçın, 2019). Bu dinamikliğe kullanıcılar da katkı sağlamaktadır. Sosyal medyadaki en önemli unsur sosyal medyanın izleyici, okuyucu ya da bir başka ifade ile kullanıcının katılımı ve paylaşımıdır (Özpinar, 2016). Geleneksel medya, içerikleri kullanıcılara ulaştırırken bir takım kaynaklarla bunu sağlarlar ancak sosyal medya aracı kaynaklara ihtiyaç duymadan kullanıcılara bilgi erişimini ücretiz kılar ve bu platformlara her kesimden insan erişim sağlanabilmektedir (Şahinsoy, 2017).

Araştırmanın üçüncü önemi, araştırmada gençlerin sosyal medyadan elde ettikleri doyumların kullanımlar ve doyumlar yaklaşımından hareketle açıklanması benzer araştırmalara da ışık tutacaktır. Kitle iletişim araçları üzerine şekillenen kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, kullanıcıların veya izleyicilerin aktif olmaması ve sürekli alıcı konumunda olmasına karşılık ortaya atılan bir yaklaşımdır (Erdoğan, 2017). Yaklaşımın göre, kullanıcıların doyuma ulaştırılması gereken çeşitli sosyal ve psikolojik ihtiyaçları vardır ve medya seçimini de bu ihtiyaçlar doğrultusunda gerçekleştirerek, pasif konumdan aktif konuma geçmektedirler (Biliciler, 2018).

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bireyleri kitle iletişim araçlarını kullanan etkinler olarak görür edilgen ve sadece alıcı olarak görmez, bu yaklaşıma göre bireyler medyayı var olan bazı ihtiyaçlarını gidermek için etkin bir biçimde kullanırlar (Lull, 2001 akt. Sucu, 2014). Ayrıca yaklaşım bireyi merkeze alan yaklaşımların arasında en önde gelir ve bu yaklaşım, kitle iletişiminde süreç de gönderici unsurunun önemini giderek azaldığını, asıl önemli olanın unsurun izleyici aracılığıyla iletile yüklenen anlamın olduğunu söylemektedir (Yaman, 2020).

Bununla birlikte kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, izleyiciyi veya kullanıcıyı edilgen ve sürekli alan kitle olarak görülmesine karşılık ortaya çıkan bir yaklaşım olduğunu söyleyebiliriz (Erdoğan, 2017). En temel ihtiyaçların arasında kabul edilen sosyal çevrenin geliştirilmesi, teşhir edilmesi gibi unsurlar sosyal paylaşım ağlarının bugün milyarlarca insan tarafından kullanılan bir fenomen haline gelmesinde en büyük etkidir (İnce, 2017). Bu açıdan birçok yönden olduğu gibi kuramsal kavrayış yönünden de önemlidir. Bu çalışmada sosyal medya kullanım amaçları ve Instagram'ın etkisi tespit edilmeye çalışılacaktır.

Kuramsal Temel

Bu araştırmanın kuramsal temelini Kullanımlar Doyumlar Yaklaşımı oluşturmaktadır. Yaklaşımın temeli Katz ve Blumler (1974)'in araştırmalarına dayanmaktadır. Kurama göre kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının 5 temel özelliği/ilkesi bulunmaktadır (Katz,1974 akt. Temel, 2019). Bu ilkelerden ilki izleyici aktifliğidir, ikincisi izleyicinin bir takım inisiyatiflere sahip olmasıdır, üçüncüsü medyanın tek doyum kaynağı olmasıdır, dördüncüsü insanların gereksinimlerinin farkında olduklarıdır, beşincisi de medyanın kültürel önemine ait bir takım değer yargıları göz önünde bulundurulmamalıdır ilkesidir (Temel,2019).

Bu ilkelerin ilgili çalışma ile ilişkisi incelenmiştir. Araştırma da aktif sosyal medya kullanıcısı gençler hedef kitle olarak seçilmesi birinci ilke olan izleyici aktifliği ilkesi ile yakından ilişkilidir. Kullanımlar Doyumlar Yaklaşımı kullanıcıların ihtiyaçlarına göre çeşitli iletişim araçlarını kullandıkları fikrine kısaca aktif izleyici fikrine dayanır (Erdoğan ve Alemdar, 2010). Yaklaşımın temelini kuran aktif izleyici fikrine göre, bireyler verilen içerikleri gereksinimlerine yönelik seçer ve kullanır (Koçak, 2012). Aktif izleyici fikri etrafında oluşan en önemli kuram Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı'dır (Yıldırım ve diğerleri,2018).

Geçmişten günümüze teknolojinin gelişimi iletişim araçlarını da etkilemiştir bu durum bu araçların çeşitliliğini de arttırmıştır. İletişim bireylere araçları çeşitli açıdan etkileşim sağlayarak hayatımızda kolaylık tanımaktadır bu bağlamda şüphesiz en önemli rol internetin kullanımının genişlemesidir (Çemrek ve diğerleri, 2014). Bu bağlamda izleyicinin bir takım inisiyatiflere sahibi olmasına ilişkin ikinci ilke bu araştırma ile yakından ilişkilidir.

Araştırmada ki sosyal meydanın insanları doyuma ulaştırmada katkı sağlayan bir araç olduğu fikride üçüncü ilke olan medyanın tek doyum kaynağı olması ile ilişkilidir. Yaklaşımın şekillendirilmesinde araştırmacılar, bireylerin ihtiyaçlarına ve medyayı etkin kullanılmasına odaklanırlar ve fikirlerine göre bireyler günlük hayattaki gereksinimlerini farklı şekillerde giderirler (Göncü, 2018). Araştırmacıların birçoğunun yaklaşımı önermesinin nedeni, bireylerin medya içeriklerini kullanılma nedenleri ve bu kullanımdan alınan doyumları anlamak içindir (Karakoç ve Gülsünler, 2012). Bu durumun sonucunda izleyicinin ihtiyacı giderilerek mevcut ihtiyacı doyurulur böylelikle izleyiciler ihtiyaçları yönündeki medya içeriklerini kullanarak doyuma ulaşmış olur (Yaylagül, 2006).

Araştırma sosyal medya kullanıcılarının hangi gereksinimlerle sosyal medyayı kullandıkları sorusu etrafında şekillenir. İlkelerin dördüncüsü olan insanların gereksinimlerinin farkında oldukları ilkesi bu bağlamda araştırma için oldukça önemlidir. Sosyal medyanın günümüzde yaygın bir biçimde kullanımı, kullanımına ilişkin sıklık ve bu araçlara yönelik kullanım alışkanlığı, iletişim biçimleri gibi faktörlerin dönüşümü toplumsal hayatındaki dönüşümü de ortaya koymaktadır (Üçer, 2016). Öyle ki artık sosyal medya bireylerin yeme-içme davranışlarına, eğlenme anlayışına, siyasi açıdan oy verme davranışına, içerik üretimine haberlerden, reklamlara kadar hayatımızın birçok alanını düzenlenmektedir (Canöz, 2016). Bireyler medya tarafından sunulan içerikleri kullanarak gereksinimlerini gidermiş olurlar. Örnek olarak bir insanın eğlence ihtiyacını herhangi bir televizyon

programının izlemesi izleyiciyi doyuma ulaştırırken kitap veya makale okumakta bilgiye ihtiyaçı olan izleyiciyi bilgi ihtiyaçı yönünden doyuma ulaştırabilir (Yaylagül, 2006, s. 63).

Bu bağlamda iletişim araçları aracılığıyla sunulanları seçmek alıcının kendisine aittir (Balcı ve diğeri, 2010, akt. Koçak, 2012). Dolayısıyla sosyal medya kullanma, kullanımı sayesinde hangi ihtiyaçların giderildiğı ve kullanıldığında elde edilen doyumların araştırması önemlidir (Üçer, 2016). Diğeri bir ifade şekliyle Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımı insanların, medyada edilgen değil etkin olduğunu düşünür (Yayla, 2018). Bu yaklaşımla izleyici pasif bir konumdan çıkıp aktif bir konuma geçtiğı savunulur (Göncü, 2018). Geleneksel medya yeni medyadan farklı olarak medyaya bireylerin aktif bir biçimde katılmaları için şans tanır ve bu durum, bireylerin her türlü istek veya beklentisini rahatlıkla dile getirebilmelerine ve kolaylıkla iletebilmelerine imkan sağlamaktadır (Biçer ve Şener, 2020).

İnsanlar mevcut gereksinimlerine yönelik belirli kullanımlara yönelerek bu gereksinimlerini gidermeye çalışırlar ve kitle iletişim araçları da bu süreçte gereksinimlerin giderilmesine önemli katkı sağlamaktadır (Üçer, 2016). Bireyler ihtiyaçları giderilerek medyada sunulanlarla ihtiyaçları doyuma ulaştırılmış olur (Yaylagül, 2006). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı gereksinimlerin giderilmesi için kullanılan araçları ve onların nasıl kullanıldığını ve araçlara karşı duyulan beklentiyi sosyal ve psikolojik kökenlerle analiz etmeyi amaçlayan bir yaklaşımdır (Koçak, 2012).

İnternetin günümüzde giderek yaygınlaşması bireylerin internet aracılığıyla sosyal medyayı değerlendirmeleri ve hangi amaçlarının doyumunu sağladıkları fikri bu çalışmanın sorgulama alanını oluşturmaktadır (Yayla, 2018). İnternet ve sosyal medyanın hayatlarımızda önemli bir parça haline gelmesiyle bireyler içerik üreticisi konumuna geçmiş ve popülerliğini bu yolla kazanmıştır (Yıldırım ve diğeri, 2018, s. 46). İletişim teknolojilerinin günümüzde hızlı gelişmesi çeşitliliğı arttırırken; iletişim ve etkileşimi de kolaylaştırır (Çemrek ve diğeri, 2014). Sonuç olarak bu çalışma gençlerin kullanımlar ve doyumlar kuramı ışığında iletişim araçlarını hangi hedefler doğrultusunda kullandığını, bu hedeflerin bireyleri medyayı kullanımına yönlendiren etkisi ve bu hedeflere ulaşımında bireylerin ihtiyaçlarının medya aracılığıyla nasıl doyurulduğunu anlamaya ve anlamlandırmaya çalışır. (Bayram, 2008). Medyanın ihtiyaçları giderebildiğı üzerine sıklıkla konuşulan bu konu günümüzde sosyal medya olarak bilinen yeni medya aracılığıyla daha etkili şekilde de giderilebilir olduğu bu çalışmada düşünülmektedir (Karakoç ve Gülsünler, 2012).

LİTERATÜR TARAMASI

Gençlerin sosyal medya kullanım amaçları konusu ile ilgili literatürde çeşitli araştırmalar bulunmaktadır. Bu araştırma konusuna yönelik literatür taraması sonucunda çalışmada yer verilecek ilk araştırma, Koçer (2012)'in sosyal medya kullanım amaçları konusunda yaptığı araştırmadır. Bu araştırmada, üniversite öğrencileri hedef kitle olarak belirlenmiş olup sosyal medyanın kullanımına ilişkin bir takım verilerin saptanması amaçlanmıştır. Öğrencilerin internet ve sosyal medya tüketiminin sosyal ve demografik yönleriyle değışiklik sağlayıp sağlamadığının tespit edilmesi araştırmanın bir diğeri önemli amacıdır.

Araştırmanın bulgularına bakıldığında, katılımcıların sosyal medyayı sıklıkla arkadaşlarıyla iletişim halinde olmak, bilgi ile etkileşim halinde olmak ve bilginin dağıtımını sağlamak için kullandıkları görülmektedir. Öğrencilerin sosyal ve demografik özellikleri analiz edildiğinde, araştırmaya ilişkin kadın katılımcı ve erkek katılımcı değeri birbirlerine yakın bulunmuş olup, yaş ortalamasının ise çoğunlukla 19-24 yaş grubu arasında olduğu görülmektedir. Öğrencilerin sosyal medya kullanımı analiz edildiğinde büyük orandaki öğrencilerin internete her erişim sağladıklarında en az bir defa sosyal medya ortamlarından birine ziyaret ettikleri ve en çok kullandıkları sosyal medya sitelerinin Facebook, Twitter ve Youtube olduğu görülmüştür. Sonuçların internet bakımından değerlendirilmesinde, internet ile her etkileşim kurulmasında öğrenciler açısından ortalama 30 dakikadan daha çok internet ortamında vakit geçirenlerin oranı oldukça yüksek çıkmıştır.

Araştırma ile araştırmaya kaynaklık eden bu çalışma arasındaki ilişki gençlerin internet ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarının ve onları bu kullanıma yönlendiren etkilerin öğrenilmesi bakımından önem taşımaktadır. Bu araştırma da internetin hayatımıza girmesiyle birlikte sosyal medyanın gençler tarafından sıklıkla tercih edilen bir mecra olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda bu benzer araştırmanın bu çalışmaya ışık olması, sonuçlarında birlikte değerlendirilmesi açısından yararlı olacağı düşünülmektedir.

Literatür taraması sonucunda çalışmada yer verilecek ikinci araştırma, Köseoğlu (2012)'nin sosyal ağ sitesi Facebook'un kullanıcılarının motivasyonları nı hakkında yaptığı araştırmadır. Araştırmada sosyal ortamlarının farklı olanaklar tanır yani hem kullanma hem de üretme imkanı veren böylelikle bireyleri geniş izleyici kategorisine alan ortamlar olduğu fikriyle hareket edilmektedir. Bu bağlamda araştırma çalışması yaygın izleyici özelliğı gösteren kullanıcıları sosyal ortamlara yönlendiren etkenleri ve edinilen doyumları tespit edilmesi açısından da oldukça önem taşımaktadır.

Araştırmanın bulgularına bakıldığında, Facebook'un, gerçek yaşamda daha önce bir araya gelinmeyen yada karşılaşılmayan bireylerle iletişim halinde olmanın dışında daha çok, gerçek yaşamda daha önce karşılaşılacak bireylerle var olan ilişkilerini kuvvetlendirmeye yönelik kullanılan bir araç olduğu görülmüştür. Araştırmaya katılan erkek katılımcıların sayısı kadın katılımcılardan daha fazla olup katılımcıların büyük çoğunluğu 18 ve 22 yaşları aralığında olduğu görülmüştür. Bu araştırmanın bulgularına yönelik değerlendirmelerde bulunulduğunda,

Facebook'a yönelik bireylerin harcamaları ve gereksinimleri artıkça günde bu ortamda geçirilen süre ve Facebook'a girişleri genel olarak arttığı görülmüştür. Ayrıca Facebook kullanıcılarının bazı gereksinimlerini karşıladığı görülmüştür.

Araştırma ile araştırmaya kaynaklık eden bu çalışma arasındaki ilişkiye bakıldığında, iki araştırmanın sosyal medya kullanıcılarının psikolojik ve sosyolojik açıdan ihtiyaçlarını gidermek için sosyal medyayı kullandıkları fikriyle hareket ettikleri söylenebilir. Günümüzde sosyal medyanın hayatımızın önemli bir parçası olması ve sosyal medyaya bireyler tarafından bu bağlamdaki hızlı tüketimi her iki çalışma için de bir merak konusu olmuştur. İlgili araştırma ve bu araştırma çalışmasının kuramsal temeli Kullanımlar Doyumlar Yaklaşımına dayandığı görülmektedir.

Literatür taraması sonucunda çalışmada yer verilecek üçüncü araştırma, Solmaz ve diğerleri (2013)'nin internet ve sosyal medya kullanımı üzerine yaptığı araştırmadır. Araştırmaya göre, kullanıcı sayısının her geçen gün artması sosyal medyayı hayatımızda bir parçası haline getirmiştir. Araştırmada, insanların yeni iletişim olanaklarını keşfetmeleri ve kullanmaya başlamaları internet ve sosyal ağlar sayesinde gerçekleştiği vurgulanmaktadır. Bu çalışmada insanları sosyal ağları kullanmaya iten nedenlerin araştırılması önemli bulunmuştur.

Araştırmanın bulgularına bakıldığında, katılımcıların neredeyse her gün sosyal ağları kullandıkları ve nispeten 1-3 saat aralığında sosyal ağ ortamlarında vakit harcadıkları görülmüştür. Araştırmaya katılan erkek katılımcıların sayısı kadın katılımcılardan daha fazla olup katılımcıların büyük çoğunluğunun 18-24 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Araştırmaya göre katılımcıların neredeyse tamamına yakını sosyal medyayı kullanmaktadır. Sosyal medyanın hayatımızın önemli bir parçası olduğu fikrinden hareket eden araştırmanın bulgularına göre katılımcıların sosyal medyayı kullanım düzeyleri yüzde doksanın üzerindedir. Katılımcıların kullanmayı tercih ettikleri sosyal mecraların daha çok Facebook ve Twitter olduğu görülmektedir. Araştırmanın sonucuna göre sosyal medya çok çeşitli amaçlar için kullanılmakta olup daha çok eğlenme, rahatlama, boş zaman değerlendirilmesi, mesaj gibi çok farklı konulardaki kullanım amacıyla tüketimi tercih edilen bir araç konumundadır.

Araştırma ile araştırmaya kaynaklık eden bu çalışma arasındaki ilişkiye bakıldığında, küresel dünyada internet ve sosyal medyaya ilişkin kullanım her geçen gün artmakta olup iletişim halinde olmaya ve çeşitli konulardaki verilerin aktarılmasına yarar sağlayan iletişim aracı olması ilgili araştırma ve bu araştırmanın inceleme alanını oluşturmada katkı sağlamıştır. Yaşamımıza yönelik büyük etkileri olan bu ağ ortamlarının daha etkin ve daha iyi açılardan kullanılması ilgili araştırma ve bu araştırma çalışmasının için temel esastır.

Literatür taraması sonucunda çalışmada yer verilecek dördüncü araştırma, Tektaş (2014)'in üniversite öğrencilerinin sosyal ağları kullanmalarına yönelik yaptığı araştırmadır. Üniversite öğrencilerinin sosyal ağlara bakış açılarını analiz ederek tespitlerde bulunmak üzere hazırlanan çalışmada, bulgular analizi yapılarak sosyal mecraları hangi gereksinimleri için kullandıkları tartışılmıştır.

Araştırmanın bulgularına bakıldığında, erkek katılımcıların sayısı kadın katılımcılardan daha fazladır. Araştırmada öncelikle katılımcıların interneti kullanma durumlarına bakılmış ve araştırmaya katılan katılımcıların büyük oranı interneti aktif olarak kullandıkları bulgusuna ulaşılmıştır. Araştırmanın bulgularına göre katılımcıların çoğunluğu internette geçirdiği vaktin geniş bir bölümünü sosyal medya ortamlarında geçirmektedirler. Katılımcıların interneti kullanma sürelerine bakıldığında ise katılımcıların yüzde altmışından fazlası en az iki saat internette zaman harcamaktadır. Araştırmaya katılanların internette harcadıkları vaktin büyük bir kısmını sosyal mecralarda geçirdikleri ve katılımcıların dikkatlerini sosyal medya ortamlarına çevirdiği görülmektedir. Sonuç olarak katılımcıların sosyal medyayı çoğunlukla kullandığı ve sosyal mecralarda zamanlarının büyük bir kısmını bu ortamlarda geçirdikleri görülmüştür. Araştırmaya katılanların çoğunluğunun sosyal mecraları boş vakitlerini değerlendirmek veya eğlenmek için tercih ettikleri tespit edilmiştir.

Araştırma ile araştırmaya kaynaklık eden bu çalışma arasındaki ilişkiye bakıldığında, ilgili iki araştırma çalışmasının da hareket noktası sosyal mecraların genişlemesi fikridir. Günümüzde her şey ölçülebilir bir yapıdadır dolayısıyla sosyallikte böyledir bu durumun ölçülebilir bir yapıda olmasını sağlayan durum iki araştırmanın da çıkış noktasını oluşturmaktadır. Dolayısıyla sosyallığın bağlamını büyük oranda sosyal medya araçları oluşturabilir. İnsanlar arasında yaygın olarak kullanılan sosyal mecraların hayatımızın merkezinde önemli bir yerinin olması ilgili araştırma ve bu araştırma çalışmasının ilişkisinde dikkat çekilen fikir olmaktadır.

Literatür taraması sonucunda çalışmada yer verilecek beşinci araştırma, Küçükali (2016)'nin üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımlarına yönelik yaptığı araştırmadır. Araştırma aşamaları tamamlanmaya çalışılmıştır. Araştırmada katılımcıların demografik özellikleri de göz önünde bulundurularak bulgular ortaya konulmaya çalışılmış ve araştırma sorularıyla öğrencilerin internette ve sosyal medyada geçirdikleri zaman amaçları belirlenmeye çalışılmıştır. Katılımcıların sosyal medya kullanımına ilişkin sorularla tespitlerde bulunmaya çalışılmıştır. Diğer bölümde ise sosyal medyanın hususlarının kullanıcılara katkı sağlayıp sağlamadığı ve öğrencilerin sosyal medya ve yaşamlarındaki ilişki saptanmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın bulgularına bakıldığında, araştırmaya katılan kadın katılımcı sayısı erkek katılımcı sayısından daha fazladır. Katılımcıların yüzde sekseninin yaşlarının sırası 19- 21 yaş aralığında olduğunu görülmektedir. Araştırmanın bulgularına göre araştırmaya katılan katılımcıların çoğunun sosyal mecraları eğlenme ve rahatlama

için kullandığı görülmüştür. Katılımcıların büyük oranı sosyal medyada günlük ortalama 3 saat zaman harcadığı saptanmıştır. Araştırma çalışmasının bulgularında sosyal medya mecralarında eğlenmeye ayrılan uzun zamanlar, yapılacak yeni eğitim içerikleri ile sosyal medya mecralarının kullanımı katılımcıların gelişimine olumlu etkilemesi ve sosyallik anlayışına da daha farklı bir şekilde karşılınmış olacağını düşünülmektedir.

Araştırma ile araştırmaya kaynaklık eden bu çalışma arasındaki ilişkiye bakıldığında, ilgili araştırmada yaş ve eğitim düzeyi bağlamında internet kullanımının üniversite öğrencileri arasında en yaygın olduğu düşünülmüştür. Bu fikirden hareketle ilgili araştırma çalışmasında hedef kitle olarak gençler tercih edilmiştir. Araştırma ile araştırmaya kaynaklık eden bu çalışmanın benzerliği hedef kitle tercihidir. Ayrıca ilgili araştırma çalışmasında ve bu araştırmada gençlerin sosyal medyayı kullanma nedenleri ve sosyal medyanın gençler üzerindeki etkileri ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

Literatür taraması sonucunda çalışmada yer verilecek altıncı araştırma, Aydın (2016)'nın üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımına yönelik yaptığı araştırmadır. Çalışmada sosyal medya kullanıcıları öğrencilerin hangi kullanım alışkanlıklarına sahip olduklarını belirlemek için bu anlamda sosyal ağlara ilişkin tutumlar sorgulanmıştır. Bu bağlamda öncelikle öğrencilerin internet ile ilişkileri yaş, cinsiyet özellikleri bakımından analiz edilmiştir. Araştırmanın birinci bölümünde katılımcıların internet kullanımını ile ilgili bilgilere yönelik saptama yapılmıştır. Diğer bölümde ise katılımcıların sosyal medyaya yönlendiren amaçların ne olduğu saptanmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın bulgularına bakıldığında, katılımcıların sosyal medya kullanım alışkanlıklarını tespit etmeyi amaçlayan çalışmaya katılan erkek katılımcı sayısı kız katılımcı sayısından daha fazladır. Katılımcıların interneti kullanımı konusunda kadın ve erkek gruplarının her ikisi de kendilerinin bu konuda yeterli bulmuştur. Araştırma bulgularına göre katılımcıların iletişim halinde bulunabilmek için çoğunlukla iletişim araçlarından akıllı telefonları kullanmayı seçtikleri tespit edilmiştir. Katılımcıların internet kullanım sıklıklarına bakıldığında bu sıklığın her gün beş-altı saat arasında olduğu görülmüştür. Ayrıca İnternet kullanımının yaş ortalamasına bakıldığında bu ortalamanın 16-24 yaş arasında olduğu saptanmıştır. Katılımcıların çoğunluğu kullanmak için seçtikleri sosyal medya aracının Facebook olduğunu söylemişlerdir.

Araştırma ile araştırmaya kaynaklık eden bu çalışma arasındaki ilişkiye bakıldığında, iki araştırmanın birbirleriyle ilişkili olduğu nokta hedef kitle olarak gençlerin tercih edilmesidir. Ayrıca ilgili araştırmada gençlerin internet kullanımı ve interneti kullanma sıklıklarına ilişkin değerlendirmelerde bulunulmuştur. İlgili araştırma ve bu araştırmanın bir diğer ilişkisi ise benzer olarak çalışmada sosyal medya kullanma amaçları tartışılmıştır. Dolayısıyla iki araştırmada da sosyal medya kullanım amaçları nelerdir sorusuna cevap aranmaya çalışılmıştır.

Literatür taraması sonucunda çalışmada yer verilecek yedinci araştırma, Yıldız ve Demir (2016)'ın üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı internet ve sosyal medyaya yönlendiren amaçlar belirlenmeye yönelik araştırmadır. Araştırmada katılımcıların sosyal medya kullanım alışkanlıklarına ilişkin tespitlerde bulunulmaya çalışılmıştır. Ayrıca araştırmada internet ve sosyal medyanın insanların iletişimde buldukları ve bilgi paylaştıkları bir alan olduğu fikriyle hareket edilmektedir.

Araştırmanın bulgularına bakıldığında, katılımcıların internete daha çok sosyal medya ortamlarında bulunabilme, bilgi aktarımında bulunabilme ve eğlenme konuları için katılımcıların bu ortamlara yöneldiği analiz edilmiştir. Sosyal medyanın kullanım amaçlarına bakıldığında da benzer sonuçlar ortaya çıkmış ve katılımcılar vakitlerini geçirme amacıyla benzer amaçlar için bu ortamları kullandıkları ortaya çıkmıştır. Araştırmanın bulgularına göre araştırmaya katılan kız öğrenci sayısı erkek öğrenci sayısından daha fazladır. Ayrıca araştırmaya katılan katılımcıların büyük çoğunluğunun 20 yaş ve üzeri olduğu görülmüştür. Kadın katılımcıların erkekler katılımcılara oranla interneti bilgi paylaşabilmek ve sosyal medyayı kullanmak amacıyla daha fazla tercih ettikleri saptanmıştır. Buna karşılık, sosyal medyanın kullanımının cinsiyete göre ilişkisi incelendiğinde sosyal medyaya yönelme açısından olumlu bir ilişkiye rastlanmamıştır.

Araştırma ile araştırmaya kaynaklık eden bu çalışma arasındaki ilişkiye bakıldığında, ilgili araştırmada internet ve sosyal medyanın hangi amaçlarla kullanıldığı araştırılmaya çalışılırken hedef kitle olarak üniversite öğrencileri gençler tercih edilmiştir. Bu noktada internet ve sosyal medyanın yaygınlaşmasında genç nüfusun etkili olduğu fikri ilgili araştırmanın ve bu araştırmanın çıkış noktası sayılabilir. Buradan hareketle iki araştırmanın ortak çıkış noktası sosyal medyayı en çok kullanan bireylerin gençler olduğu fikridir. Bu açıdan bu konunun irdelemesi bireylerin sosyal, kültürel ve çok çeşitli açıdan gelişimleri açısından etkili olabilecek bir faktördür.

Literatür taraması sonucunda çalışmada yer verilecek sekizinci araştırma, Koçak ve İnce (2019)'nin gençlerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarını kullanımlar doyumlar yaklaşımı bağlamında inceledikleri araştırmadır. Araştırmada gençlerin sosyal medyaya yönelme nedenleri ve kullanım sıklıklığı ortaya koyularak sosyal medyanın bireylerde hangi olumsuz veya olumsuz durumlara sebep olduğu belirlemeye çalışılmıştır.

Araştırmanın bulgularına bakıldığında, katılımcıların sosyal medya kullanım alışkanlıklarını tespit etmeyi amaçlayan bu çalışmada araştırmaya katılan erkek katılımcı sayısı kız katılımcı sayısından daha fazladır. Araştırmada, kadın katılımcıların erkekler katılımcılara oranla daha fazla sosyal medyaya bağımlı olarak yaşadıkları ve kadınların sosyal medya kullanımında erkeklere göre çok daha fazla zihinsel açıdan yorgunluk yaşadığı bulgusu bulunmuştur. Araştırma kapsamında kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında katılımcılar derinlemesine analiz edilmiştir. Araştırmadaki diğer bulgu ise katılımcıların sosyal medya kullanım amaçları

açısından eğlence ve vakit geçirme kullanıcıların en çok tercih ettiği konular olmuştur. Diğer yandan sosyal medya kullanım nedenleri incelendiğinde bu nedenlerden en az önemli bulunan neden katılımcılar tarafından insanları tanıma ve insanların diğer insanlara ilişkin araştırma yapma isteği olmuştur.

Araştırma ile araştırmaya kaynaklık eden bu çalışma arasındaki ilişkiye bakıldığında, ilgili araştırma ve bu araştırma çalışmasında sosyal medyanın kullanıcılarına zaman geçirebilmeleri için çok farklı seçenekler sunduğu düşüncesinden hareket edilmektedir. Ayrıca iki araştırma çalışmasında da kullanımlar ve doyumlar kuramı perspektifinde katılımcıları sosyal medyaya yönlendiren etkenler ele alınmıştır. Buradan hareketle ilgili araştırma ve bu araştırma çalışmasının diğer bir ilişkisi ise hedef kitle olarak gençler tercih edilmiş olmasıdır.

Literatür taraması sonucunda çalışmada yer verilecek dokuzuncu araştırma, Çömlekçi ve Başol (2019)'un sosyal medya kullanım amaçları açısından yaptığı araştırmadır. Çömlekçi ve Başol (2019) araştırma çalışmasında gençlerin sosyal medyayı hangi amaçlarla kullandığı tespit etmeye çalışmışlardır. Ayrıca bu araştırmada bireyleri sosyal medyaya yönlendiren amaçların sosyal medya bağımlılık düzeyleriyle arasındaki ilişki ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın bulgularına bakıldığında, katılımcılar sosyal medyayı daha çok eğlenmek, iletişim halinde olma ve gündeme ilişkin takip amacıyla; en az hangi durumlarda kullandıklarına bakıldığında ise bireylere ulaşabilmek, kişisel paylaşımlar ve bireylerin diğer bireyleri daha iyi tanıması için kullanılabile seçtiği görülmüştür. Bu bulgular ışığında araştırmada kullanıcıların sosyal medyayı ortalama 4 saat 16 dakika harcadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medya mecralarına yönelik bulgulara bakıldığında Instagram, Youtube ve Twitter gibi uygulamaları diğer uygulamalara oranla daha çok bu hesapları kullandıkları görülmüştür. Ayrıca Instagram'ı katılımcılar hem sıklıkla kullanmakta hem de haberleri en sık haber aldıkları sosyal medya ortamı olduğu saptanmıştır. Bu ortamların kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelendiğinde, çalışmada katılımcıların boş zamanlarını değerlendirmeleri, fikir alışverişlerinde bulunabilmeleri ve benzeri nedenlerin sosyal medya bağımlılığı ile anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu görülmüştür.

Araştırma ile araştırmaya kaynaklık eden bu çalışma arasındaki ilişkiye bakıldığında, ilgili araştırma ve bu araştırma çalışmasında gençlerin sosyal medya kullanım amaçları konusu aydınlatılmaya çalışılmıştır. İki çalışmada da hedef kitleyi gençler oluşturmaktadır. İlgili araştırma ve bu araştırma çalışması bilgi açısından hız ve yer bağlamında gündelik hayatı kolaylaştıran faydalarının incelenmesi açısından önem taşımaktadır. Bunun yanı sıra ilgili araştırma ve bu araştırma çalışmasının yanı sıra teknolojilerin olumsuz yönlerine ilişkin sosyal medya bağımlılığı konusunu da araştırmışlardır.

Literatür taraması sonucunda çalışmada yer verilecek onuncu araştırma, Yayla (2018)'nin sosyal medya kullanımına ilişkin kullanımlar ve doyumlar yaklaşımından hareketle yaptığı araştırmadır. Araştırmada katılımcıları Instagram uygulamasını kullanmaya teşvik eden motivasyonların neler olduğu tespit etmesi amaçlanmaktadır. Ayrıca araştırmadaki bir diğer amaç katılımcıların, sosyal mecraları kullanım sürelerinin ve demografik özelliklerinin Instagram kullanmaya yönlendiren nedenlerle arasında bir ilişkinin yada bir farklılığın oluşup oluşmadığını tespit etmektir.

Araştırmanın bulgularına bakıldığında, katılımcıların sosyal medya kullanım alışkanlıklarını tespit etmeyi amaçlayan çalışmanın bulgularına göre araştırmaya katılan kız katılımcı sayısı erkek katılımcı sayısından daha fazladır. Araştırmada katılımcıları Instagram kullanmaya yönlendiren bazı etkenler belirlenmiştir. Bu faktörler daha çok bireysel açıdan sunum, eğlence, rahatlama, etkileşim, gibi konulara ilişkin nedenler sıralamak mümkündür. Bu durumda gençlerin Instagram'ı tercih etmeleri ve zamanlarını geçirmelerinin temel nedeni gençlerinin bu uygulama vasıtasıyla eğlence/alışkanlık doyumunu karşıladığını göstermesidir. Araştırmaya yönelik bulgular analiz edildiğinde demografik unsurlara ilişkin ile Instagram kullanım motivasyonlarında arasında anlamlı bulunan bir farklılık saptanmıştır. Yaşa göre incelendiğinde ise Instagram ile yaş olgusu arasında anlamlı bir farklılığın bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırma ile araştırmaya kaynaklık eden bu çalışma arasındaki ilişkiye bakıldığında, ilgili araştırma çalışması Instagram'ın gençlere yaptıklarına değil, gençlerin Instagram'a yaptıkları sorunsalına yanıt aramayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda ilgili araştırma ve bu araştırma çalışmasında benzer olarak gençlerin Instagram kullanım alışkanlıkları ve doyumlarını belirlemeye çalışılmıştır. Ayrıca kullanımlar ve doyumlar teorisini temel alan ilgili araştırma bu anlamda bu çalışma ile benzerlik oluşturmaktadır.

YÖNTEM

Bu çalışmada yöntem olarak nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Gençlerin sosyal medya kullanım amaçlarını Instagram örneği üzerinden açıklamayı amaçlayan çalışmada anket yöntemi kullanılarak sayısal verilere ilişkin açıklama ve yorumlar yapılmıştır.

Problem Cümlesi

Araştırmanın temel problem cümlesi: Gençlerin sosyal medya kullanım amaçları nelerdir? Sorusudur.

Alt Problem Cümleleri

Araştırmanın beş alt problem cümlesi bulunmaktadır bunlar:

1. Sosyal medya kullanımı ile cinsiyet dağılımı arasında bir ilişki var mıdır?
2. Sosyal medya kullanımı ile yaş dağılımı arasında bir ilişki var mıdır?
3. Genç olmak ile sosyal medyada harcanan zamanın ilişkisi nedir?
4. 18-25 yaş arasındaki gençler sosyal medya hesaplarından en çok hangi hesabı/hesapları kullanmayı tercih etmektedir?
5. 18-25 yaş arasındaki gençler ile Instagram kullanımı arasındaki ilişki anlamlı mıdır?

Araştırma Modeli

Gençlerin sosyal medya kullanım amaçlarını belirlemeyi amaçlayan bu çalışmada nicel verilere dayanan genel tarama modeli kullanılmıştır. Aktif sosyal medya kullanıcısı gençlerin katılımıyla gerçekleştirilecek bu çalışma, genel taramaya yönelik uygun şekilde oluşturulmuştur. Ayrıca bu çalışmada, çalışmaya katılan gençlerin sosyo-demografik özellikleri ile sosyal medya ile ilişkisi arasındaki anlamı açığa çıkarmak için ve bu amaca yönelik veriler toplanmıştır.

Araştırmanın Evreni

Bu çalışmada evren olarak 18-25 yaş aralığında aktif bir biçimde sosyal medya kullanan gençler tercih edilmiştir.

Araştırmanın Örnekleme

Araştırma evreninin büyüklüğü nedeniyle, genel araştırma evrenini temsil edecek nitelikteki katılımcılar olasılıklı örnekleme yöntemlerinden rastgele örnekleme yöntemi kullanılarak 18-25 yaş aralığında aktif bir biçimde sosyal medya kullanan 102 genç seçilmiştir.

Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılacaktır. Araştırmada kullanılan anket formu iki bölüm ve 17 sorudan oluşmaktadır. Araştırmaya ilişkin ilk bölümdeki sorular katılımcıların demografik özelliklerine ve sosyal medya kullanım davranışlarına ilişkindir. İkinci bölümde ise sosyal medya kullanım amaçlarının ölçümü için 11 sorulu likert tipi derecelendirmeye sahip anket kullanılmıştır. Bu derecelendirme 1 hiçbir zaman, 2 nadiren, 3 bazen, 4 sıklıkla ve 5 her zaman şeklindedir.

Sosyal medya kullanım amaçları ölçümü için Solmaz ve diğerleri (2013) tarafından geliştirilen ve Çömlekçi ve Başol (2019)'un makale çalışmasına ait "sosyal medya kullanım amaçları" ölçeği kullanılmıştır. Solmaz ve diğerleri (2013)'nin geliştirdiği bu ölçekte 14 madde yer almaktadır. Ancak Çömlekçi ve Başol (2019) aracılığı ile geçerlik ve güvenilirlik çalışması neticesinde 3 madde devre dışı bırakılmıştır. Kullanılan ölçekte Cronbach Alpha katsayısı 0.819'lık bir güvenilirlikle uygulanabilir olduğuna karar verilmiştir.

Veri Analizi

Araştırmada toplanan verilerin analizi için içerik analizi için Microsoft Excel programı kullanılmıştır. Araştırmadaki bulgular yüzdelik tablolarla açıklanmıştır.

Araştırmaya Yönelik Varsayımlar

Araştırmaya yönelik üç temel varsayım bulunmaktadır. Bunlar:

1. Gençler ve sosyal medya kullanımları arasında anlamlı bir bağ vardır.
2. Gençlerin sosyal medya kullanma sıklığı değişkeni ile sosyal medya kullanım nedenlerine yönelik bağ anlamlıdır.
3. Araştırmada kullanılan araçlar son derece güvenilirlerdir.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırmanın sınırlılıkları:

1. Araştırma katılanlar 18-25 yaş arasındaki gençler ile sınırlıdır.
2. Araştırma veri toplama aracıyla sınırlıdır.
3. Yapılan çalışma katılımcılardan elde edilen verilerle sınırlıdır.

Tanımlar

Sosyal Medya: Sosyal medya kavramını insanların diğer insanlarla, gruplarla, bağlantılarla veya organizasyonlara kolaylıkla ulaşabilmesine fırsat sağlayan iletişim teknolojileri olarak tanımlamak mümkündür.

Sosyal medya kullanım amaçları: Kullanıcıları sosyal medyayı kullanımına yönlendiren bazı nedenler vardır. Bu nedenler eğlence, bilgi alma, iletişim halinde olma gibi birçok neden olabilir bu çalışmada bu nedenler geniş bir biçimde ele alınmıştır.

Instagram: Instagram etrafımızdaki insanların hangi ortamlara dâhil olduğunu görebildiğimiz aynı zamanda da sosyal medya üzerindeki bu insanlarla iletişim halinde bulunabilme imkânı veren bir platformdur. Ayrıca Instagram kullanıcılarına fotoğrafların beğenilmesi ve yorum bırakılması gibi benzer birçok özelliği sunmaktadır.

Genç: Çocukluk evresinden çıkan bireyleri tanımlayan geniş kümeye verilen isimdir. Dinamik olarak kabul edilen bu dönem ile iletişim teknolojileri arasındaki ilişki çalışmada incelenmeye değer bulunmuştur.

BULGULAR

Bu bölüm, çalışmada toplanan verilerin analizleri sonucunda ulaşılan bulguları içermektedir. Bu bulgulara ilişkin açıklama ve yorum yapılmıştır. Bulgulara yönelik ilk olarak açıklamalara daha sonrada yorumlara yer verilecektir. Açıklamalar aşağıda yer alan tablo ve içeriklerde detaylı bir şekilde yer almaktadır.

Aşağıdaki tablolarda katılımcıların demografik özelliklerine yönelik cinsiyet, yaş ve aylık harcamalarına ilişkin analiz sonuçları verilmiştir.

Tablo 1: Katılımcıların Cinsiyet Özelliklerine İlişkin Frekans Tablosu

Cinsiyet	Frekans	Yüzde
Erkek	26	25
Kadın	76	75
Toplam	102	100

Araştırmaya 76 kadın ve 26 erkek olmak üzere toplam 102 kişi katılmıştır. Erkek katılımcıların %25 oranına karşılık kadın katılımcıların %75 oranı ile daha yoğun olduğu görülmüştür.

Tablo 2: Katılımcıların Yaş Özelliklerine İlişkin Frekans Tablosu

Yaş	Frekans	Yüzde
18-19	23	22
20-21	19	19
22-23	39	38
24-25	21	21
Toplam	102	100

Araştırmaya katılan katılımcıların yaşları 18 ile 25 yaş arasında değişmektedir. Araştırmaya katılanların en çok %38 oran ile 22 -23 yaş grubunda olduğu görülmüştür. Bu sıralamayı, %22 ile 18-19 yaş grubu, %21 ile 24-25 yaş grubu, %19 ile 20-21 yaş grubu izlemektedir.

Tablo 3: Katılımcıların Aylık Harcama Özelliklerine İlişkin Frekans Tablosu

Aylık Harcama	Frekans	Yüzde
0-500	66	64
501-1000	24	23
1001-1500	3	3
1501-2000	4	4
2001+	6	6
Toplam	102	100

Araştırmaya katılan katılımcıların, % 64'ü 500 TL ve altı, %23'ü 501-1000 TL, %3'ü 1001-1500 TL, %4'ü 1501-2000 TL, %6'sının 2001TL ve üstü fiyat aralıklarında aylık harcamaya sahip oldukları görülmüştür. Araştırmada aylık harcamalar bağlamında en düşük harcama oranı diğer oranlara göre daha çok belirtilmiştir.

Aşağıdaki tablolarda ise katılımcıların sosyal medya kullanım davranışlarına ilişkin frekans tabloları yer almaktadır:

Tablo 4: Katılımcıların Günlük Sosyal Medya Kullanımlarına İlişkin Frekans Tablosu

Sosyal medyanın günlük ortalama kullanımı	Frekans	Yüzde
1 Saatten az	1	1
1-3	41	40
4-6	46	45
7 Saatten az	14	14
Toplam	102	100

Katılımcıların günlük sosyal medya kullanımlarına ilişkin frekans tablosu incelendiğinde, katılımcıların %45'i sosyal medyayı 4-6 saat aralığında kullanırken, %40'ı 1-3 saat aralığında kullandığı görülmüştür. Bununla birlikte %14'lük kısım sosyal medyayı günde 7 saatten daha fazla kullandığını, %1'lik bir kısımda 1 saatten az kullandığını belirtmiştir.

Tablo 5: Katılımcıların En Sık Kullandığı Sosyal Medya Hesaplarına İlişkin Frekans Tablosu

En sık kullanılan sosyal medya hesapları	Frekans	Yüzde
Instagram	77	75
Twitter	5	5
Facebook	0	0
Youtube	15	14
Tumblr	0	0
Diğer	6	6
Toplam	102	100

Katılımcıların en sık kullandığı sosyal medya hesaplarına ilişkin frekans tablosu incelendiğinde, katılımcıların en çok %75 oran ile Instagram'ı kullandıkları görülmüştür. Katılımcıların diğer sık kullandıkları hesaplar ise %14 ile Youtube, %5 ile Twitter, %6 ile diğer hesaplar olarak belirlenmiştir. %0'lık kısım ise Facebook ve Tumblr'a aittir. Katılımcılar bu sosyal medya hesaplarını yönelik bir kullanım sıklığı belirtmişlerdir.

Tablo 6: Katılımcıların Haberleri En Çok Hangi Sosyal Medya Mecrasını Kullanarak Aldığına İlişkin Frekans Tablosu

Haberler en çok hangi sosyal medya mecrasından alınır	Frekans	Yüzde
Instagram	57	56
Twitter	25	26
Facebook	1	1
Youtube	9	9
Bundle	1	1
Diğer	7	7
Toplam	102	100

Katılımcıların Haberleri en çok hangi sosyal medya mecrasını kullanarak aldığına ilişkin frekans tablosu incelendiğinde, en çok %56 oran ile Instagram yoluyla haberleri aldığı görülmüştür. Katılımcıların diğer haber almak için kullandıkları hesaplar ise %26 ile Twitter, %9 ile Youtube, %1 ile Facebook ve Bundle, %7 ile de diğer hesaplar olarak belirlenmiştir.

Aşağıdaki katılımcıların sosyal medya platformlarını kullanma amaçlarına ilişkin frekans tabloları yer almaktadır:

Tablo 7:

Sosyal medyayı arkadaşlarla iletişimde bulunmak için kullanım	Frekans	Yüzde
Hiçbir zaman	4	4
Nadiren	15	15
Bazen	25	24
Sıklıkla	38	37
Her zaman	20	29
Toplam	102	100

Katılımcıların sosyal medya kullanım amaçlarına ilişkin Tablo 7 frekans tablosu incelendiğinde katılımcıların %37'si arkadaşlarıyla iletişimde bulunmak için sosyal medyayı sıklıkla kullandıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların %29'nun her zaman arkadaşlarıyla iletişimde bulunmak için sosyal medyayı kullandığı görülmüştür. Bu sıralamayı, %24 ile bazen, %15 ile nadiren, %4 ile hiçbir zaman kullandığını belirten katılımcılar takip etmektedir.

Tablo 8:

Sosyal medyayı eğlenmek ve rahatlamak için kullanım	Frekans	Yüzde
Hiçbir zaman	3	3
Nadiren	12	12
Bazen	25	24
Sıklıkla	41	40
Her zaman	21	21
Toplam	102	100

Tablo 8 frekans tablosu incelendiğinde katılımcıların %40'ı sosyal medyayı eğlenmek ve rahatlamak için sıklıkla kullandığını belirtmişlerdir. Katılımcıların %24'nün ise bazen sosyal medyayı eğlenmek ve rahatlamak için kullandıkları görülmüştür. Bu sıralamayı, %21 ile her zaman, %12 ile nadiren, %3 ile hiçbir zaman kullandığını belirten katılımcılar takip etmektedir.

Tablo 9:

9. Sosyal medyayı boş zamanları değerlendirmek için kullanım.	Frekans	Yüzde
Hiçbir zaman	8	8
Nadiren	17	16
Bazen	16	16
Sıklıkla	46	45
Her zaman	15	15
Toplam	102	100

Tablo 9 frekans tablosu incelendiğinde katılımcıların %45'i sosyal medyayı boş zamanlarını değerlendirmek için sıklıkla kullandığını belirtmişlerdir. Katılımcıların %16'sının ise bazen sosyal medyayı boş zamanlarını değerlendirmek için kullandıkları görülmüştür. Bu sıralamayı, %16 ile nadiren, %15 ile her zaman, %8 ile hiçbir zaman kullandığını belirten katılımcılar takip etmektedir.

Tablo 10:

10. Sosyal medyayı müzik dinlemek için kullanım.	Frekans	Yüzde
Hiçbir zaman	22	21
Nadiren	22	22
Bazen	32	31
Sıklıkla	21	21
Her zaman	5	5
Toplam	102	100

Tablo 10 frekans tablosu incelendiğinde katılımcıların %31'i sosyal medyayı müzik dinlemek için bazen kullandığını belirtmişlerdir. Katılımcıların %22'sinin ise nadiren sosyal medyayı müzik dinlemek için kullandıkları görülmüştür. Bu sıralamayı, %21 ile sıklıkla, %21 ile hiçbir zaman, %5 ile de her zaman kullandığını belirten katılımcılar takip etmektedir.

Tablo 11:

11. Sosyal medyayı mesaj göndermek ve almak için kullanım.	Frekans	Yüzde
Hiçbir zaman	1	1
Nadiren	18	18
Bazen	25	24
Sıklıkla	36	35
Her zaman	22	22
Toplam	102	100

Tablo 11 frekans tablosu incelendiğinde katılımcıların %35'i sosyal medyayı mesaj göndermek ve almak için sıklıkla kullandığını belirtmişlerdir. Katılımcıların %24'nün ise bazen mesaj göndermek ve almak için kullandıkları görülmüştür. Bu sıralamayı, %22 ile her zaman, %18 ile nadiren, %1 ile hiçbir zaman kullandığını belirten katılımcılar takip etmektedir.

Tablo 12:

12. Sosyal medyayı insanları daha iyi tanımak için kullanım.	Frekans	Yüzde
Hiçbir zaman	29	28
Nadiren	32	31
Bazen	27	27
Sıklıkla	9	9
Her zaman	5	5
Toplam	102	100

Tablo 12 frekans tablosu incelendiğinde katılımcıların %31'i sosyal medyayı insanları tanımak için nadiren kullandığını belirtmişlerdir. Katılımcıların %28'nin ise hiçbir zaman sosyal medyayı insanları tanımak için kullanmadıkları görülmüştür. Bu sıralamayı, %27 ile bazen, %9 ile sıklıkla, %5 ile her zaman kullandığını belirten katılımcılar takip etmektedir.

Tablo 13:

13. Sosyal medyayı olayları/gündemi takip etmek için kullanım.	Frekans	Yüzde
Hiçbir zaman	4	4
Nadiren	8	8
Bazen	28	27
Sıklıkla	44	43
Her zaman	18	18
Toplam	102	100

Tablo 13 frekans tablosu incelendiğinde katılımcıların %43'ü sosyal medyayı olayları/gündemi takip etmek için sıklıkla kullandığını belirtmişlerdir. Katılımcıların %27'sinin ise bazen sosyal medyayı olayları/gündemi takip etmek için kullanmadıkları görülmüştür. Bu sıralamayı, %18 ile her zaman, %8 ile nadiren, %4 ile hiçbir zaman kullandığını belirten katılımcılar takip etmektedir.

Tablo 14:

14. Sosyal medyayı kişisel sunum ve bilgi paylaşımı için kullanım.	Frekans	Yüzde
Hiçbir zaman	26	25
Nadiren	30	29
Bazen	25	25
Sıklıkla	17	17
Her zaman	4	4
Toplam	102	100

Tablo 14 frekans tablosu incelendiğinde katılımcıların %29'u sosyal medyayı kişisel sunum ve bilgi paylaşımı için nadiren kullandığını belirtmişlerdir. Katılımcıların %25'sinin ise bazen sosyal medyayı kişisel sunum ve bilgi

paylaşımı için kullanmadıkları görülmüştür. Bu sıralamayı, %25 ile hiçbir zaman, %17 ile sıklıkla, %4 ile her zaman kullandığını belirten katılımcılar takip etmektedir.

Tablo 15:

15. Sosyal medyayı kişi ve organizasyonlara ulaşmak için kullanım.	Frekans	Yüzde
Hiçbir zaman	13	12
Nadiren	26	24
Bazen	37	35
Sıklıkla	25	23
Her zaman	6	6
Toplam	102	100

Tablo 15 frekans tablosu incelendiğinde katılımcıların %35'i sosyal medyayı kişi ve organizasyonlara ulaşmak için bazen kullandığını belirtmişlerdir. Katılımcıların %24'nün ise nadiren sosyal medyayı kişi ve organizasyonlara ulaşmak için kullanmadıkları görülmüştür. Bu sıralamayı, %23 ile sıklıkla, %12 ile hiçbir zaman, %6 ile her zaman kullandığını belirten katılımcılar takip etmektedir.

Tablo 16:

16. Sosyal medyayı fikir alışverişinde bulunmak için kullanım.	Frekans	Yüzde
Hiçbir zaman	6	6
Nadiren	28	27
Bazen	44	43
Sıklıkla	17	17
Her zaman	7	7
Toplam	102	100

Tablo 16 frekans tablosu incelendiğinde katılımcıların %43'ü sosyal medyayı fikir alışverişinde bulunmak için bazen kullandığını belirtmişlerdir. Katılımcıların %27'sinin ise nadiren sosyal medyayı fikir alışverişinde bulunmak için kullanmadıkları görülmüştür. Bu sıralamayı, %17 ile sıklıkla, %7 ile her zaman, %6 ile hiçbir zaman kullandığını belirten katılımcılar takip etmektedir.

Tablo 17:

17. Sosyal medyayı bilgiye erişim amacıyla kullanım.	Frekans	Yüzde
Hiçbir zaman	2	2
Nadiren	9	9
Bazen	32	31
Sıklıkla	35	34
Her zaman	24	24
Toplam	102	100

Tablo 17 frekans tablosu incelendiğinde katılımcıların %34'ü sosyal medyayı bilgiye erişim amacıyla sıklıkla kullandıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların %31'nin ise bazen sosyal medyayı bilgiye erişim amacıyla kullanmadıkları görülmüştür. Bu sıralamayı, %24 ile her zaman, %9 ile nadiren, %2 ile hiçbir zaman kullandığını belirten katılımcılar takip etmektedir.

YORUMLAR

Bu çalışmada kullanımlar ve doyumlar yaklaşımından hareketle gençlerin sosyal medya kullanım amaçları Instagram örneği üzerinden incelenmiştir. Bu bağlamda çalışmada, katılımcıların demografik özellikleri, sosyal medya kullanım davranışları ve sosyal medya platformlarını kullanım amaçları alt başlıklar halinde tablolarla analiz edilmiştir. Bu bulgular ışığında çalışmadaki problem cümlesi ve alt problem cümlelerine yönelik bazı yorumlar yapılmıştır. Bu yorumlara çalışmada detaylı bir şekilde yer verilmiştir.

Araştırmanın temel problem cümlesi gençlerin sosyal medya kullanım amaçları nelerdir sorusudur. Bulgulara bakıldığında bu soruya yönelik olarak katılımcılara sosyal medya kullanım amaçları sorulmuştur ve bu nedenlerin arasında en çok katılımcıların %45'i sıklıkla sosyal medyayı boş zamanlarını değerlendirmek için kullandığını görülmüştür (Tablo 9). Diğer yandan katılımcıların %43'ünün sıklıkla sosyal medyayı olayları/gündemi takip

etmek için kullandığı saptanırken (Tablo 13) yine %43 oranındaki katılımcının bazen sosyal medyayı fikir alışverişinde bulunmak için kullandıkları görülmüştür. Ayrıca katılımcıların cevapladığı bir diğer soruya göre de %40' oranında katılımcının sosyal medyayı eğlenmek ve rahatlamak için sıklıkla kullandığını görülmüştür. En az olarak katılımcılar %31'i oran ile nadiren sosyal medyayı insanları tanımak için kullandıkları görülmüştür (Tablo 12).

Araştırmamızın alt problemlerinden ilki sosyal medya kullanımı ile cinsiyet dağılımı arasında bir ilişki var mı sorusudur. Araştırmaya yönelik katılımcılar aktif sosyal medya kullanıyor olmaları ile sınırlandırılarak seçilmiştir. Buradan hareketle cinsiyet dağılımı arasında anlamlı bir bağ kurulmuş ve erkek katılımcıların %25 oranına karşılık kadın katılımcıların %75 oranı ile daha yoğun katıldığı görülmüştür (Tablo 1). Ve buna göre, kadın katılımcıların sosyal medyayı daha fazla kullandığı sonucuna varılmıştır.

Araştırmamızın alt problemlerinden ikincisi sosyal medya kullanımı ile yaş dağılımı arasında bir ilişki var mı sorusudur. Araştırmaya katılan katılımcıların yaşları 18 ile 25 yaş arasında değişmektedir. Araştırmaya katılanların en çok %38 oran ile 22 -23 yaş grubunda olduğu görülmüştür (Tablo 2). Bu yaş aralığında her yaştan katılımcıya ulaşılan çalışmada gençler ve sosyal medya kullanımı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu sonucuna varılmıştır. Gençler sosyal medya ile yakından ilgili olduğu araştırmada varılan genel sonuçtur.

Araştırmamızın alt problemlerinden üçüncüsü genç olmak ile sosyal medyada harcanan zamanın ilişkisi nedir sorusudur. Sosyal medya her yaştan bireye hitap etmesinin yanı sıra daha çok gençlere hitap ettiği fikri araştırmamızın en önemli varsayımdır. Bu varsayım bu alt problem cümlesini sorgulamayı mümkün kılmıştır. Araştırmaya katılan genç katılımcıların sosyal medya kullanım zamanları arasında anlamlı ilişki bulunmuştur. Katılımcıların %45'i sosyal medyayı 4-6 saat aralığında kullanırken, %40'ı 1-3 saat aralığında kullandığı görülmüştür (Tablo 4). Bununla birlikte %14'lük kısım sosyal medyayı günde 7 saatten daha fazla kullandığı görülürken sadece %1'lik bir kısım 1 saatten az kullandığını belirlenmiştir. Bu oran ilişkinin anlamlı bulunmasında etkindir.

Araştırmamızın alt problemlerinden dördüncüsü 18-25 yaş arasındaki gençler sosyal medya hesaplarından en çok hangi hesabı/hesapları kullanmayı tercih ediyorlar sorusudur. Genç katılımcıların en çok %75 oran ile Instagram'ı kullandıkları görülmüştür (Tablo 5). Katılımcıların diğer sık kullandıkları hesaplar %14 ile Youtube, %5 ile Twitter, %6 ile diğer hesaplar olarak görülmüştür (Tablo 5). %0'lık kısım ise Facebook ve Tumblr'a aittir. Katılımcıların bu sosyal medya mecralarına yönelik bir kullanım sıklığı gözlemlenmemiştir.

Araştırmamızın alt problemlerinden sonuncusu 18-25 yaş arasındaki gençler ile Instagram kullanımı arasındaki ilişki sorusudur. Genç katılımcılar hangi uygulamayı daha çok kullandıklarına yönelik soruya %75 oran ile Instagram cevabını verdikleri görülmüştür (Tablo 5). Katılımcıların haberleri en çok hangi sosyal medya mecrasını kullanarak aldığına ilişkin bulgularda %56 oran ile Instagram yoluyla haberlere ulaştıkları tespit edilmiştir. Dolayısıyla tüm bu veriler 18-25 yaş arasındaki gençlerin Instagram kullanımı ile ilişkisi anlamlı bulunmuştur.

Araştırmaya yönelik bu bölümde genel değerlendirme yapılmıştır. Araştırmaya katılan katılımcıların beyanları esas alındığında gençlerin çoğunluğunun sosyal medyada günde 4-6 saat aralığında zaman geçirdiği görülmüştür (Tablo 4). Sadece %1'lik bir kısım sosyal medyada bir saatten az zaman geçirdiğini belirtmiştir. Bu sonuç, gençlerin diğer yaş grubundaki bireylerden daha fazla sosyal medyada zaman harcadıklarını göz önüne sermektedir.

Gençlerin en çok hangi sosyal medya mecrasını kullanarak zaman geçirdikleri ise "Instagram" olarak ortaya çıkmıştır (Tablo 5). Bu durum gençlerin sosyal medyayı genellikle eğlenme ve boş zamanlarını geçirme amacıyla kullandıkları bulgusuyla da uyumlu bulunmuştur. Ankete katılan gençlerin hangi mecradan haber aldıkları konusundaki birinci seçenekleri yine Instagram olmuştur (Tablo 6).

Gençlerin özünde bir haber alma platformu olmayan Instagram'ı haber almak için tercih etmeleri gençlerin sosyal medyadan bilgi alma ya da haber alma ihtiyaçlarını bile boş zamanlarını geçirme faaliyeti olarak görmeye çalıştıklarının neden olduğu söylenebilir. Sosyal medya kullanım amaçlarına ilişkin verilere yakından bakıldığında, gençlerin sosyal medyayı çoğunlukla eğlenmek için, iletişimde bulunma bilmek için, gündemi takip edebilmek için, mesajlaşmak ve boş zamanlarını değerlendire bilmek için kullandıkları daha ön plandadır. Katılımcıların sosyal medyayı insanları tanıma, kişisel sunum ve bilgi paylaşımı gibi amaçlarla kullanmaları daha düşük düzeyde kaldığı görülmüştür.

Tüm bulguların dikkate alınarak sonuçlandırıldığı bu çalışmada kapsam katılımcılardan elde edilen verilerle sınırlı tutularak buna yönelik bazı açıklama ve yorum yapılmıştır. Bu çalışmadaki bulguların benzer çalışmalara örnek olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Acar, R. (2019). Sosyal Medya Pazarlaması: Instagram Örneği. (Yayın No: 583798) [Yüksek Lisans Tezi. Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Aktan, E. (2018). Instagram Kullanıcılarının Kullanım Motivasyonları ve Instagram Takip Davranışlarının İncelenmesi. Bilişim Teknolojileri Online Dergisi. 9 (33), 129-146.

- Askeroğlu, E., Ve Karakulakoğlu, S. (2019). Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Geçiş Sürecinde Değişen Gazetecilik ‘Yurttaş Gazeteciliği’: Kuşaklar Üzerine Bir Araştırma. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi. 7 (1),508.
- Aydın, A. (2016). Eğitim Psikolojisi. Ankara: Pegem Akademi.
- Aydın, İ. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımları Üzerine Bir Araştırma: Anadolu Üniversitesi Örneği. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. (35), 373-386.
- Bayram, F. (2008). Gazete Okurlarının Okuma Motivasyonları Ve Doyumları Üzerine Bir Kullanımlar Ve Doyumlar Araştırması. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 8 (1), 321–336.
- Becan, C. (2019). Gösterişçi Tüketim Aracı Olarak Instagramın Tüketicilerin Satın Alma Motivasyonuna Etkisi. Yeni Medya Elektronik Dergisi. 3(2). 88.
- Bıçer, S., & Şener, Y. (2020). Kullanımlar Ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Üniversite Öğrencilerinin Youtube Kullanım Alışkanlıkları. Selçuk İletişim Dergisi. 13(2), 589-627.
- Biliciler, G. (2018). Sosyal Medya Kullanımını Yönlendiren Motivasyonel Etkenler: Kullanımlar Ve Doyumlar Yaklaşımı Çerçevesinden Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir İnceleme. (Yayın No:532406) [Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/Ulusaltezmerkezi/Tezsorgusonucyeni.jsp>
- Canöz, N. (2016). İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Kullanımlar Ve Doyumlar Yaklaşımı Çerçevesinde Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları. Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi. (39), 423-441.
- Çağlı, A. (2017). Sosyal Medya İle Dijital Pazarlama . Dikeyksen Yayıncılık.
- Çalış, M. (2020). Sosyal Medya Kullanımı İle Sosyal Onay İhtiyacı Ve Kaygı Düzeyleri Arasındaki İlişki. (Yayın No:643091) [Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/Ulusaltezmerkezi/Tezsorgusonucyeni.jsp>
- Çemrek, F., Baykuş, H., & Özaydın, Ö. (2014). Sosyal Medya Kullanım Ve Davranışlarının Kullanımlar Ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Örneği. Alphanumeric Journal. 2(2), 61-76.
- Demir, A. (2019). Sosyal Medya Reklamlarının Tüketici Davranışı Ve Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi – Elazığ İli Örneği. (Yayın No: 560850) [Yüksek Lisans Tezi. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/Ulusaltezmerkezi/Tezsorgusonucyeni.jsp>
- Demir, Y., Ve Kumcağız, H. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi. Türk Psikolojik Danışma Ve Rehberlik Dergisi . 9(52). 23-42.
- Dinçel, E. (2006). Ergenlik Dönemi Gelişimsel Ödevleri Ve Psikolojik Problemler. (Yayın No: 191358) [Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/Ulusaltezmerkezi/Tezsorgusonucyeni.jsp>
- Doğan, A., Ve Cebioğlu, S. (2011). Beliren Yetişkinlik: Ergenlikten Yetişkinliğe Uzanan Bir Dönem. Türk Psikoloji Yazıları Dergisi. 14(28) 12-13.
- Düvenci, A. (2012). Ağ Neslinin İnternet Kullanımı Üzerindeki Sosyal Medya Etkisinin Sosyal Sapma Yaklaşımı İle İncelenmesi. (Yayın No: 317358) [Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/Ulusaltezmerkezi/Tezsorgusonucyeni.jsp>
- Erdoğan, İ., ve Alemdar, K. (2010). *Öteki Kuram*. Erk Yayınları.
- Erdoğan, M. (2017). Kullanımlar Ve Doyumlar Yaklaşımı Çerçevesinde Bir Popüler Kültür Aracı Olarak O Ses Türkiye Yarışması: Bursa Örneği. (Yayın No:471228) [Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/Ulusaltezmerkezi/Tezsorgusonucyeni.jsp>
- Göncü, S. (2018). Kullanımlar Ve Doyumlar Yaklaşımı Çerçevesinde Y Kuşağının Whatsapp Kullanımı Üzerine Bir İnceleme. Trt Akademi Dergisi. 3 (6), 592-610.
- Güngör, N. (2013). İletişime Giriş. İstanbul: Siyasal Kitabevi.
- Güngör, N. (2016). İletişim Kuramlar Yaklaşımlar. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- İçirgin, Ö. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları Ve Motivasyonları. (Yayın No:503264) [Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/Ulusaltezmerkezi/Tezsorgusonucyeni.jsp>
- İlbasmış, S. (2013). Yatırımcı İlişkilerinde Halkla İlişkilerin Değeri: Kullanımlar&Doyumlar Yaklaşımı Çerçevesinde Bir Araştırma. (Yayın No:353329) [Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/Ulusaltezmerkezi/Tezsorgusonucyeni.jsp>
- İnanç, B., Atıcı, M., Bilgin, M., Ve Gürkan, S. (2019). Gelişim Psikolojisi 2. Ankara: Pegem Akademi.
- İnce, A. (2017). İşletmelerdeki Pazarlama Uygulamalarında Sosyal Medyanın Önemi Ve Kampanya Örnekleri. (Yayın No: 451871) [Yüksek Lisans Tezi. Beykent Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü] . YÖK Ulusal Tez Merkezi.

- <https://Tez.Yok.Gov.Tr/Ulusaltezmerkezi/Tezsorgusonucyeni.Jsp>
- Irak, D., & Yazıcıoğlu, O. (2012). Türkiye Ve Sosyal Medya. İstanbul: Okyanus.
- Kahveci, M. (2020). Yaşlıların Sanal Topluluklara Üye Olma Motivasyonlarına Yönelik Kullanımlar-Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Bir Araştırma: Facebook Grubu Örneği. (Yayın No: 641013) [Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.
<https://Tez.Yok.Gov.Tr/Ulusaltezmerkezi/Tezsorgusonucyeni.Jsp>
- Kapılı, M. G. (2019). Kişilik Özelliklerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarına Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. (Yayın No: 560149) [Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.
<https://Tez.Yok.Gov.Tr/Ulusaltezmerkezi/Tezsorgusonucyeni.Jsp>
- Kaplan, M. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri, Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ve Bağlanma Stilleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. (Yayın No: 593073) [Yüksek Lisans Tezi. Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.
<https://Tez.Yok.Gov.Tr/Ulusaltezmerkezi/Tezsorgusonucyeni.Jsp>
- Kara, T. (2018). Instagram Hayatları:Instagram Fotoğrafları Üzerine Bir İçerik Analizi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi 19. 12-13.
- Kara, T. (2013). Sosyal Medya Endüstrisi. İstanbul : Beta Yayıncılık.
- Karaçelik, Y. (2019). Sosyal Medya Ağlarında Makro Ve Mikro Şöhretler Üzerinden Fotoğraf Paylaşımlarının Eleştirel İncelenmesi: Instagram Örneği. (Yayın No: 549800). [Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü] YÖK Ulusal Tez Merkezi.
<https://Tez.Yok.Gov.Tr/Ulusaltezmerkezi/Tezsorgusonucyeni.Jsp>
- Karakoç, E., ve Gülsünler, M. E. (2012). Kullanımlar ve Doymalar Yaklaşımı Bağlamında Facebook: Konya Üzerine Bir Araştırma. Akdeniz İletişim Dergisi. (18), 42-57.
- Kaya, A. (1985). Kitle İletişim Sistemleri. Ankara: Teori Yayınları.
- Kaya, D. (2019). Sosyal Medyada Kusursuz Anneliğin Temsili: Instagram Örneği. (Yayın No: 563637) [Yüksek Lisans Tezi. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://Tez.Yok.Gov.Tr/Ulusaltezmerkezi/Tezsorgusonucyeni.Jsp>
- Kılıç, A. (2020). Genç Yetişkinlerin Sosyal Medya Bağımlılıkları, Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ve Romantik İlişki Doymaları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi. 19. 66-68.
- Koçak, M. C., & İnce, M. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi Örneği. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 7(2), 736 - 749.
- Koçak, N. G. (2012). Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Davranışlarının Ve Motivasyonlarının Kullanımlar Ve Doymalar Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi: Eskişehir’de Bir Uygulama. (Yayın No: 320319) [Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.
<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Koçer, M. (2012). Erciyes Üniversitesi Öğrencilerinin İnternet Ve Sosyal Medya. Akdeniz İletişim Dergisi. 70-75.
- Koçoğlu, B. (2020). Kocaeli Üniversitesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı Ve Sosyal Medya Üzerinden Sportif Marka Tercihlerinin İncelenmesi. (Yayın No: 630623) [Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü] YÖK Ulusal Tez Merkezi.
<https://Tez.Yok.Gov.Tr/Ulusaltezmerkezi/Tezsorgusonucyeni.Jsp>
- Koyuncu, Ö. (2019). Markaların İtibarı Yönetmede Sosyal Medya Kullanımı; Instagram. (Yayın No: 558232) [Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.
<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Köseoğlu, Ö. (2012). Sosyal Ağ Sitesi Kullanıcılarının Motivasyonları. *Selçuk İletişim Dergisi*. 7 (2), 58 - 81.
- Kuğuoğlu, B. (2019). Türkiye’ De Erkek Modasının Sosyal Medyada Temsili: Instagram Örneği. (Yayın No: 556364) [Yüksek Lisans Tezi. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.
<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Küçükali, A. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı:Atatürk Üniversitesi Örneği. Bartın Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi.7 (13), 531-546.
- Küçükgöncü, N. (2018). Sosyal Medya Reklamlarında Tüketici Algılarının Tutum, Davranış Ve Satın Alma Üzerindeki Etkisi Kayseri’de Bir Uygulama. Kayseri: Nuh Naci Yazgan Üniversitesi. (Yayın No: 497121) [Yüksek Lisans Tezi. Nuh Naci Yazgan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.
<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Onur, B. (2017). Gelişim Psikolojisi. Ankara: İmge Kitapevi.

- Elçiboğa, A. (2019). Yeni Medya’da Benlik Sunumu: İnönü Üniversitesi Üzerine Bir Araştırma (Yayın No: 594354) [Yüksek Lisans Tezi. İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Özdemir, O., Güzel Özdemir, P., Kadak, M. T., ve Nasıroğlu, S. (2012). Kişilik Gelişimi. Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar Dergisi. 4(4). 566-589.
- Özlu, M. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarına Göre Gruplandırılması. (Yayın No: 439341) [Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Özpinar, B. (2016). Geleneksel Medyanın Gündem Belirlemede Sosyal Medyanın Etkisi: Soma Örneği. (Yayın No: 423103) [Yüksek Lisans Tezi. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Saatçioğlu, E. (2019). Bir Sosyal Medya Platformu Olarak Instagram Kullanım Gütüleri: Kullanıcıların Kimlik Sunumu Üzerine Bir Araştırma. Yeditepe Üniversitesi Global Media Journal Dergisi. 10 (20). 132-133
- Saatçioğlu, E., ve Sabuncuoğlu İnanç, A. (2020). Kullanımlar Ve Doyumlar Kuramı Ekseninde Instagram Kullanım Gütüleri,Cinsiyet Ve Yaş İlişkisi Üzerine Bir Araştırma. Yeditepe University Global Media Journal. 10(20). 130-152.
- Sığın, İ. (2019). Sosyal Medya Kullanan Gençlerin Mahremiyet Algısının İncelenmesi. İstanbul: (Yayın No: 562729) [Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Solmaz, B., Tekin, G., Herzem, Z., & Demir, M. (2013). İnternet Ve Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Uygulama. Selçuk İletişim Dergisi. 7 (4), 23 - 32.
- Sucu, İ. (2014). Kullanımlar Ve Doyumlar Yaklaşımı Açısından Sosyal Medya Sanal Dünya Oyunu Olarak Second Life Örneği. (Yayın No:358138) [Doktora Tezi. Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Şahinsoy, K. (2017). Kriz Yönetimi Açısından Geleneksel Ve Sosyal Medya (1999 Marmara – 2011 Van Depremine Analizi). İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi. İstanbul Aydın Üniversitesi. 36. 6-7.
- Tanrıverdi, H., ve Sağır, S. (2014). Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağ Kullanım Amaçlarının Ve Sosyal Ağları Benimseme Düzeylerinin Öğrenci Başarısına Etkisi. Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 7(18). 778.
- Tektaş, N. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağları. Tarih Okulu Dergisi. 7 (17), 851-870.
- Temel, G. (2019). Kullanımlar Ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı Ve Gençlik. (Yayın No: 575716) [Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Tepret, D. (2018). Üniversite Öğrencilerinde Facebook Ve Instagram Kullanımı İle Narsistik Yapılanma Düzeyleri Arasındaki İlişki. (Yayın No: 527166) [Yüksek Lisans Tezi. Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Türkdoğan, R. (2019). Sosyal Medya Bağımlılığı Ve Gençlik: Cumhuriyet Üniversitesi Örneği. (Yayın No: 550803) [Yüksek Lisans Tezi. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Üçer, N. (2016). Kullanımlar Ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Gençlerin Sosyal Media Kullanımına Yönelik Niteliksel Bir Araştırma. Yeditepe University Global Media Journal. 6 (12), 1-24.
- Yalçın, M. (2019). Şehir Markalaşmasında Sosyal Medya Kullanımının Şehir İmajına Katkısı: İzmir Örneği. (Yayın No: 578227) [Doktora Tezi. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Yaman, D. (2020). Kullanımlar Ve Doyumlar Bağlamında Influencer’ların Z Kuşağı Sosyal Medya Kullanıcılarına Etkileri. (Yayın No: 629965) [Yüksek Lisans Tezi. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Yaşa Özeltürkay, E., Bozyiği, S., ve Gülmez, M. (2017). Instagram’dan Alışveriş Yapan Tüketicilerin Satın Alma Davranışları: Keşifsel Bir Çalışma. Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi. 12(48). 175-198.
- Yayla, H. M. (2018). Kullanımlar Ve Doyumlar Bağlamında Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı: Instagram Örneği. Selçuk Üniversitesi dergisi. 11 (1). 40-65.
- Yaylagül, L. (2006). Kitle İletişim Kuramları . Ankara: Dipnot Yayınları.

- Yıldırım, Ş., Özdemir, M., & Alparslan, E. (2018). Kullanımlar Ve Doymalar Kuramı Çerçevesinde Bir Sosyal Paylaşım Ağı İncelemesi: Facebook Örneği. İstanbul Ticaret Üniversitesi Intermedia International E-Journal Dergisi. 5(8). 43-65.
- Yıldız, A., & Demir, F. M. (2016). Üniversite Öğrencilerinin İnternet Ve Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi. Sosyal Ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi. 17 (37), 21.
- Yılmazsoy, B. (2018). Eğitsel Amaçlı Sosyal Medya Kullanımı:Facebook Örneği. Afyon: (Yayın No: 495192) [Yüksek Lisans Tezi. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Zincir, O. (2014). Yöneticilerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları: Bir Kuramsal Çerçeve Önerisi. (Yayın No: 375892) [Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Zümrüt, S. (2016). Sosyal Medya Reklamlarının Tüketici Davranışına Etkisi – Instagram Kullanıcıları Üzerine Bir Çalışma(Yayın No: 451447) [Yüksek Lisans Tezi. Nuh Naci Yazgan Üniversitesi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>

SOSYAL MEDYADA SALGIN YÖNETİMİ: SAĞLIK BAKANI DR. FAHRETTİN KOCA’NIN ‘YENİ NORMAL’ ÖNCESİ VE SONRASI TWITTER KULLANIMININ KARŞILAŞTIRILMASI

Prof. Dr. Aytekin İŞMAN
Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Şuheda SOĞUKDERE
Yüksekisans Öğrencisi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

ÖZET

Kriz ortamları insanların haber almaya en çok ihtiyaç duyduğu dönemler olarak karşımıza çıkmaktadır. Kriz dönemlerinde ortaya çıkan kaos durumunun olumsuz etkilerini azaltmak ve toplumun daha hızlı toparlanmasını sağlamak bakımından iletişim oldukça önemlidir ve güvenilir kaynaklardan doğru bilgiye, hızlı şekilde ulaşılmalıdır (Tüzün ve ark., 2020). Covid-19 pandemisi de insanlığın gördüğü en büyük krizlerden biri olmaktadır. Bu noktada Türkiye’de sağlık otoritesi olarak Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca’nın açıklamaları önem kazanmaktadır. Sağlık Bakanı Koca, resmi Twitter hesabından pandemi sürecinin iletişim ayağını yönetmektedir. Bu çalışmada hem ülkenin sağlık otoritesi hem de bir siyasetçi olarak Sağlık Bakanı Koca’nın Twitter paylaşımları, pandemi süreci iletişimi açısından incelenmiştir.

Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi kullanılmıştır. Araştırmanın evreni Sağlık Bakanı Koca’nın resmi Twitter hesabından paylaştığı Tweet’lerdir. Araştırma, ‘yeni normal’ olarak adlandırılan karantina önlemlerinin kaldırıldığı 1 Haziran 2020 tarihinden iki ay öncesi ve iki ay sonrası kapsamaktadır. 1 Nisan – 31 Temmuz tarihleri arasında Sağlık Bakanı Koca’nın Tweetleri içerik analizi yöntemiyle incelenmiş ve ‘yeni normal’ öncesi ve sonrası sürecin karşılaştırmalı değerlendirmesi yapılmıştır. Sağlık Bakanı Koca’nın attığı tweetlerin içeriği, en çok kullandığı kelimeler, tweetler görsel içerik kullanılıp kullanılmadığı, gibi öğeler dikkate alınmıştır. En çok etkileşim alan Tweet’leri ise ayrıca incelenmiş ve gösterilmiştir.

Araştırma kapsamında Sağlık Bakanı Koca’nın resmi Twitter hesabından paylaştığı 572 Tweet incelenmiştir. Sağlık Bakanı Koca’nın incelenen süre boyunca en çok kullandığı kelimelerin başında “maske”, “mesafe”, “virüs”, “yeni”, “salgın”, “tedbir”, “evde” kelimeleri gelmektedir. En çok etkileşim alan tweetler ise günlük olarak paylaşılan vaka sayısı tabloları olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Covid-19, Pandemi, Twitter, Sosyal Medya, İnfodemi

GİRİŞ

Teknolojideki ilerleme dijital bir süreci getirmiş, dijitalleşme ise bilinenin çok ötesinde bir iletişim şeklini hayatlarımızın merkezine koymuştur. Tümüyle yeni medya kavramının çatısı altında toplanan, pek çok teknolojik ve iletişimsel faktör bulunmaktadır. Yeni medya en genel ifadeyle; açık, ağ tabanlı, sınırsız, etkileşimli ve merkezleşmiş bir yapıda, yepyeni bir iletişim biçimini ortaya çıkararak geleneksel haberleşme düzenini tümüyle değiştirmiştir (Aydoğan ve Kırık, 2012). Yeni medya kavramında ‘yeni’ ifadesi kelime anlamı itibarıyla çok değişken ve dinamik bir ifadedir. Her gelişme bir öncekine göre daha yenidir ve bugün yeni dediğimiz gelişmeler yarın eski gelişmeler olarak karşımıza çıkacaktır. Bu ifade eski ile yeni arasındaki farkı ortaya koymanın ötesinde, geleneksel medya ile bugünkü medya arasında yapılan farklılıkları, daha önce gerçekleşmeyen toplumsal kullanımları ve bu kullanımların sonucunda meydana gelen yeni toplum ve medya ilişkisini ifade eder (Altunay, 2015).

Temelinde kullanıcının katılımını barındıran web 2.0 teknolojisi sosyal medya mecralarının doğuşuna sahne olmuştur. Sosyal medya, kişilerin bir sistem üzerinden kamuya açık profiller oluşturarak bağlantılarını paylaştıkları, diğer kullanıcılarla bir bağlantı listesi hazırladıkları ve diğer kullanıcıların ziyaretlerine ve içeriğe katkı sunmalarına olanak tanıyan web tabanlı hizmetler olarak tanımlanmaktadır (Boyd ve Elison’dan akt., Akyürek, 2020).

Sosyal medyanın bu etkileşimli yapısı toplumda birçok dinamiği ve sektörü etkilemiştir. Kişiler arası iletişim, halkla ilişkiler pratikleri, siyasal iletişim, medya ve haberleşme sektörü, eğitim ve daha pek çok sosyal ve kurumsal yapı, sosyal ağların getirdiği dönüşümden fazlasıyla etkilenmektedir. Bu çalışma kapsamında da bireylerin haber alma alışkanlarındaki dönüşüm ve devlet temsilcilerinin halkla iletişimi sağlarken sosyal mecraları kullanımı incelenmektedir.

Dünya Sağlık Örgütü tarafından Covid-19 hastalığının pandemi olarak ilan edilmesinin ardından dünya enformasyon çağındaki ilk büyük kriziyle karşılaşmıştır. Bu krizde hastalıkla mücadelenin yanı sıra doğru ve güvenilir iletişimin önemi de ortaya çıkmıştır. Bu nedenle ülkemizde sağlık otoritesi olarak Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca’nın konu ile ilgili bilgilendirmeleri önem kazanmıştır. Koca, geleneksel medyanın yanı sıra sosyal medyayı da salgın yönetiminde toplumla iletişim için etkin bir biçimde kullanmıştır.

Sosyal Medya

Kökleri çok daha eskiye dayanan fakat gündelik hayatımıza Facebook ile birlikte hızlı bir giriş yapan sosyal medya kavramı, insanların ‘ilkokul arkadaşlarını bulmak’ için katıldıkları bir platform olmanın çok ötesine geçmiştir. Sosyal medyanın temelinde internet teknolojilerinin gelişimi ile ortaya çıkan web 2.0 oluşumu yatmaktadır. O’ Reilly Media Yayınevi kurucusu olan Tim O’ Reilly tarafından 2005 yılında kullanılan web 2.0 terimi; merkezleşme, yayıncılık yerine katılım, katkı veren olarak kullanıcılar, zengin kullanıcı deneyimi, bir platform olarak web, kişinin kendi verilerini kontrol etmesi, veriyi yeniden harmanlama gibi temel nitelikleri taşımaktadır (Fuchs, 2020, s.57).

‘‘Sosyal medya, web 2.0’in ideolojik ve teknolojik temelleri üzerine yapılandırılmış, kullanıcıların içerik oluşturmasına ve değiştirmesine imkan sağlayan internet tabanlı uygulamalardır’’ (Bostancı, 2019, s.22).

Boyd (2014) sosyal medyayı, sosyal ağ siteleri, video paylaşım siteleri, blog ve mikroblog platformları, katılımcıların kendi içeriklerini oluşturmalarını ve paylaşımlarını sağlayan siteler ve hizmetler olarak tanımlamaktadır (Akt., Fuchs, 2020, s.62).

Sosyal medyanın daha pek çok tanımlaması olsa da genel olarak dikkat çeken özellikleri kullanıcıların içerik üretip bunları yayabilmesi ve mesafeleri ortadan kaldırıp pek çok kişiyi birbirine bağlayan bir ağ oluşturmasıdır. Sosyal medya geleneksel medyaya olan ihtiyacı ve ilgiyi azaltsa da, geleneksel medyayı tamamen ortadan kaldırmış değildir. Sosyal medya ile geleneksel medya arasında temel farklılıklar bulunmaktadır. Bunlar; dijitallik, etkileşimsellik, çokluortam, kullanıcı türevli içerik, kitesizleştirme ve eşzamansızlık olarak sıralanabilmektedir (Öztürk, 2015; Kırık, 2017).

Twitter

Sosyal medya mecraları arasında mikrobloglar günümüzde önemli bir yer tutmaktadır. İnsanların anlık duygu durumlarını paylaşmaları için ortaya çıkmış olan mikrobloglar, bugün işlevini tamamen değiştirmiş ve haber alışverişinde ilk sırada kullanılabilir hale gelmiştir. Mikroblog denilince ilk akla gelen ve en etkili mecra Twitter olmaktadır. Sosyal medyanın en yoğun enformasyon ağına sahip olan Twitter’da, gündem olan olaylar kullanıcılar tarafından yorumlanmakta ve kullanıcılar arasındada hızla yayılmaktadır (Bayrak, 2018). 2006 yılında girişimci Jack Dorsey tarafından ABD’de kurulan Twitter’da (Şahin ve Aydoğdu, 2020) mesajlarda geçen konu ya da kavramların, geçiş yoğunluğuna göre listelendiği Trend Topics isimli bir sistem bulunmakta ve o zaman dilimi içinde Twitter’da insanlar neyi konuşuyorsa o konular listelenmekte ve böylece gündem herkes tarafından bilinmektedir (Arik, 2013).

Bilgilerin anlık olarak paylaşılabilirdiği bu ortam, doğru ve hızlı bilgi vermekle yükümlü olan haber kuruluşları ve gazeteciler için hem avantajlar hem de dezavantajlar getirmiştir. Twitter ve diğer sosyal medya mecraları geleneksel medya araçlarıyla birlikte kullanılmaktadır. Haber kuruluşları, gazete ve televizyonlarında

yayımladıkları haberleri başta Twitter olmak üzere, sosyal medya hesaplarından da paylaşarak büyük bir kitleye ulaşmaktadır.

Twitter, gazetecilerin haber kaynaklarını artırması ve onlara hızlıca ulaşabilmesi, haberi yayması, geri dönüşleri hızlıca alabilmesi ve haberi yeniden düzenleyebilmesi açısından pek çok yenilik sağlamaktadır (Şahin ve Aydoğdu, 2020). Twitter bu konumundan dolayı sadece gazeteciler için değil, söylemlerini halka aktarmak için gazetecilere ve medya kuruluşlarına ihtiyaç duyan tüm kurum, kuruluş ve siyasetçiler için önemli bir yer tutmaktadır. Twitter, günümüz dünyasında gündem belirlenen ve takip edilen, halkla ilişkiler ve iletişim çalışmalarında kitlelere doğrudan ulaşmayı sağlayan en önemli araçlarından biri konumuna gelmiştir (Bilgiç ve Akyüz, 2020). Bu haliyle Twitter, zaman zaman gazetecilerin haber kaynağına ulaşmasına gerek kalmadan, kaynağın elindeki bilgiyi doğrudan paylaşabildiği bir mecra haline gelmiştir.

Salgın ve Kriz İletişimi

“Krizler aniden ortaya çıkan ve bu nedenle çıktığı anda sistemleri çalışmaz hale getiren ve sistemin tamamında şaşkınlık ve panik yaratan olaylardır” (Güreşçi, 2020). Beklenmedik olayların gerektiği gibi yönetilememesi krize yol açabileceği gibi, bu durumların uzun süreler boyunca devam etmesi, kontrolden çıkmalarına neden olmaktadır ve olağanüstü bu durumlar olağanüstü tedbir ve hamlelerle çözülebilmektedir (Karağaç, 2013). Krizin yönetilmesi ve çözülmesi etkin, planlı, programlı ve bilinçli bir iletişim ile mümkündür (Çetin ve Toprak, 2016). İnsanların haber alma gereksiniminin en çok arttığı zamanlar toplumsal olayların yaşandığı ve kriz ortamlarının olduğu dönemler olmaktadır. Bu gibi dönemlerde hem bireyler bilgiye ihtiyaç duyarlar hem de medya kuruluşları habere dönüştürecek çok fazla bilgi elde ederler. Kriz dönemlerinde doğru bilginin hızlı şekilde ve doğru kaynaklardan topluma iletilmesi gereklidir. Aksi takdirde zaten panik, endişe veya korku halinde olan toplum, bilgi boşluklarını asılsız, yalan yanlış bilgilerle doldurmaya başlayacak, bu durum da içinde bulunulan kriz durumunu daha da zorlaştıracaktır (Demir ve Balcı, 2019).

İçerisinde bulunduğumuz covid-19 salgını da böylesi bir kriz dönemidir. Mart 2020’de Dünya Sağlık Örgütü ilk olarak Çin’in Wuhan kentinde görülen ve çok kısa bir süre içerisinde tüm dünyaya yayılan koronavirus (Covid-19) salgınına pandemi ilan etmiştir (BBC, 2020). Covid-19 adı verilen bu hastalık, ateş, öksürük, nefes darlığı ile gelişen bir grup hastada yapılan araştırmalar sonucunda 13 Ocak 2020’de tanımlanan bir virüsdür (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2020). Hasta kişilerin öksürmeleri hapşurmalarıyla ortama dağılan damlacıkların solunması ile diğer kişilere geçer. Kontamine olmuş yüzeylere dokunulduktan sonra, ellerin yıkanmadan yüz, göz, burun veya ağıza götürülmesi ile de virüs bulaşabilir. Hasta kişilerde en çok görülen semptomlar ateş, öksürük ve nefes darlığı olmaktadır ve şiddetli olgularda zatürre, ağır solunum yetmezliği, böbrek yetmezliği ve ölüm gelişebilmektedir (T.C Sağlık Bakanlığı, 2020).

Salgının ilk günlerinden itibaren doğru haber almak tüm dünyanın gündemine oturmuştur. Fakat sosyal medyanın büyük etkisiyle salgın hastalık ile ilgili yalan/yanlış bilgiler çok hızlı bir şekilde dolaşıma girip, aynı hızla milyonlarca kişiye ulaşmıştır. Öyle ki Dünya Sağlık Örgütü bu duruma işaret ederek, ‘infodemi’ terimini literatüre kazandırmıştır (WHO, 2020). Çevrimiçi ortamlar genellikle yanlış bilginin kaynağını oluşturmak yerine bunların yayılımında ateşleyici konumda olmakta ve covid-19 salgını sürecinde yapılan araştırmalarda bilgi paylaşma ve etkileşim hacmi açısından Youtube ve Twitter ana platformlar olmaktadır (Gölbaşı ve Metintaş, 2020). Ebola salgını döneminde yapılan araştırmalarda yalnızca yedi günde yanlış tıbbi bilgi içeren Twitter paylaşımlarının on beş milyon kullanıcıya ulaştığı tespit edilmiştir (Gölbaşı ve Metintaş, 2020). Yalan haber içeriklerinin doğru haberlere göre altı kat daha hızlı yayıldığını gösteren çalışmalar da bulunmaktadır.

Pandemiyle mücadelede en önemli yöntemlerden biri, doğru bilginin insanlara ulaşmasını sağlamaktır çünkü yalan ya da yanlış bilgilerin hızlı yayılmasının bir nedeninin de koronavirus nedeniyle evlerinde kalan kişilerin daha fazla sosyal medyaya maruz kalması ve gündemi daha fazla takip etmesi olduğu düşünülmektedir (Geçer, 2020). Bu nedenlerle salgın yönetiminin iletişim ayağında doğru bilgiyi, resmi kaynaklardan almak, haricindeki bilgi kaynaklarına itibar etmemek son derece önemlidir. Resmi kaynakların da toplumu bilgilendirirken kullandığı dil, aktarılan bilgilerin doğruluğu, bilgi amaçlı içeriklerin sıklığı ve yetkililerin güven sağlaması da bir o kadar önem arz etmektedir. Aksi takdirde içinde bulunulan kriz durumu olağanüstü bir hal alıp, yönetilemez bir noktaya gelebilmektedir. Sonuç olarak da kriz iletişimini doğru yapamamak, krizin kontrolden çıkıp, etkilerini artırabilenmektedir.

AMAÇ

İletişim artık tek boyutlu olmaktan çıkıp, sosyal, kültürel, ekonomik ve siyasal alan da dahil olmak üzere günlük hayatımızda daha katılımcı olmamızı sağlamaktadır (Z. G. Demirtaş ve İ. Demirtaş, 2017). Elbette iletişimin bu denli boyut değiştirmesindeki en önemli etken sosyal medya platformları olmaktadır. Kullanıcıların etkileşimlerine dayanan, bireylerin kısa ifadelerle paylaşım yapabildikleri, farklı internet sitelerine referans verebildikleri, bunlar hakkında yorum yapabildikleri sanal sosyal ağ uygulaması olan Twitter’da kullanıcılar, anlık olarak etkileşime girebilmekte ve herhangi bir konu ile ilgili takipçilerinin fikrini ortaya koyacak anketler düzenleyebilmektedir (Gökulu ve Kılıç, 2020). Twitter’ın bu denli etkileşimli yapısı onun habercilik açısından ve toplumla haberleşmek isteyen kişi ve kurumlar açısından kritik bir noktaya getirmektedir.

Bu anlamda Twitter, diğer sosyal medya mecralarıyla beraber toplumla iletişime geçmek için etkin biçimde kullanılmaktadır. Toplumla sağlıklı ve hızlı bir iletişimin gerçekleşmesinin son derece önemli olduğu olaylar yaşanmaktadır. “En basit haliyle beklenmedik biçimde ortaya çıkan ve kişileri, örgütleri, grupları ve toplumları olumsuz yönde etkileme potansiyeli bulunan gelişmeleri ifade eden kriz durumları, iletişim stratejilerini yerinde kullanmayı gerektirmektedir” (Bulduklu ve Karaçor, 2017). Bu anlamda covid-19 pandemisi tüm dünyanın ve ülkemizin de yaşadığı en büyük krizlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu süreçte yetkililer toplumla sağlıklı ve güvenilir bir iletişim kurmalıdırlar.

Böylesi kriz dönemlerinde kamuoyunun daha fazla bilgiye ihtiyacı olduğundan, yetkili kişiler tarafından etkili bir iletişim kurulmalı, bu etkili iletişim sistematik biçimde yapılmalı, aksi hali dedikodu ve söylentilerin yayıldığı ve krizin daha da derinleştiği bir durumun ortaya çıkmasına sebep olunabilmektedir (Güreşçi, 2020). Sosyal medya uygulamalarından Twitter da, bu anlamda etkili bir mecra olarak karşımıza çıkmaktadır. Fakat internet ortamı ve sanal dünya kriz zamanlarında bir yandan durumun önlenmesi veya etkisinin azaltılmasına olanak sağlarken, bir yandan daha da şiddetlenmesine veya kontrolden çıkmasına sebep olabilmektedir (Akdağ ve Taşdemir, 2006).

Böyle bir kontrolden çıkış yaşanmaması adına; geleneksel medyaya kıyasla daha avantajlı yönleri bulunan yeni medyada ileti oluşturma dikkatli bir kodlama ve dille yapılması gerektiği ve sürekli güncellenen yeni ve doğru bilgiler içermesi gerektiği gözlerden kaçmamalıdır (Bulduklu ve Karaçor).

Tüm bu belirtilenler doğrultusunda Covid-19 pandemisi süresince Türkiye’de süreci yöneten yetkili ve sağlık otoritesi olarak Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca toplumla gerek geleneksel medya, gerekse yeni medya aracılığıyla iletişim kurmuştur. Yeni medyanın olanakları içerisinde ise Twitter platformunu etkili şekilde kullanmıştır. Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca, 10 Mart’ı 11 Mart’a bağlayan gece, Türkiye’deki ilk koronavirüs vakasını duyurmuş, ülkede virüs nedeniyle ilk ölüm ise 17 Mart’ta gerçekleşmiştir (AA, 2020; TRT Haber, 2020). Dr. Fahrettin Koca, 1 Nisan 2020’de yaptığı açıklamada ise koronavirüs vakalarının tüm Türkiye’ye yayıldığını duyurmuştur (AA, 2020).

Salgın hastalık ülkemizde sosyal, ekonomik, siyasi, iktisadi, idari, hukuki, askerî, dinî ve kültürel alanlarda birçok önemli etkilere ve sonuçlara neden olan radikal kararlar alınmasına neden olmuştur. Tüm Türkiye’de eğitim-öğretime ara verilirken, bütün üniversitelerde dersler durdurulmuş, sınavlar ertelenmiştir (Sozcu.com.tr, 2020). Cuma namazının, cami ve mescitlerde cemaatle namaza ara verildiğinin duyurusu ise Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından yapılmıştır (CNNTurk, 2020). Ülkedeki restoran ve kafeler, dershaneler, kurslar, oteller, konser mekanları, gece kulüpleri, kuaförler, spor salonları gibi topluca bir araya gelinebilecek bütün mekanlar kapatılırken, açık havada da toplanılabilecek yerler kapatılmıştır (T.C. İçişleri Bakanlığı, 2020). Millî Savunma Bakanlığı askerî kışlalarda tüm celp, sevk ve terhis işlemlerinin bir ay boyunca ertelendiğini duyurmuştur (T.C. İçişleri Bakanlığı, 2020). Acil davalar dışındaki tüm dava, duruşma ve müzakereler durdurulmuştur (T.C. İçişleri Bakanlığı, 2020). Yurt içi ve yurt dışına yapılacak tüm uçuşlar ertelenmiştir. (T.C. İçişleri Bakanlığı, 2020). Cerrahi maske takmak, tüm market ve pazar yerleri gibi zorunlu ihtiyaçların giderildiği yerlerde mecburi hale getirilmiştir (T.C. İçişleri Bakanlığı, 2020). İller arası geçişler e-devlet üzerinden alınacak valilik izniyle gerçekleştirilmek suretiyle serbest bırakılmıştır (T.C. İçişleri Bakanlığı, 2020). Yüzlerce yerleşim yeri, köy ve kasaba COVID-19 tedbirleri kapsamında karantinaya alınmıştır (T.C. İçişleri Bakanlığı, 2020). Hafta sonları sokağa çıkma yasakları gelirken, hafta içinde de 65 yaş ve üzeri vatandaşlar ile çocukların sokağa çıkması yasaklanmıştır (T.C. İçişleri Bakanlığı, 2020).

Mayıs ayı ile birlikte vaka sayılarında bir azalma gözlemlenmiş ve bununla birlikte getirilen kısıtlamaların Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın talimatlarıyla kademeli olarak esnetileceği bilgisi verilmiştir. 1 Haziran 2020 tarihinden itibaren de ‘yeni normal’ denen bir yaşam şekliyle beraber tüm kısıtlamalar kaldırılmıştır (TRTHaber, 2020). ‘Yeni normal’ ve ‘kontrollü sosyal yaşam’ adı verilen bu durum, hastalığın hayatımızdan çıkmadığını bildiğimiz ve tedbirlere uymaya devam ederek, kısıtlı bir sosyal yaşama katılmaya başlamamızı gerektiren bir sürece verilen ad olmuştur. Bu tedbirlerin arasında, kalabalık ortamlara girmemek, mecbur olmadıkça dışarıda fazla vakit geçirmemek ve eğer dışarı çıkılacaksa mutlaka maske takmak, sosyal mesafe kuralına uymak ve temizlik kurallarına uymak bulunmaktadır. Doğası gereği kalabalık olan Pazar yerleri ve marketlerde ise maske takmak zorunlu hale getirilmiştir.

Bu çalışma, Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca’nın Twitter üzerinden bu sağlık krizini yönetip yönetemediğini, yönettiyse nasıl yönettiğini tespit etmeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda kendisinin ‘yeni normal’ adı verilen sürecin iki ay öncesi ve iki ay sonrasına ait Twitter kullanımı incelenecektir. Bu doğrultuda pandeminin hayatımıza girdiği ilk dönemler ile artık onunla yaşamayı öğrenmek zorunda olduğumuz dönem kıyaslanarak bu noktalarda Sağlık Bakanı’nın kullandığı ifadeler, attığı tweet sayısı, tweetlerin içeriği, tweetlerin aldığı etkileşim tespit edilmeye çalışılacaktır.

ÖNEM

Krizin boyutu, sorumlusu, etkilediklerinin niceliği, niteliği ne olursa olsun kriz anında en kritik konu kriz iletişimidir ve bu sebeple kriz yöneticilerinin, gerek medya gerek kamuoyu gerekse diğer birimlerle olan ilişkilerini, krizi en az hasarla atlatmasının anahtarı olarak görmesi gerekmektedir (Kaplan, 2020). Kriz ve olağanüstü olayların yaşandığı zamanlarda, okur ve takipçiler olabilecek en hızlı şekilde enformasyon akışı

içerisinde doğru bilgiye ulaşabilmeyi amaçlamaktadır (Öztunç, 2020). Kriz iletişiminde kurumlar güveni sağlamak için “ilk ve doğru” olmalıdır çünkü bu durum hem kaynağın teyit edilmesine imkan tanır hem de mesaj vermekte geç kalınırsa, medya, rakipler veya başka kişi ve kurumlar akıllarda kalan boşlukları doldurmaktadır (Öksüz ve Batu, 2017).

Covid-19 pandemisi de insanlığın gördüğü en büyük kriz durumlarından biri olarak değerlendirilmektedir. Dünya gündemini belirleyen ve tüm insanlığı etkisi altına alan covid-19 hastalığına karşı bütün ülkeler mücadele verirken, hastalığın bulaşmasını engellemek için insanlar mecburen sosyal yaşamdan izole olmuşlar ve evlerinde kalmak zorunda oldukları bir sürecin içine girmişlerdir (Yeniçifti, 2020). Bu dönemde tüm dünyada internet kullanımı oldukça artmış; insanlar işlerini, eğitimlerini, sosyal ilişkilerini internet üzerinden sürdürmüş, sosyal medya kullanımı da büyük oranda artış göstermiştir. Sosyal medyanın hayatlarımızın ayrılmaz bir parçası haline gelmesi, pandemi döneminde bilgi almak, iletişim kurmak, ve online toplantılar düzenlemek, boş zaman değerlendirmek gibi sebeplerle insanların eskisine kıyasla yoğun şekilde kullanmasına neden olmuştur (Yeniçifti, 2020).

Bu bağlamda sosyal medya salgın ile ilgili haberlerin de ilk olarak takip edildiği mecra haline gelmiştir. Bu anlamda sosyal medya kullanıcı türevli içerik oluşturulabilme özelliği nedeniyle bilgi kirliliğinin de had safhaya ulaştığı bir mecradır. Pandemi sürecinde bilgi kirliliğinin ulaştığı boyutu anlatabilmek için ‘infodemi’ terimi ortaya atılmıştır. Infodemi, “Salgınla ilgili, özellikle internet ve sosyal medya ortamında aşırı ve asılsız bir şekilde paylaşılan ve dolaşıma sokulan içeriklerden dolayı bilgi kirliliğinin yaşanması ve insanların doğru bilgiyi bulmakta zorlandıkları durum” olarak tanımlanmaktadır (Diker, 2020).

Böylesi bir ortamda ve böylesi bir kriz döneminde iletişim yönetiminin ve doğru bilgi almanın önemi ortaya çıkmıştır. Ülkemizde pandemi krizinin yöneticisi olarak da Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca aktif rol oynamaktadır. Sosyal medya ve internet ortamının siyasal iletişim açısından tabana ulaşma ve tabanın isteklerinin doğrudan aracısız bir biçimde siyasal partilere iletilmesi noktasında avantajları bulunmaktadır (Gökulu ve Kılıç, 2020). Bu sebeple kamuoyu oluşturma, propaganda, bilgilendirme, siyasal kampanyalar ve tanıtım amacıyla kullanılan en etkili iletişim aracı, sosyal medya mecralarıdır (Karaca, 2020). Koca, hem siyasetçi kimliği hem de ülkenin sağlık otoritesi olarak pandemi sürecinde toplumla iletişim kurmak için Twitter’ı etkin şekilde kullanmaktadır. Twitter kendi içinde barındırdığı bazı özellikler nedeniyle etkileşimi kolay hale getirmektedir.

We Are Social ve Hootsuite’in ‘Digital 2020’ raporuna göre, Türkiye’de 54 milyon sosyal medya kullanıcısı bulunmaktayken, bu oran toplam nüfusun yaklaşık yüzde 64’ünün sosyal medya kullandığı anlamına geliyor ve Twitter’ı ise dünya çapında 339,6 milyon kişi kullanırken, Türkiye, Twitter’ın en fazla kullanıldığı 6’ncı ülke olarak belirlenmektedir (BBC, 2020). Bu oranlar toplumla iletişime geçmek isteyen siyasetçi, kişi, kurum, kuruluş veya markalar için sosyal medyanın önemli bir mecra olduğunu ortaya koymaktadır.

Toplumun bu kadar yoğun şekilde kullandığı bir mecraı etkili kullanmak, siyasal katılıma ve devlet-vatandaş ilişkisine büyük katkı sağlamakta, yurttaşların iletişim sürecinde pasif alıcı değil, aktif olarak katılımcı olmasını sağlamakta ve Twitter vasıtasıyla hedef kitleleriyle doğrudan iletişim kurma ve onların fikirlerini alabilme imkânını sağlamaktadır (Yıldırım, 2014).

Tüm bu faktörler ele alındığında pandemi sürecinde Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca’nın Twitter üzerinden yaptığı paylaşımlar hastalığın ne olduğu, etkileri, gidişatı ve ülkemizdeki son durumun değerlendirilebilmesi açısından son derece önem taşımaktadır. Covid-19 pandemisi sürecinde, konunun otoritesi olarak Koca, hastalıkla ilgili olarak ilk günden itibaren geleneksel medyanın yanı sıra Twitter’ı da etkili biçimde kullanmıştır. Kriz ortamlarında yalan yanlış bilgiden kaçınmak, doğru bilgileri ilk ağızdan öğrenmek, hastalığın etkileri ve gidişatı ile ilgili tüm bilgiler için tek yetkili merci Sağlık Bakanı olmaktadır. Bu nedenle Dr. Fahrettin Koca’nın Twitter üzerinden yaptığı paylaşımların anlaşılması, salgın sürecinde yeni medya aracılığıyla gerçekleştirilen iletişim pratiklerinin de anlaşılması açısından alana katkı sağlayacağından önem taşımaktadır.

Covid-19 hastalığı Türkiye’de ilk kez 11 Mart 2020 tarihinde görülmüştür. Bu tarihten itibaren kademeli olarak ülkemizde sokağa çıkma yasakları dahil pek çok kısıtlamaya gidilmiştir. 1 Haziran tarihinde ise vaka sayılarında görülen düşüş ve hastalığın yaz aylarında etkisinin azalacağı düşüncesi ile kısıtlamalar yine kademeli olarak kaldırılmıştır.

Kısıtlamaların kaldırıldığı fakat hastalığın hayatımızdan çıkmadığı dönemi nitelemek amacıyla 1 Haziran 2020’den itibaren ‘yeni normal’ hayat yaşanmaya başlanmıştır. Bu kapsamda Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca, ‘yeni normal’ adı verilen süreci topluma anlatmaya çalışmış, bu süreçte yaşam pratiklerinin nasıl olacağı konusunda toplumu bilgilendirmeye çalışmıştır.

Bu süreç toplumun hastalıkla ilgili doğru bilgiyi alması noktasında kritik bir öneme sahiptir. Öyle ki bu dönem, hayatın kısıtlamalarla devam edemeyeceğinin görüldüğü fakat hastalığın da hala hayatımızda olduğu bir dönem olmuştur. Bu nedenle bu dönemde Dr. Koca’nın toplumu Twitter üzerinden bilgilendirerek, paylaştığı içerikler ve insanların kendisinin paylaştığı içeriklere verdiği tepkiler önem taşımaktadır. Bu anlamda çalışma toplumun sosyal mecralar kanalıyla bilgilenebilmesi ve yaşamını nasıl organize ettiğinin anlaşılması bakımından önemlidir.

KURAMSAL TEMEL

Bu çalışma gündem belirleme kuramı bağlamında değerlendirilmiştir. İletişimin akışını kontrol edenler, insanlar üzerinde iktidar kurma gücünü de ellerinde bulundurlar ve bu doğrultuda medya istediği konuya ağırlık vererek,

yayınlarında daha sık yer ayırarak toplumun gündemini belirler (Yaylagül, 2019, s.79). Bu yaklaşıma gündem belirleme kuramı denilmektedir. Gündem belirleme kuramının kökenleri diğer pek çok kuram ve yaklaşımda olduğu gibi Lippman (1922)'in 'Kamuoyu' adlı eserinde bulunmaktadır (Özçetin, 2019, s.117). Güç sahipleri toplumun ne üzerine düşünmesini istiyorlarsa, medyanın gündeminin de ona göre şekillenmesini isterler ki; böylece halkın istekleri, beklentileri hesaba katılmaksızın insanların medyanın oluşturduğu bu gündem üzerine düşünmesi, tartışması ve onu öncelik edinmesi sağlanır (Güngör, 2020, s.121). Gündem belirleme kuramının temelleri atılmış olsa da gündem belirleme sürecine yönelik ilk çalışma McCombs ve Shaw tarafından 1972 yılında yapılmıştır (Demir ve Ayhan, 2020). 1968 yılı seçimlerini araştırdıkları Chapel Hill (1972) Study adlı çalışmada gündem belirleme kuramını ilk kez sistematik olarak çalışmışlardır (Melek, 2017). Mc Combs ve Shaw gündem belirleme hipotezi ile ilgili değerlendirmelerinde iletişim araçlarının bize sadece ne hakkında düşüneceğimizi anlatmakla kalmadığını, onu nasıl değerlendireceğimizi ve sonucunda da nasıl düşüneceğimizi anlattığını belirtmektedir (Mutlu, 2017, s.135).

İletişim alanında yapılan çalışmalar, güçlü etkilere geri dönüş olarak da bilinen 1960'lı yıllarla birlikte tutum ve etki kavramına odaklanmış ve bu dönemdeki çalışmalarda özellikle 1970'li yıllarda televizyonun günlük hayatın bir parçası olmasıyla, kitle iletişim araçlarının toplum ve bireyler üzerinde güçlü yansımaları olduğu görüşlerine yer verilmiştir (Güdekli, 2016).

Buna göre bu kuramın temeli; medyanın olaylara verdiği önem ve öncelik, halkın da önem ve önceliği haline gelmesinin yanı sıra gündem belirleme yaklaşımı medyanın insanların nasıl düşüneceğini değil ama ne hakkında düşüneceğini belirlediği fikirlerine dayanmaktadır (Yaylagül , 2019, s.80-81).

Lippman (1922)'a göre, insanlar kendi yakın çevreleri dışında olup bitenleri anlayabilme ve doğrudan gözlem yapabileme olanağına sahip olamadıkları için medyanın aktardığı bilgilere gereksinim duymaktadırlar (Övür, 2019). Bu bağlamda kitle iletişim araçlarında bir konuya verilen sıklık derecesi, haberin uzunluğu, başlığın genişliği, konumu gibi unsurlar bir konunun ne kadar önemli olduğunun algılanmasına etki etmektedir (Yücesoy ve Karabulut, 2019). Buradan hareketle gündem belirleme kuramına göre medyanın toplum üzerindeki etkilerinin büyük olduğu düşünülmektedir. Medyada yer verilen haberlerin sıklığı, uzunluğu, kullanılan dil toplumun medyanın aktardıklarına ne kadar önem verdiğini belirlemektedir.

İlk dönem gündem belirleme bağlamındaki çalışmalarda sebep – sonuç ilişkisi konusunda bir belirsizlik söz konusu olmakla beraber, gündemi belirleyen unsurun medya mı olduğu, yoksa medyanın okuyucu, izleyici kitlenin siyasal kaygı ve isteklerini yansıtmaya mı meyilli olduğu çok net değildir (Özçetin, 2019, s.119). Gündem belirleme kuramı kapsamında gerçekleştirilen sonraki araştırmalarda medya ve siyaset ilişkisi araştırılmış ve bunun sonucunda da önemli ölçüde medyanın kamunun gündemini belirlediği sonucuna varılmıştır (Algül, 2016). Gündem belirleme kuramı yeni iletişim pratikleri nedeniyle sorgulanan kavramlardan olmaktadır. Çünkü Mc Combs ve Shaw'un kendi içinde buldukları döneme göre değerlendirme yaptıkları ve bu doğrultuda doğal olarak televizyon, radyo ve gazetenin etkilerini ele aldıkları bilinmektedir. Fakat içinde yaşadığımız çağda sosyal medyanın da kullanıcılar için bir gündem oluşturduğu açıkça görülmekte ve kullanıcıların oluşturduğu içerik sayesinde bireyler de geleneksel medyayı etkiler vaziyete gelmektedir (Barış, 2019).

Geleneksel kitle iletişim araçlarının gündem belirleme gücü atık evrensel ve tekil olmamakla beraber, bu güç bağımsız bloglar, bağımsız gazeteler ve sosyal medya ağları ile bireyler arasında yeniden dağıtılmaktadır (Demir ve Ayhan, 2020). Sosyal ağlarla birlikte geleneksel medyanın toplum üzerindeki gündem belirleme etkisi tam olarak ortadan kalkmasa da doğası değişmekte ve medyadan topluma şeklindeki piramit tersine dönerek, toplumdan medyaya şekline dönüşmektedir (Kılıç, 2020). Sosyal medya, gündem belirleme üzerindeki etkisi ve gündem belirleme ile ilişkisi bakımından özellikle sahip olduğu hız nedeniyle geleneksel medyanın önüne geçmiştir (Kılıç, 2020).

Sosyal medya, üyelerine kişisel alanlar sağlayarak kendi gündemini belirleyebilir ve diğer sosyal grupların gündemini oluşturabilirken, bir olay veya fikir sosyal medyanın hızlı dağıtımıyla sosyal gündemin önemli bir konusuna dönüşebilmektedir (Sine ve Sarı, 2019).

Bu anlamda Twitter haber akışının diğer sosyal medya mecralarına kıyasla yoğun olarak yaşandığı bir ortam özelliği taşımaktadır. Etkileşim ve hızlı yayılmanın etkisini gösterdiği bu mecra kullanıcıların 'gündemini belirlemek' için, haber siteleri, haber kanalları, gazete, sivil toplum kuruluşları ve siyasetçiler tarafından da sıklıkla kullanılmaktadır.

Bakan Koca, salgın hastalığın tehlikelerini, hastalığın ne olduğunu, yeni normal hayat kapsamında nasıl davranılması gerektiğini Twitter üzerinden sürekli tekrarlar yaparak, toplumun gündeminde tutmaya çalışmıştır. Kendisinin hastalıkla ilgili tweet'leri geleneksel medyada da haber olarak yer almıştır. Koca, bu bağlamda hem toplumun hem de geleneksel medyanın gündemini belirlemiştir.

Bu çalışmada Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca'nın topluma covid-19 hastalığını anlatmak ve salgına karşı nasıl bir duruş sergilemeleri gerektiğini aktarmak için ve bunu gündemde tutmak için sürekli olarak Twitter aracılığıyla bilgi akışında bulunması 'gündem belirleme kuramı' çerçevesinde ele alınmıştır.

LİTERATÜR TARAMASI

Literatürde bu çalışmanın konusuna paralel olarak yapılmış bir çalışma Bilgiç ve Akyüz (2020) tarafından ortaya konmuştur. Çalışmada Türkiye’de Covid-19 salgını sürecinde Sağlık Bakanı Fahrettin Koca’nın Twitter paylaşımlarının içerik analizi yapılmıştır. Çalışmada kitle iletişim araçlarının etkilerinin ve çeşitliliğinin haber almada gün geçtikçe önemli hale geldiği ve içerisinde internet haberciliğinin yanı sıra okuyucuya daha hızlı ulaşma ve etkileşim imkânı tanıyan sosyal medya platformlarının, bilgi kaynakları arasında ilk sıralardaki yerini aldığı belirtilmiştir. Bu kapsamda Türkiye’de Sağlık Bakanı Fahrettin Koca, salgın ile ilgili düzenli açıklamalarını Twitter üzerinden yapmış ve bu açıklamalar geniş kitlelere ulaşmıştır. Araştırma bu Twitter açıklamalarının incelenmesi üzerinedir.

Araştırmada Türkiye’de ilk vakanın görüldüğü tarih olan 11 Mart 2020 ile ilk sokağa çıkma yasağı uygulamasının başladığı 10 Nisan 2020 arasındaki dönemde yaptığı Twitter paylaşımları incelenmiş, Koca’nın mesajlarında en çok hangi noktalara vurgu yaptığı, mesajlarının ne kadar etkileşim aldığı incelenmiştir. İncelenen dönemde Twitter kullanıcılarının önemli bir bilgilendirme ihtiyacının ortaya çıktığı ve milyonlarca kişinin hızlı bir şekilde Bakan Koca’nın hesabını takibe aldığı belirlenmiştir. Pandemi döneminde gündemi belirleyen önemli bir kamusal aktör olan Koca’nın en çok “sağlık”, “Koronavirüs” ve “tedbir” kelimelerini kullandığı, en az kullandığı kelimelerin ise “maske”, “pandemi”, “bulaşıcı” ve “sosyal mesafe” kelimeleri olduğu belirlenmiştir.

Bu çalışma Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca’nın Twitter paylaşımlarını analiz etmesi açısından bizim çalışmamız ile doğrudan ilişkilidir. Araştırma bizim çalışmamıza kıyasla daha kısa bir zaman aralığını kapsamaktadır. Fakat pandeminin Türkiye’deki seyri ele alındığında önemli bir zaman aralığıdır. Çalışma ayrıca ‘gündem belirleme kuramı’ temelinde ele alındığından kuramsal temeli bağlamında ve uyguladığı yöntem bakımından da bu çalışma ile benzerlik taşımaktadır.

Literatürde araştırma konumuzla ilgili bir diğer çalışma Ateş ve Baran (2020) tarafından yapılmıştır. Çalışma hem Amerika Birleşik Devletleri’nde hem Türkiye’de covid-19 salgın hastalık döneminde sosyal medyanın kriz iletişimi için etkili kullanılıp kullanılmadığını belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Türkiye Cumhuriyeti ve Amerika Birleşik Devletleri Sağlık Bakanlıklarına ait resmî Twitter hesaplarından yapılan paylaşımlar Wendling, Radisch ve Jacobzone’un kriz ve risk iletişiminde sosyal medyanın etkin kullanımına ilişkin geliştirdiği uygulama modeli kapsamında incelenmiş ve elde edilen veriler SPSS programı ile içerik analizine tabi tutulmuştur.

Araştırmanın bulgularına göre; Türkiye Sağlık Bakanlığının resmî Twitter hesabını kriz iletişimi çerçevesinde daha aktif ve daha etkili kullandığı tespit edilirken, ABD Sağlık Bakanlığının ise kriz iletişimini idare etmek noktasında geri kaldığı ve Twitter hesabını kriz iletişimi kapsamında daha nadir kullandığı sonucuna ortaya çıkmıştır. Çalışmadan elde edilen veriler ışığında, ABD’nin krizi yönetmede sosyal medya kullanımındaki etkinliğinin yetersiz kaldığı, bunun da krizin kamularda yarattığı endişeyi artırdığı söylenebilir. Türkiye’de ise krizin ilk ortaya çıktığı mart ayı ve bunu takip eden nisan ayında kamuda bilinç oluşturuca, virüsün belirtilerinin ve etkilerinin yer aldığı içerikteki tweetlerin paylaşım oranı fazladır.

Ateş ve Baran (2020) tarafından yapılan bu çalışma ise Amerika Birleşik Devletleri ile Türkiye Cumhuriyeti’nin sağlık bakanlıklarının resmî Twitter hesaplarından yapılan pandemi ile ilgili içerikler incelendiğinden konumuz ile yakından ilgilidir. Bu çalışmada da tıpkı bizim çalışmamızda olduğu gibi söz konusu resmi Twitter hesaplarının içerikleri kriz iletişimi yönetimi bağlamında incelenmiştir. Bizim çalışmamızda da Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca’nın Twitter üzerinden halkı bilgilendirmek amaçlı covid-19 hastalığıyla ilgili yapmış olduğu paylaşımlar kriz iletişimi yönetimi kapsamında ele alınmıştır. Bu nedenle bu iki çalışma arasında benzerlikler söz konusudur. Alanda konumuz çerçevesinde bir diğer çalışma Yeniçiftçi (2020) tarafından gerçekleştirilmiştir. Araştırma covid-19 hastalığıyla ilgili Sağlık Bakanlığının yaptığı Instagram paylaşımlarını göstergebilimsel bir analiz ile ortaya koymuştur. Çalışmaya göre, sosyal medyanın kullanıcı türevli yapısı birçok kişinin aynı sanal ortamda olmasını sağlarken salgın, afet, felaket, deprem, kriz gibi olaylarla ilgili enformasyonun hızlı bir şekilde yayılmasına sebep olmakta, insanlar bu olaylarla ilgili etiketler oluşturarak sosyal mecralar aracılığıyla haberleşmekte ve daha çok kitleye ulaşabilmektedirler. Bu çalışmada Sağlık Bakanlığı’nın “Hayat Eve Sığar” hashtagi ile Instagram’dan yapmış olduğu paylaşımlar göstergebilimsel çözümleme ile incelenerek bu gönderilerle verilmek istenilen mesajların ne olduğu ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Çalışma sonucunda analiz edilen Sağlık Bakanlığı’nın #hayatevesığar etiketiyle Instagram’da yaptığı paylaşımlarda genel olarak salgın sürecinde evde olmanın önemine dikkat çekilerek pandemi öncesinde dışardaki hayatın evde de sürdürülebileceğine yönelik mesajlar verilmiştir. Ayrıca çalışmanın bulguları arasında, sosyal mecraların bireyler tarafından fazla şekilde kullanılması ve bilgilerin hızlıca yayılabilmesi Sağlık Bakanlığı’nın da sosyal medya hesaplarını aktif bir şekilde kullanmasına neden olmaktadır. Yapılan tüm paylaşımlarda Sağlık Bakanlığı’nın sosyal medya hesaplarının logolarına yer verilmiştir. Bu noktaya vurgu yapılmasının sebebi insanların salgın hastalık ile ilgili en doğru haberleri Sağlık Bakanlığı’nın web sayfasından ya da resmi sosyal medya hesaplarından öğrenebileceği mesajı topluma aktarılacak istenmiştir.

Bu çalışma da bizim çalışmamıza benzer olarak Sağlık Bakanlığı’nın Instagram hesabındaki içerikleri incelemiştir. Burada da amaç yine covid-19 hastalığıyla ve pandemi süreciyle ilgili toplumu bilgilendirme amaçlı yapılan sosyal medya paylaşımlarının incelenmesi olduğundan konumuzla ilgili bir içeriğe sahiptir.

Literatürde konumuzla ilgili olarak yapılmış bir diğer çalışma Öztunç (2020) tarafından gerçekleştirilmiştir. Ülkemizde ilk vakanın görüldüğü 11 Mart 2020 tarihi itibarıyla kamuoyunda panik havası oluşmuş ve başta tıp dünyası olmak üzere pe çok kesimin bu salgını tanıma çabasına girdiğini belirten çalışmaya göre; kamuoyunun bilgi edinmesini sağlayan ilk başvuru kaynağını şüphesiz medya organları oluşturmaktadır. Bu bağlamda dijitalleşme ve mobil telefonlarının kullanımındaki yaygınlık ise internet haberciliğini bir adım öne çıkarmaktadır. Bu çalışmada, ülkemizde Kovid-19'a bağlı ilk vakanın görüldüğü 11 Mart 2020'den başlanarak bir aylık süreç ele alınmaktadır. Çalışma kamusal alan yaklaşımını temele alarak internet gazeteciliği ekseninde medya organlarının etkilerini ortaya koymayı hedeflemektedir.

Araştırmadan elde edilen temel bulgulara göre, incelenen haber sitelerinin, resmi kaynaklardan gelen haber içeriklerine daha çok yer verdiği görülmüştür. Olayın önemi itibarıyla söz konusu tarihlere çalışmamıza konu haber sitelerinde (Covid-19'la bağlantılı olarak) sağlık konusunda daha çok içerik üretimi gözlemlenmiş, dış haberlere verilen önemin de dikkat çekici boyutta olduğu saptanmıştır. Araştırma kapsamında incelenen haber internet sitelerinde işin uzmanlarına yönelik görsel kullanımının düşük olması olumsuz bir durum olarak göze çarpmaktadır. Bu haber sitelerinde yayımlanan haberlerin sadece %22.5'inde uzman görüşüne yer verildiği bilgisine ulaşılmıştır. Haber siteleri karşılaştırıldığında ise Hurriyet'in (%28), Ensonhaber'e (%17) göre daha çok uzman görüşüne yer verdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu da Hürriyet'in uzman görüşlerini daha çok önemseydiğini göstermektedir.

Bu çalışma internet haber siteleri ortamında covid-19 hastalığının ve pandemi seyrinin incelenmesi bakımından konumuzla ilişkilidir. Çalışma, bir görevi de toplumu bilgilendirmek olan medya kuruluşlarının internet mecralarından nasıl bilgilendirme yaptıkları bağlamında ele alındığından bizim konumuz kapsamında düşünüldüğünde alanyazında önemli bir çalışma olmaktadır.

Konumuzla ilişkili olarak bir diğer çalışma Vardarlıer ve Öztürk (2020) tarafından yapılmıştır. Bu araştırma, sağlık iletişimi konusunda sosyal mecralarının önemini ortaya koymayı hedeflemiştir. Araştırmaya göre, sosyal mecra platformlarının sağlıkla ilgili alanlarda kullanımının toplum ile ilişki kurmada büyük faydalar getirdiğini belirtmek mümkündür. Bu kapsamda araştırmada sağlık iletişimi ve sosyal medya ile ilgili alanyazın incelemesi yapılarak derleme bir çalışma yapılmıştır. Çalışma kapsamında sağlık iletişiminde sosyal mecra platformlarının kullanımının olumlu ve olumsuz yönleri değerlendirilmiştir.

Araştırmanın bulgularında sosyal medyanın sağlık açısından kullanılması noktasında avantajlar ve dezavantajlara dikkat çekilmiştir. Sosyal medyanın sağlık ile ilgili kullanımındaki avantajlar arasında; aktif ve geniş bir portföyde kullanıcı sayısı olan sosyal medya kanalları ile hedef kitleye iletilmek istenen mesajın dakikalar içerisinde çok düşük bir maliyetle gerçekleştirilmesi, toplumda üzerinde durulması gereken alkol, sigara, madde bağımlılığı gibi kötü alışkanlıklar veya toplumu ilgilendiren salgın ve bulaşıcı hastalıklar ile ilgili yürütülen çalışmaların ulusal-uluslararası birçok platformda yer almasını sağlaması gibi pek çok faktör bulunmuştur. Dezavantajlar noktasında ise; çok geniş bir kitle içeren sosyal medya hesaplarında bilgi üreticilerin denetlenememesi ve dolayısıyla çok fazla bilgi kirliliğinin üremesi, hatalı veya yanlış bilgi içeren paylaşımların hızlı yayılması sebebiyle hepsinde bir düzeltme yapılmasının mümkün olmaması ve bir konu hakkında yapılan uzman açıklamalarının çelişmesi ve bu fikir ayrılıklarına erişimin çok kolay gerçekleşerek kafa karışıklığı yaratması gibi konulara değinilmiştir.

Araştırma sosyal medya üzerinden yapılan sağlık iletişimini incelemesi bakımından konumuzla ilişkilidir. Bizim çalışmamızda Dr. Fahrettin Koca'nın covid-19 ile ilgili yaptığı Twitter paylaşımları inceleneceğinden, bu konu sağlık iletişimi kapsamında değerlendirilebilir. Çalışmaya göre sosyal medya bulaşıcı hastalık durumunda halkın bilgilendirilmesi için kullanılabilir. Bizim çalışmamızda da Twitter bu kapsamda kullanılmıştır.

Çalışmamız alanına giren bir başka araştırma ise Sucu (2020) tarafından yapılmıştır. Covid-19 pandemisi sürecinde yaşam pratiklerimizin dönüşüme uğrayarak dijitalleştiğini ele almaktadır. Çalışmaya göre Covid-19 salgının ortaya çıkardığı yeni hayat koşulları, eskiden günlük hayatımızda olan pek çok rutinin, sosyal çevre koşullarının ve iletişim biçimlerinin değişmesine neden olarak; yeni yaşam şartlarının, yeni düzenin ve görülmemiş bir dijital çağın ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu alanda, salgın hastalık dijital dönemde yeni bir çağa atlamamıza neden olarak, yeni bir dünya düzeninin beraberinde gelmesine neden olmuştur. Bu anlamda, bu araştırmada salgın hastalığın sözü edilen yeni bir dijital çağda, bireylerin iletişim şekilleri ve yaşam koşullarında nasıl değişiklikler doğurduğu ve doğurabileceği üzerinde durulmuştur.

Çalışmanın bulgularına göre, Covid-19 sürecinin etkilerine bakıldığında, bireylerin yaşam tarzlarının, iletişim biçimlerinin ve medyadaki iletişim süreçlerinin dönüşüm gösterdiği görülmektedir. Medyada içeriklerin oluşturulması, kişiler arasındaki iletişim, yaşam tarzlarının şekillenmesi yönünde eğitim ve çalışma şartları dijital platformlarda çevrimiçi iletişim ile yürütülmeye yönelmiştir. Covid-19 süreciyle birlikte, iletişim alanında ve yaşam tarzlarında önemli dönüşümler yaşanmaya başlamıştır. Bireyler iletişim yönünde uzaktan etkileşimli iletişim kurmaya yönelmeye eğilim göstermektedirler. Yüzyüze olan çift yönlü iletişim pandemisinin de etkisiyle uzaktan oluşumlar sergilemeye yönelmiştir.

Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca'nın Twitter üzerinden pandemi süreci ile ilgili toplumu bilgilendirmesindeki en önemli etken pandemi süreci ile birlikte bu çalışmanın bulgularında da elde edilen iletişim ve yaşam pratiklerindeki değişikliklerdir. Pandemi sürecinde insanların evlere kapanması sebebiyle sosyal medya kullanımını iki kat artmıştır

ve hızlı bilgi almak önemli hale gelmiştir. Bu nedenle hastalıkla ilgili yetkili makam olan Dr. Fahrettin Koca'nın Twittter kullanımı da artmış, kendisi toplumu bu şekilde bilgilendirmiştir. Bizim çalışmamız ile bu çalışma arasında bu bağlamda bir ilişki bulunmaktadır.

Çalışmamız alanında yapılan bir başka çalışma da Gölbaşı ve Metintaş (2020) tarafından yapılmıştır. Çalışma halk sağlığı araştırmacıları tarafından ortaya konmuştur. Çalışmada infodemi terimi, hali hazırda yaşadığımız enformasyon çağında, salgın hastalık yönetim sürecinde diğer pek çok mücadele alanına da etki eden bir pozisyonda olması gerekçesiyle, salgın hastalık sırasında öncelik verilerek ele alınmıştır. Dünya Sağlık Örgütü'nün salgın hastalık döneminde belirlediği rotaya göre infodemi yönetimi, koordine olmak ve yönetim dışında delil ortaya koymak, bilimi ve bilgiyi kullanılabilir duruma getirmek, eylemi güçlendirmek ve etkiyi ölçmek şeklinde dört temel başlık şeklinde sunulmuştur.

Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre salgın hastalık sürecinde ortaya çıkan infodemi yani bilgi kirliliği, son yıllarda sosyal medya platformlarının çoğalması ile birlikte salgın hastalıkla mücadelenin tam ortasında yer alarak, en önemli engelleyici hususlardan biri olmuştur. Bu dönemde DSÖ ile aynı iletişim araçlarını kullanan siyaset dünyası, topluma sağlık konusunda doğru bilgiyi ulaştırmada ayrıca mücadele edilmesi gereken bir başka saha haline gelmiştir. Salgın hastalık süreci, kitlelere doğru bilgiyi ulaştırmak için hem esnek hem de sağlam sistemlerin inşa edilmesi gerekliliğini göstermiştir; gerek internet ortamında gerekse kulaktan kulağa yayılan yalan yanlış haberlerin kaynağın belirgin hale getirildikten sonra toplumların yapısına göre mücadele edilmesi ön plana çıkmıştır

Bu çalışma infodemi kavramını araştırması sebebiyle bizim çalışmamızla yakından ilgilidir. Dünya Sağlık Örgütü'nün pandeminin başlarında literatüre kattığı bu kavram bilgi kirliliği anlamına gelmektedir. Salgının kendisi kadar zarar verici olduğu bu süreçte görünen infodemi kavramı, bizim çalışmamızda da önemli bir yer edinmektedir. Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca'nın Twitter paylaşımlarının incelenmesinin de sebebi bu durum olmuştur. Çünkü salgın ile ilgili en doğru bilgiyi veren otorite kendisi olmaktadır. Dr. Koca'nın Twitter paylaşımlarını değerli kılan ve etkileşim almasını sağlayan husus infodemiden kaçınmaktır.

Çalışmamızla ilişkili olan başka bir araştırmayı Vatandaş (2020) yapmıştır. Çalışmada gündem belirleme kuramı bağlamında Covid-19 pandemi haberlerinin gazete manşetleri incelenmiştir. Sürecin nasıl yürütüldüğünü belirleyebilmek adına ulusal çapta yayın yapan ve toplam günlük basımın %75'ini temsil eden 11 gazetenin ilk önce manşetleri olmak kaydıyla ilk sayfada yer alan öteki haberleri analiz edilmiştir. Çalışmada, salgın hastalıkla alakalı gündemin belirlenmesinin ilk günlerini ve öncesinin son günlerini gösteren 5-20 Mart 2020 tarihleri arası ele alınmıştır. İnceleme, Türkiye'deki ulusal günlük gazetelerin büyük ekseriyetini temsil eden 11 gazetenin manşetleri üzerinden gerçekleştirilmiştir. Gazeteler belirlenirken söz konusu gazetelerin siyasi/ideolojik duruşları, iktidar karşısındaki konumlanışları ile farklı çizgi ve eğilimde olmalarına özellikle dikkat edilmiştir.

Araştırmanın bulgularında covid-19 pandemisi, 10 Mart ve öncesi günlerde Türkiye'deki gazetelerde yer alan haberlerden sadece birisi olmuştur. Manşet altında, sayfanın alt veya yan kısmında bir-iki sütuna yayılmış başlıklarla haber konusu olurken 11 Mart günü covid-19 pandemisini konu edinen manşetlerle yayımlandıkları görülmektedir. Artık gazetelerin ülke gündemine ilişkin tercih ve kararları belli olmuştur. Çalışmada o gün bir gazete hariç örneklem gruptaki gazetelerin tamamının covid-19'u manşetlerine taşıdıkları görülmüyor. 11 Mart günü COVID-19'u manşetinde gündemine almayan tek gazete Akit olmuştur. Bu istisna durum hariç gazetelerin tamamı başta 'İdlib' ve 'göçmen' konusu olmak üzere birkaç gün öncesi gündemlerini terk edip, covid-19'u gündem yapmışlardır. Artık öncesinde görülmeyen bir şekilde tüm gazetelerin gündeminde covid-19 haberleri bulunmaktadır.

Gündem belirleme kuramı bağlamında ele alınan bu çalışmada gazetelerin manşetlerine yani toplumun gündemine covid-19 hastalığının nasıl girmiş olduğu incelenmiş olduğundan konumuzla ilişkilidir. Sosyal medya mecraları da bugün geleneksel kitle iletişim araçları kadar etkili birer haber alma aracı olarak görüldüğünden ve hem sosyal medya hem de geleneksel medyanın gündemi birbirini beslediğinden dolayı konumuzla yakınlık taşımaktadır.

Alanda araştırmamız için önemli olan bir çalışma da Yersel, Kalkan ve Özer (2020) tarafından yapılmıştır. Çalışmada infodeminin önüne geçmek için alan uzmanı kanaat önderlerinin instagram kullanımları ve kullanıcı etkileşimlerinin analizi yapılmıştır. Araştırmaya göre covid-19 salgını, toplumun fiziksel sağlığı için bir tehlike oluştururken, "infodemi" de toplumun zihinsel sağlığı için bir tehlike oluşturmaktadır. Sağlık alanında uzman bilim adamları tarafından sosyal medyanın aktif kullanımının toplumda doğru ve güvenilir bilgilere ulaşmasını gerekli kılmıştır. Bu nedenle, pandemik süreçte kanaat önderlerinin paylaşımının önemine dikkat çekmek amacıyla instagram paylaşımları ve katılım oranları analiz edilmiştir. Bu bağlamda Türkiye'de 10 sağlık bilimcisinin instagram hesapları incelenmiştir.

Araştırmanın bulgularından hareketle kanaat önderlerinin sosyal medyada Covid-19 sürecine ilişkin paylaşımlarında etkili bir iletişim stratejisi izleyemedikleri ortaya çıkmaktadır. Kullanıcılar, krizin yönetimi, krizin etkileri ve mücadele yöntemlerine ilişkin güvenilir bilgiye ulaşabildikleri içeriklerle daha fazla ilgilenmektedir. Kullanıcı etkileşimlerinde öncelikle hastalığın birincil etkilerine odaklandığı, psikolojiye dayalı etkilere ağırlık vermediği görülmektedir. Kanaat önderlerinin instagram kullanımları ve kullanıcı etkileşimlerinin analiz edildiği çalışmanın sonuçları beden dili, görsel paylaşım ve paylaşım altı içeriklerin birbirini destekleyici nitelikte

olmasının ve görsel mesajda aktarılan beden dilinin içerik ile uyumlu ve duyguya hitap edecek şekilde üretilmesinin etkileşimi artırdığını ortaya koymaktadır.

Çalışma bizim çalışmamız için önemli bir kavram olan infodemi kavramını incelediği için konumuzla ilgili bir çalışma olmaktadır. Infodemi kavramı pandemi ile ilgili yalan yanlış bilgilerin özellikle sosyal medyada yayılması durumu için kullanılan bir kelimedir. Bizim çalışmamız da bu çerçevede ele alınarak yetkili olan Sağlık Bakanı'nın paylaşımlarını incelemektedir. Bu araştırma da sağlık uzmanlarının Instagram paylaşımlarını incelediğinden konumuzla ilişkilidir.

Literatür taramasında konumuzla yakından ilgili başka bir çalışma ise Tüzün ve ark. (2020) tarafından yapılmıştır. Bu çalışma halk sağlığı alanındaki araştırmacılar tarafından gerçekleştirilmiştir. Dünya Sağlık Örgütü, ilk olarak Çin'de görülen covid-19 hastalığını 11 Mart 2020'de tüm dünyaya yayıldığı için pandemi ilan etmiştir. Araştırmaya göre salgın hastalık döneminde topluma bilgi vermek, tedbirli olmak ve hastalığın gidişatını kontrol altında tutmak amacıyla kriz iletişimi önemli bir noktadadır. Kriz atmosferinin belirli dönemlerinde dikkat edilmesi gereken belirli iletişim politikaları bulunmaktadır. Sağlık okuryazarlığı seviyesinin düşük olmasının bir halk sağlığı sorunu olması, salgın dönemindeki iletişim için bir engel teşkil etmektedir. Salgına bilgi kirliliğinin eşlik etmesi, salgın yönetimi açısından sağlık iletişiminin çözümlerine olan gereksinimi oldukça yükseltmektedir. Araştırmanın sonuçlarına göre yeni tip koronavirüs salgını Türkiye'nin ve tüm dünya ülkelerinin yeni karşılaştığı bir salgın hastalıktır. Bu gibi durumlarda bir kaos durumu ve belirsizlik atmosferi ortaya çıkabilmektedir. Söz konusu kaotik durumu ve belirsizlik havasını doğru bir iletişim stratejisiyle ve doğru dokunuşlarla atlatmak mümkündür. Bunun yanında insanlara sağlık okuryazarlığının öğretilmesi, doğru sağlık davranışlarının benimsetilmesi gerekmektedir. Pandemi döneminde halka doğru, kolay erişilebilir enformasyon akışı sağlanarak güven kazanılması gerekmektedir. Toplumun yanlış kaynaklardan yanlış bilgiler almasını ve panik halde olmasının önüne geçmek için, farklı medya araçlarına dayalı ve farklı sağlık okuryazarlığı seviyesindeki bireylerin ihtiyaçlarına hitap edebilen içeriklerin geliştirilmesi pandemi iletişiminin önemli faktörlerinden birisi olarak görülmektedir.

Bu çalışma tıpkı bizim çalışmamız gibi salgın sürecinde yetkililerin ve uzmanların bir kriz iletişimi yönetimi yaptıkları düşüncesiyle hareket etmiştir. Yetkili kişilerin ve uzmanların bu süreçte kullandıkları dilin ve iletişim biçimlerinin salgının yönetimi konusunda ne kadar önemli bir yere sahip olduğu vurgulanmıştır. Bizim çalışmamız da bu çıkış noktasından hareketle yapılmakta olduğundan bu çalışma ile yakından ilgilidir.

YÖNTEM

İnsanlığın gördüğü en büyük salgın hastalık olan covid-19 pandemisi sürecinde Türkiye'de sağlık otoritesi olarak Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca'nın toplumu bilgilendirmede geleneksel medyanın yanı sıra sosyal medyayı da çok aktif olarak kullandığı görülmüştür. Özellikle Twitter platformunu kullanan Dr. Koca, buradan yaptığı paylaşımlar ile hastalığın ülkemize geldiği ilk günden itibaren toplumu hastalıkla ve alınan tedbirlerle ilgili bilgilendirmiştir. Pandemi sürecinde tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de hastalığın etkilerini azaltmak için bir takım kısıtlamalar ve yasaklar uygulanmıştır. Bu kapsamda Türkiye için 1 Haziran 2020 tarihi tedbirlerin sürdüğü ama kısıtlamaların kademeli olarak kaldırıldığı 'yeni normal yaşam' adı verilen bir tarih olmuştur. Bu tarihin önemi itibarıyla çalışmada Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca'nın 1 Nisan – 31 Temmuz 2020 tarihleri arasındaki Twitter paylaşımları, yani yeni normal yaşam öncesi ve sonrası şeklinde incelenmektedir.

Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi kullanılmıştır. Nitel araştırma, gözlem, görüşme ve döküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik bir sürecin izlendiği araştırma türüdür (Aydın, 2018). Sıklıkla sosyal bilimlerdeki araştırmalarda tercih edilmektedir.

Problem Cümlesi

Covid-19 salgınında Türkiye'de Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca sosyal medya üzerinden durumu nasıl yönetmiştir?

Sağlık Bakanı'nın uyarı içeren tweetleri ile vaka sayıları arasında doğrusal bir ilişki var mıdır?

Sağlık Bakanı salgınla mücadelede Twitter üzerinden en çok hangi kelimeleri kullanmıştır?

Süreç içinde Sağlık Bakanı'nın Tweetleri arasında en çok etkileşimi hangi içerikler almıştır?

Araştırma Modeli:

Bu çalışmada da nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi kullanılmıştır.

Evren:

Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca'nın Twitter hesabından yapmış olduğu paylaşımlar.

Örnekleme:

Bu çalışmada olasılığa dayalı olmayan, amaca uygun örnekleme olarak Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'nın yalnızca covid-19 salgını ile ilgili yaptığı paylaşımlar incelenmiştir.

Veri Toplama Aracı:
Twitter

Veri Analizi:
Karşılaştırmalı analiz

Varsayımlar:

Sağlık Bakanı Fahrettin Koca salgın sürecini sosyal medyadan etkili yönetmiştir.

Yeni normal adı verilen süreç Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca tarafından Twitter üzerinden topluma doğru anlatılabilmektedir.

Hastalıkla ilgili ve salgın süreciyle ilgili doğru ve güncel bilgiler Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca tarafından hızlı şekilde toplumla paylaşılmıştır.

Sınırlılıklar:

1 Nisan – 31 Temmuz 2020 tarihleri arasındaki Twitter paylaşımları, yani yeni normal yaşam öncesi ve sonrası şeklinde incelenmektedir.

Tanımlar:

Bu çalışmanın en önemli tanımlamaları aşağıdaki gibidir.

Sosyal medya: “Sosyal medya web 2.0’in ideolojik ve teknolojik temelleri üzerine yapılandırılmış, kullanıcıların içerik oluşturmaya ve değiştirmesine imkan sağlayan internet tabanlı uygulamalardır” (Bostancı, 2019, s.22).

Salgın hastalık (pandemi): WHO (Dünya Sağlık Örgütü)’nün tanımına göre pandemi, yeni bir hastalığın dünya çapında yayılmasıdır (Kırık ve ark., 2020).

BULGULAR

Sağlık Bakanı Dr Fahrettin Koca’nın @drfahrettinkoca adlı kendi resmi Twitter hesabından 1 Nisan 2020 – 31 Temmuz 2020 tarihleri arasında paylaştığı tweetler aşağıdaki gibidir:

Toplam Tweetler

Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz
137	153	141	141

Tablo:1

Tweetlerin aylara göre içerik türü dağılımı

	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz
Fotoğraf içeren	31	52	46	34
Video içeren	67	59	39	29
Metin	39	42	56	78
Covid dışı içerik	20	40	35	33

Tablo:2

Aylara göre sık kullanılan kelime dağılımı

	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz
Maske	1	39	32	11
Mesafe	8	27	20	11
Virüs/Koronavirüs	27	24	18	11
Salgın	2	13	6	8
Tedbir	8	15	8	2
Evde	13	16	7	1
Test	17	13	6	12
Covid	-	1	-	1
Mücadele	6	3	5	3
Risk	2	7	7	9
Temas	13	-	1	-
İzole/İzolasyon	8	1	1	2
Pozitif	4	1	2	3
Karantina	-	-	-	-
Tedavi	13	3	4	2
Temizlik	-	-	2	3

Tablo:3

Aylara Göre En Çok Etkileşim Alan Tweetler

Twitter'in kendi popüler tweetler algoritmasından alınmıştır.

Nisan Ayında Fahrettin Koca'nın 'popüler' tweet'lerinden covid-19 ile ilgili ilk 10 tweet aşağıda yer almaktadır.



Dr. Fahrettin Koca ✓ @drfahrettinkoca · 26 Nis

⋮

Sevgili Leyla, sesini duyduk. Ambulans uçağımız saat 06'da havalanıyor, İsviçre'ye geliyoruz. Tüm Türkiye, böyle bir dönemde, uzakta olmanıza üzüldük. Baban için hastanemiz, hekimlerimiz hazır. Cumhurbaşkanımızın, bütün halkımızın geçmiş olsun dileklerini iletiyorum. Çok sevgiler.



🗨️ 8,2 B
🔄 33,9 B
❤️ 242,2 B
📤

Dr. Fahrettin Koca @drfahrettinkoca · 26 Nis

Bir kız evlat, COVID-19 hastası babası için hiçbirimizin unutamayacağı bir şey yaptı. Ülkemiz harekete geçti. Ambulans uçduğumuz sabah İsveç'ten hastamızı aldı. Birazdan Ankara'da olacak. (Sevgili Leyla, biz 25 bin hastamızı iyileştirdik. İnşallah Emrullah Bey de iyileşecek.)



6 B 23,9 B 216,3 B

Dr. Fahrettin Koca @drfahrettinkoca · 26 Nis

Biri tuz yerine Koronavirüs uzatabilir. Kalabalık iftarları gelecek yıl yapalım. Hayırlı iftarlar.



2,5 B 21,2 B 269,3 B

Dr. Fahrettin Koca @drfahrettinkoca · 27 Nis

Bir gün içinde iyileşen en yüksek hasta sayısına ulaştık. Temaslı sayısı ve temas ortamı azaldığı için, ihtiyaç duyulan test sayısında azalma bugün de devam etti. Yoğun bakım ve entübe hasta sayısında düşüş sürüyor. Bu başarıyı riske atmayalım.

covid19.saglik.gov.tr

TÜRKİYE GÜNLÜK KORONAVİRÜS TABLOSU

TOPLAM TEST SAYISI	918.885	27	BUGÜNKÜ TEST SAYISI	20.143
TOPLAM İYİLEŞEN SAYISI	112.261		BUGÜNKÜ İYİLEŞEN SAYISI	2.131
TOPLAM VEFAT SAYISI	2.900		BUGÜNKÜ VEFAT SAYISI	95
TOPLAM YALNIZCA SAĞLIK BİLİMLERİ MERKEZİ (YALM) SAYISI	1.736		BUGÜNKÜ YALNIZCA SAĞLIK BİLİMLERİ MERKEZİ (YALM) SAYISI	4.651
TOPLAM İZMİR SAĞLIK BİLİMLERİ MERKEZİ (İZMİR) SAYISI	882			
TOPLAM İZMİR SAĞLIK BİLİMLERİ MERKEZİ (İZMİR) SAYISI	33.791			

NİSAN 2020

3,9 B 20,7 B 162,6 B

Dr. Fahrettin Koca @drfahrettinkoca · 26 Nis

Temaslı sayısı ve temas ortamı azaldığı için 50.000'e varan günlük test kapasitemizin 30.000'i kullanıldı. Son 20 gün içinde yeni vaka sayısının en düşük olduğu gün, bugün oldu. Yoğun bakım desteği alan hastalarımızın sayısındaki azalma devam etti. covid19.saglik.gov.tr

TÜRKİYE GÜNLÜK KORONAVİRÜS TABLOSU

TOPLAM TEST SAYISI	889.742	26	BUGÜNKÜ TEST SAYISI	30.177
TOPLAM VAKA SAYISI	110.130		BUGÜNKÜ VAKA SAYISI	2.357
TOPLAM HASTA SAYISI	2.805		BUGÜNKÜ VEFAT SAYISI	99
TOPLAM YOĞUN BAKIM HASTA SAYISI	1.776		BUGÜNKÜ İYİLEŞEN SAYISI	3.558
TOPLAM ENLİŞE HASTA SAYISI	883			
TOPLAM İYİLEŞEN HASTA SAYISI	29.140			

NİSAN 2020

4,2 B 23,4 B 164,8 B

Dr. Fahrettin Koca @drfahrettinkoca · 24 Nis

Son 24 saat içinde taburcu olan hasta sayısı, bugüne kadar iyileşen toplam hasta sayısının yaklaşık %15'ini oluşturuyor. Taramada, erken tanı ve tedavide başarılıyız. BU NOKTADAN GERİ DÖNÜŞ OLMAMALI. Alınan sonuçlara tedbirle destek şart. Bize güç verin.

covid19.saglik.gov.tr

TÜRKİYE GÜNLÜK KORONAVİRÜS TABLOSU

TOPLAM TEST SAYISI	830.257	24	BUGÜNKÜ TEST SAYISI	38.351
TOPLAM VAKA SAYISI	104.912		BUGÜNKÜ VAKA SAYISI	3.122
TOPLAM HASTA SAYISI	2.600		BUGÜNKÜ VEFAT SAYISI	109
TOPLAM YOĞUN BAKIM HASTA SAYISI	1.790		BUGÜNKÜ İYİLEŞEN SAYISI	3.246
TOPLAM ENLİŞE HASTA SAYISI	929			
TOPLAM İYİLEŞEN HASTA SAYISI	21.737			

NİSAN 2020

4,1 B 25,5 B 180 B

Dr. Fahrettin Koca @drfahrettinkoca · 29 Nis

Test sayısındaki artışa kıyasla vaka sayısındaki artış öngörülebilir düzeyde. İyileşen hastalarımızın sayısı 44.000'i, toplam vaka sayımızın da üçte birini geçti. Yoğun bakıma ihtiyaç duyan hasta sayımız azalmaya devam ediyor. Tedbirde ısrarcı olalım.

covid19.saglik.gov.tr

TÜRKİYE GÜNLÜK KORONAVİRÜS TABLOSU

TOPLAM TEST SAYISI	991.613	29	BUGÜNKÜ TEST SAYISI	43.498
TOPLAM VAKA SAYISI	117.589		BUGÜNKÜ VAKA SAYISI	2.936
TOPLAM HASTA SAYISI	3.081		BUGÜNKÜ VEFAT SAYISI	89
TOPLAM YOĞUN BAKIM HASTA SAYISI	1.574		BUGÜNKÜ İYİLEŞEN SAYISI	5.231
TOPLAM ENLİŞE HASTA SAYISI	831			
TOPLAM İYİLEŞEN HASTA SAYISI	44.022			

NİSAN 2020

2,3 B 15,7 B 120 B

Dr. Fahrettin Koca @drfahrettinkoca · 28 Nis

Son 24 saatte 5.000'den fazla hastamız iyileşti. İyileşen toplam hasta sayımız 40.000'e yaklaştı. Yoğun bakım ve entübe sayısında düşüş sürüyor. Yeni vaka sayısı öngörülen seyirde. Çok yakında 1 milyon testi aşmış olacağız. Bu başarıyı riske atmayalım.

covid19.saglik.gov.tr

TÜRKİYE GÜNLÜK KORONAVİRÜS TABLOSU

TOPLAM TEST SAYISI	948.115	<h1>28</h1>	BUGÜNKÜ TEST SAYISI	29.230
TOPLAM VAKA SAYISI	114.653		<h1>NİSAN</h1>	BUGÜNKÜ VAKA SAYISI
TOPLAM YENİ VAKA	2.992	<h1>2020</h1>		BUGÜNKÜ YERİAT SAYISI
TOPLAM HÜCUM TAHRİM İNCELEME SAYISI	1.621		BUGÜNKÜ İYİLEŞEN SAYISI	5.018
TOPLAM İÇİŞİRE İNCELEME SAYISI	845			
TOPLAM İYİLEŞEN HASTA SAYISI	38.809			

2,4 B 17,5 B 129,7 B

Dr. Fahrettin Koca @drfahrettinkoca · 30 Nis

Hasta vatandaşına, dünyanın neresinde olursa olsun, ücreti devlet tarafından karşılanarak hava ambulansı hizmeti veren tek ülkeyiz. Nokta.



4,3 B 14,8 B 144 B

Mayıs Ayında Fahrettin Koca'nın 'popüler' tweet'lerinden covid-19 ile ilgili ilk 10 tane tweet aşağıda yer almaktadır.

Dr. Fahrettin Koca @drfahrettinkoca · 27 May

GENÇ ARKADAŞLARIM, sokağa çıkma kısıtı bu gece kalktı. Maalesef bu uygulama siz 15-20 yaş grubunu, 65 yaş üstü büyüklerimizi, 14 yaş ve altı çocuklarımızı şimdilik içeremiyor. Sabırlı olmanızı, bize biraz daha zaman tanımanızı rica ediyorum. ÇOK SEVGİLER.

7,5 B 10,5 B 143,4 B

Dr. Fahrettin Koca @drfahrettinkoca · 23 May

Destek tedavisine ihtiyaç duyan, durumu ağır hasta sayımız bugün de azalmaya devam etti. Test sayısına göre öngörülebilir düzeyde yeni vakamız var. Yeni hayat tarzımız: KONTROLLÜ SOSYAL HAYAT, hep birlikte tedbir. Koşulu: Maske + 1,5 metre Sosyal Mesafe. covid19.saglik.gov.tr

TÜRKİYE GÜNLÜK KORONAVİRÜS TABLOSU

TOPLAM TEST SAYISI	1.807.673	23	BUGÜNKÜ TEST SAYISI	40.178
TOPLAM VAKA SAYISI	155.686		BUGÜNKÜ VAKA SAYISI	1.186
TOPLAM VEFAT SAYISI	4.308		BUGÜNKÜ VEFAT SAYISI	32
TOPLAM YOĞUN BAKIM HASTA SAYISI	775		BUGÜNKÜ İYİLEŞEN SAYISI	1.491
TOPLAM ENTELE HASTA SAYISI	388			
TOPLAM İZLENEN HASTA SAYISI	117.602			

MAYIS 2020

1,2 B 9,9 B 74,2 B

Dr. Fahrettin Koca @drfahrettinkoca · 30 May

Toplam test sayımız 2 milyonu geçti. Düne göre günlük test sayımız 3.000 arttı. Yeni vaka sayımız 1.000'in altında. Gelecek günler, el hijyenine özene; maske ve sosyal mesafe kuralının ikisine birlikte uymamıza bağlı. DAHA SIKI TEDBİR, DAHA İYİ SONUÇTUR. covid19.saglik.gov.tr

TÜRKİYE GÜNLÜK KORONAVİRÜS TABLOSU

TOPLAM TEST SAYISI	2.003.594	30	BUGÜNKÜ TEST SAYISI	39.230
TOPLAM VAKA SAYISI	163.103		BUGÜNKÜ VAKA SAYISI	983
TOPLAM VEFAT SAYISI	4.515		BUGÜNKÜ VEFAT SAYISI	26
TOPLAM YOĞUN BAKIM HASTA SAYISI	649		BUGÜNKÜ İYİLEŞEN SAYISI	1.021
TOPLAM ENTELE HASTA SAYISI	308			
TOPLAM İZLENEN HASTA SAYISI	126.984			

MAYIS 2020

1,6 B 10 B 80,5 B

Dr. Fahrettin Koca @drfahrettinkoca · 25 May

İyileşen toplam hasta sayısı 120 bini geçti. Yoğun bakım desteğine ihtiyaç azalmaya devam ediyor. ELDE EDİLEN BAŞARI, 83 MİLYONUN GÖSTERDİĞİ UYUMUN SONUCU. Yeni dönemde yeni ve güçlü tedbir, sosyal hayatta hep birlikte alınacak tedbirdir. covid19.saglik.gov.tr

TÜRKİYE GÜNLÜK KORONAVİRÜS TABLOSU

TOPLAM TEST SAYISI	1.853.754	25	BUGÜNKÜ TEST SAYISI	21.492
TOPLAM VAKA SAYISI	157.814		BUGÜNKÜ VAKA SAYISI	987
TOPLAM VEFAT SAYISI	4.369		BUGÜNKÜ VEFAT SAYISI	29
TOPLAM YOĞUN BAKIM HASTA SAYISI	756		BUGÜNKÜ İYİLEŞEN SAYISI	1.321
TOPLAM ENTELE HASTA SAYISI	371			
TOPLAM İZLENEN HASTA SAYISI	120.015			

MAYIS 2020

1,6 B 11,2 B 92,1 B

Dr. Fahrettin Koca @drfahrettinkoca · 21 May

Artan test sayısına rağmen pozitif çıkan vaka sayısı öngörüldüğü seviyede seyrediyor. Destek tedavisine ihtiyaç duyan hasta sayısı azalıyor. Yeni hayat tarzımız: Kontrollü Sosyal Hayat, hep birlikte tedbir. Koşulu: Maske + 1,5 metre Sosyal Mesafe. covid19.saglik.gov.tr

TÜRKİYE GÜNLÜK KORONAVİRÜS TABLOSU

TOPLAM TEST SAYISI	1.729.988	21	BUGÜNKÜ TEST SAYISI	33.633
TOPLAM VAKA SAYISI	153.548		BUGÜNKÜ VAKA SAYISI	961
TOPLAM VEFAZ SAYISI	4.249		BUGÜNKÜ VEFAZ SAYISI	27
TOPLAM YOĞUN BAKIM HASTA SAYISI	820		BUGÜNKÜ İYİLEŞEN SAYISI	1.003
TOPLAM ENTÜBE HASTA SAYISI	424			
TOPLAM İZLENİM HASTA SAYISI	114.990			

MAYIS 2020

1,3 B 12,4 B 100,9 B

Dr. Fahrettin Koca @drfahrettinkoca · 24 May

İYİLEŞEN TOPLAM HASTA SAYISI 120 BİNE YAKLAŞTI. Yeni vaka sayısında değişkenlik öngörülen düzeyde. Yoğun bakım desteğine ihtiyaç giderek azalıyor. Riskin daha da düşmesi, güçlü tedbirle mümkün. **GÜÇLÜ TEDBİR**, sosyal hayatta hep birlikte alınacak tedbirdir. covid19.saglik.gov.tr

TÜRKİYE GÜNLÜK KORONAVİRÜS TABLOSU

TOPLAM TEST SAYISI	1.832.262	24	BUGÜNKÜ TEST SAYISI	24.589
TOPLAM VAKA SAYISI	156.827		BUGÜNKÜ VAKA SAYISI	1.141
TOPLAM VEFAZ SAYISI	4.340		BUGÜNKÜ VEFAZ SAYISI	32
TOPLAM YOĞUN BAKIM HASTA SAYISI	769		BUGÜNKÜ İYİLEŞEN SAYISI	1.092
TOPLAM ENTÜBE HASTA SAYISI	385			
TOPLAM İZLENİM HASTA SAYISI	118.694			

MAYIS 2020

2,1 B 9,6 B 73,8 B

Dr. Fahrettin Koca @drfahrettinkoca · 26 May

İYİLEŞEN HASTA SAYISINDA, bugün önemli bir artış var. Yoğun bakım ve Entübe hasta sayısında ise azalma devam ediyor. Elde edilen başarı, 83 milyonun gösterdiği uyumun sonucu. Yeni hayat tarzımız: **KONTROLLÜ SOSYAL HAYAT**, hep birlikte tedbir. covid19.saglik.gov.tr

TÜRKİYE GÜNLÜK KORONAVİRÜS TABLOSU

TOPLAM TEST SAYISI	1.873.607	26	BUGÜNKÜ TEST SAYISI	19.853
TOPLAM VAKA SAYISI	158.762		BUGÜNKÜ VAKA SAYISI	948
TOPLAM VEFAZ SAYISI	4.397		BUGÜNKÜ VEFAZ SAYISI	28
TOPLAM YOĞUN BAKIM HASTA SAYISI	739		BUGÜNKÜ İYİLEŞEN SAYISI	1.492
TOPLAM ENTÜBE HASTA SAYISI	338			
TOPLAM İZLENİM HASTA SAYISI	121.507			

MAYIS 2020

1,9 B 10,6 B 80,3 B

Dr. Fahrettin Koca @drfahrettinkoca · 20 May

MAZHAR FUAT ÖZKAN, Türk popunun ustaları, bir aradan sonra ilk ortak şarkılarında, tedbirlerin müziğini yaptı. Aralarına virgül bile giremese de maskeli, mesafeliler. Bizim söylemek istediklerimizi, sağ olsunlar, çok güzel söylüyorlar. Söz; maskeli, mesafeli, sürprizli müziğin.



0:33 801,5 B görüntülenme

393 6,7 B 56,2 B

Dr. Fahrettin Koca @drfahrettinkoca · 30 May

Maske + Sosyal Mesafe: İki tedbir birlikteken tam tedbirdir. Dışarı çıkarken maskenizi kuralına uygun şekilde takın. Sosyal mesafeyi 1,5 m'de tutmak için her ortamda dikkatli olun. El hijyenine daha fazla önem verin. Çoğumuzun sokağa çıkabildiği günlerde tedbirlerin önemi arttı.



Maske + Sosyal Mesafe = Tedbir

KONTROLLÜ
SOSYAL
HAYAT

978 5 B 44,3 B



Haziran Ayında Fahrettin Koca'nın 'popüler' tweet'lerinden covid-19 ile ilgili ilk 10 tane tweet aşağıda yer almaktadır.



Dr. Fahrettin Koca @drfahrettinkoca · 19 Haz

İSTANBUL ve ANKARA, son bir haftanın en düşük vaka sayısı başarısını gösterdi. Ülke genelinde yeni vaka sayısı azalmaya devam ediyor. İyileşen vaka sayımız dün olduğu gibi bugün de yeni vaka sayısının üstünde. Tedbir, karşılıklı olursa sonuç veriyor. [covid19.saglik.gov.tr](https://www.covid19.saglik.gov.tr)

TÜRKİYE GÜNLÜK KORONAVİRÜS TABLOSU

TOPLAM TEST SAYISI	2.863.632	19	BUGÜNKÜ TEST SAYISI	41.316
TOPLAM VAKA SAYISI	185.245		BUGÜNKÜ VAKA SAYISI	1.214
TOPLAM VEFAAT SAYISI	4.905		BUGÜNKÜ VEFAT SAYISI	23
TOPLAM İYİLEŞEN HASTA SAYISI	769		BUGÜNKÜ İYİLEŞEN SAYISI	1.494
TOPLAM ENFİLİRE HASTA SAYISI	310			
TOPLAM HAZİRAN 2020 HASTA SAYISI	157.516			

1,9 B 9,3 B 80,6 B

Dr. Fahrettin Koca @drfahrettinkoca · 18 Haz

Vaka sayısında güne kıyasla 125 azalma oldu. İYİLEŞEN HASTA SAYIMIZ BUGÜN TEKRAR YENİ VAKA SAYISINI GEÇTİ. Birimizin ihmali, hepimizi ilgilendiriyor. Hayatımıza tedbirlerle devam edelim. [covid19.saglik.gov.tr](https://www.covid19.saglik.gov.tr)

TÜRKİYE GÜNLÜK KORONAVİRÜS TABLOSU

TOPLAM TEST SAYISI	2.822.316	18	BUGÜNKÜ TEST SAYISI	48.412
TOPLAM VAKA SAYISI	184.031		BUGÜNKÜ VAKA SAYISI	1.304
TOPLAM VEFAAT SAYISI	4.882		BUGÜNKÜ VEFAT SAYISI	21
TOPLAM İYİLEŞEN HASTA SAYISI	755		BUGÜNKÜ İYİLEŞEN SAYISI	1.382
TOPLAM ENFİLİRE HASTA SAYISI	311			
TOPLAM HAZİRAN 2020 HASTA SAYISI	156.022			

1,8 B 9,6 B 80,9 B

Dr. Fahrettin Koca @drfahrettinkoca · 28 Haz

Yeni tanı konan kişi sayısında güne kıyasla 16, bir önceki güne kıyasla 40 azalma var. Bugün iyileşen toplam vaka sayımız, dünkünden 571 kişi düşük. Vaka sayılarını azaltmada yeterince hızlı, mücadelede tam tedbiri değiliz. Yaz, rehavete neden olmamal. [covid19.saglik.gov.tr](https://www.covid19.saglik.gov.tr)

TÜRKİYE GÜNLÜK KORONAVİRÜS TABLOSU

TOPLAM TEST SAYISI	3.280.144	28	BUGÜNKÜ TEST SAYISI	48.309
TOPLAM VAKA SAYISI	197.239		BUGÜNKÜ VAKA SAYISI	1.356
TOPLAM VEFAAT SAYISI	5.097		BUGÜNKÜ VEFAT SAYISI	15
TOPLAM İYİLEŞEN HASTA SAYISI	996		BUGÜNKÜ İYİLEŞEN SAYISI	1.413
TOPLAM ENFİLİRE HASTA SAYISI	381			
TOPLAM HAZİRAN 2020 HASTA SAYISI	170.595			

1,3 B 7,4 B 55,2 B

Dr. Fahrettin Koca @drfahrettinkoca · 26 Haz

Çarşamba günü 1.492 olan yeni vaka sayısı bugün 1.396. COVID-19 sebebiyle tüm Türkiye'de bugün hastaneye yatırılan toplam hasta sayısı 113. Son 24 saatte yoğun bakım hasta sayısında 22, entübe sayısında 13 artış var. İyileşenler, tanı konanlardan 96 fazla. [covid19.saglik.gov.tr](https://www.covid19.saglik.gov.tr)

TÜRKİYE GÜNLÜK KORONAVİRÜS TABLOSU

TOPLAM TEST SAYISI	3.186.622	26 HAZİRAN 2020	BUGÜNKÜ TEST SAYISI	51.198
TOPLAM VAKA SAYISI	194.511		BUGÜNKÜ VAKA SAYISI	1.396
TOPLAM HASTA SAYISI	5.065		BUGÜNKÜ VEFAT SAYISI	19
TOPLAM YOĞUN BAKIM HASTA SAYISI	963		BUGÜNKÜ İYİLEŞEN SAYISI	1.492
TOPLAM ENTÜBE HASTA SAYISI	382			
TOPLAM İZLENİM HASTA SAYISI	167.198			

968 5,9 B 39,3 B

Dr. Fahrettin Koca @drfahrettinkoca · 22 Haz

İzmir'de 28, Kocaeli'de 20, Sakarya'da 3 vakamız yoğun bakımda. Toplam test sayımız 3 milyona yaklaştı. Bugün iyileşen hasta sayımız yeni vaka sayımızın üstünde. Fakat mücadelemiz için aradaki fark yeterli değil. Vaka sayımızı tedbirlerle azaltmalıyız. [covid19.saglik.gov.tr](https://www.covid19.saglik.gov.tr)

TÜRKİYE GÜNLÜK KORONAVİRÜS TABLOSU

TOPLAM TEST SAYISI	2.986.653	22 HAZİRAN 2020	BUGÜNKÜ TEST SAYISI	41.413
TOPLAM VAKA SAYISI	188.897		BUGÜNKÜ VAKA SAYISI	1.212
TOPLAM HASTA SAYISI	4.974		BUGÜNKÜ VEFAT SAYISI	24
TOPLAM YOĞUN BAKIM HASTA SAYISI	846		BUGÜNKÜ İYİLEŞEN SAYISI	1.293
TOPLAM ENTÜBE HASTA SAYISI	345			
TOPLAM İZLENİM HASTA SAYISI	161.533			

1,4 B 7,7 B 58,6 B

Dr. Fahrettin Koca @drfahrettinkoca · 25 Haz

Yoğun bakım hasta sayımızda bir artış oldu. Ancak hastalarımızın yoğun bakımda kalma ve toplam tedavi süreleri kısalmış durumda. Yeni vaka sayılarımızsa tedbirlerin azaldığını gösteriyor. Dünyada vaka sayıları tırmanışta. Türkiye'den iyi haberler verelim. [covid19.saglik.gov.tr](https://www.covid19.saglik.gov.tr)

TÜRKİYE GÜNLÜK KORONAVİRÜS TABLOSU

TOPLAM TEST SAYISI	3.135.424	25 HAZİRAN 2020	BUGÜNKÜ TEST SAYISI	52.303
TOPLAM VAKA SAYISI	193.115		BUGÜNKÜ VAKA SAYISI	1.458
TOPLAM HASTA SAYISI	5.046		BUGÜNKÜ VEFAT SAYISI	21
TOPLAM YOĞUN BAKIM HASTA SAYISI	941		BUGÜNKÜ İYİLEŞEN SAYISI	1.472
TOPLAM ENTÜBE HASTA SAYISI	369			
TOPLAM İZLENİM HASTA SAYISI	165.706			

1,5 B 7,7 B 54,8 B

Dr. Fahrettin Koca @drfahrettinkoca · 29 Haz

Vaka sayımız dünkünden 18, bugün iyileşenlerdence 160 fazla. Yatırılarak tedavi edilenlerle yeni taburcu edilen hastaların sayısı dengede. Yoğun bakımdaki artış olağan düzeyde. Vaka sayılarını azaltmada yeterince kararlı, tedbirlerde dikkatli değiliz. [covid19.saglik.gov.tr](https://www.covid19.saglik.gov.tr)

TÜRKİYE GÜNLÜK KORONAVİRÜS TABLOSU

<small>TÜPLAM TEST SAYISI</small>	3.331.158	29	<small>BUGÜNKÜ TEST SAYISI</small>	51.014
<small>TÜPLAM VAKA SAYISI</small>	198.613		HAZİRAN	<small>BUGÜNKÜ VAKA SAYISI</small>
<small>TÜPLAM İYİLEŞEN SAYISI</small>	5.115	2020	<small>BUGÜNKÜ VEFAT SAYISI</small>	18
<small>TÜPLAM YATIRILAN HASTA SAYISI</small>	1.018		<small>BUGÜNKÜ İYİLEŞEN SAYISI</small>	1.214
<small>TÜPLAM İZLENEN HASTA SAYISI</small>	375			
<small>TÜPLAM İZLENEN HASTA SAYISI</small>	171.809			

1,6 B 7,1 B 49,1 B

Dr. Fahrettin Koca @drfahrettinkoca · 21 Haz

Bazı illerimizde, vaka artışına rağmen yoğun bakım hasta sayımız düşük: Ankara'da 84, Konya'da 46, Bursa'da 43, Batman'da 22, Siirt'te 8, Van'da 5. İyileşen hasta sayımız bugün yeni vaka sayımızdan 320 fazla. Tedbirlerle aradaki farkı giderek açmalıyız. [covid19.saglik.gov.tr](https://www.covid19.saglik.gov.tr)

TÜRKİYE GÜNLÜK KORONAVİRÜS TABLOSU

<small>TÜPLAM TEST SAYISI</small>	2.945.240	21	<small>BUGÜNKÜ TEST SAYISI</small>	40.496
<small>TÜPLAM VAKA SAYISI</small>	187.685		HAZİRAN	<small>BUGÜNKÜ VAKA SAYISI</small>
<small>TÜPLAM İYİLEŞEN SAYISI</small>	4.950	2020	<small>BUGÜNKÜ VEFAT SAYISI</small>	23
<small>TÜPLAM YATIRILAN HASTA SAYISI</small>	803		<small>BUGÜNKÜ İYİLEŞEN SAYISI</small>	1.412
<small>TÜPLAM İZLENEN HASTA SAYISI</small>	327			
<small>TÜPLAM İZLENEN HASTA SAYISI</small>	160.240			

1,4 B 7,4 B 58,7 B

Temmuz Ayında Fahrettin Koca'nın 'popüler' tweetlerinden covid-19 ile ilgili ilk 10 tane tweet aşağıda yer almaktadır.

Dr. Fahrettin Koca @drfahrettinkoca · 16 Tem

Hazır bir araya gelmişken hemen dağılalım.

4,9 B 40,8 B 345,4 B

Dr. Fahrettin Koca @drfahrettinkoca · 24 Tem

Önce tedbir, sonra tekbir. Hayırlı Cumalar.

3,5 B 14,6 B 221,9 B

Dr. Fahrettin Koca @drfahrettinkoca · 22 Tem

Yakın günlerde ilk kez, iyileşen hasta sayımız vaka sayısından 300 fazla. Yeni vaka sayısı, 44 gün sonra 900 sınırında. Pek çok kentimizde maske yaygınlaştı; hayat, umut verici bir düzene giriyor. Vaka sayılarında ağırlığı olan illerden de özen bekliyoruz. covid19.saglik.gov.tr

TÜRKİYE GÜNLÜK KORONAVİRÜS TABLOSU

TOPLAM TEST SAYISI	4.403.031	22	BUGÜNKÜ TEST SAYISI	43.404
TOPLAM VAKA SAYISI	222.402		BUGÜNKÜ VAKA SAYISI	902
TOPLAM YENİ VAKA SAYISI	5.545		BUGÜNKÜ VEFAT SAYISI	19
TOPLAM YOĞUN BAKIM HACİZ SAYISI	1.244		BUGÜNKÜ İYİLEŞEN SAYISI	1.203
TOPLAM ENFÜZE HACİZ SAYISI	381			
TOPLAM HAYATINI YITAN HACİZ SAYISI	205.214	TEMMUZ 2020		

1,3 B 6 B 54,1 B

Dr. Fahrettin Koca @drfahrettinkoca · 21 Tem

Son üç gündür 71 ilimizde pnömonili vaka sayıları azaldı, 21 ilimizde yoğun bakım hastası yok. Hastalığın ülkemizdeki seyrinin gösterildiği detaylı grafik, günlük ve haftalık COVID-19 durum raporları ve diğer önemli bilgiler için linkimiz: covid19.saglik.gov.tr

TÜRKİYE GÜNLÜK KORONAVİRÜS TABLOSU

TOPLAM TEST SAYISI	4.359.627	21	BUGÜNKÜ TEST SAYISI	42.846
TOPLAM VAKA SAYISI	221.500		BUGÜNKÜ VAKA SAYISI	928
TOPLAM YENİ VAKA SAYISI	5.526		BUGÜNKÜ VEFAT SAYISI	18
TOPLAM YOĞUN BAKIM HACİZ SAYISI	1.246		BUGÜNKÜ İYİLEŞEN SAYISI	1.009
TOPLAM ENFÜZE HACİZ SAYISI	379			
TOPLAM HAYATINI YITAN HACİZ SAYISI	204.011	TEMMUZ 2020		

892 5,3 B 45,4 B

Dr. Fahrettin Koca @drfahrettinkoca · 17 Tem

Yoğun bakım ve entübe hasta sayımızda, devam eden tedavilere bağlı artış var. Son 35 gün içinde, en düşük vefat sayımız 13 Haziran'da, 14 olarak gerçekleşmişti. Temaslı taraması, erken tanı ve tedavi şansıyla vefat sayılarını daha da azaltmaya çalışıyoruz. covid19.saglik.gov.tr

TÜRKİYE GÜNLÜK KORONAVİRÜS TABLOSU

TOPLAM TEST SAYISI	4.191.124	17	BUGÜNKÜ TEST SAYISI	41.215
TOPLAM VAKA SAYISI	217.799		BUGÜNKÜ VAKA SAYISI	926
TOPLAM YENİ VAKA SAYISI	5.458		BUGÜNKÜ VEFAT SAYISI	18
TOPLAM YOĞUN BAKIM HACİZ SAYISI	1.226		BUGÜNKÜ İYİLEŞEN SAYISI	1.014
TOPLAM ENFÜZE HACİZ SAYISI	402			
TOPLAM HAYATINI YITAN HACİZ SAYISI	199.834	TEMMUZ 2020		

942 5,3 B 43,8 B

Dr. Fahrettin Koca @drfahrettinkoca · 16 Tem

Daha çok test, daha çok vaka saptar. Test sayısı ile yeni vaka sayısı arasındaki ilişki ise bire bir değildir. 15 Haziranda 1.592 vaka sayısına ulaştığımız gün de test sayımız 42.000 idi. Test sayısı ihtiyaca göre değişmektedir. Sonucu belirleyen tedbirdir. covid19.saglik.gov.tr

TÜRKİYE GÜNLÜK KORONAVİRÜS TABLOSU

<small>TÜRKİYE TOPLAM TEST SAYISI</small>	4.149.909	<h1>16</h1>	<small>BUGÜNKÜ TEST SAYISI</small>	42.411
<small>TÜRKİYE TOPLAM VAKA SAYISI</small>	216.873		<small>BUGÜNKÜ VAKA SAYISI</small>	933
<small>TÜRKİYE TOPLAM VEFAT SAYISI</small>	5.440		<small>BUGÜNKÜ VEFAT SAYISI</small>	21
<small>TÜRKİYE TOPLAM İYİLEŞEN HASTA SAYISI</small>	1.213		<small>BUGÜNKÜ İYİLEŞEN SAYISI</small>	1.087
<small>TÜRKİYE TOPLAM HASTANE HASTA SAYISI</small>	394			
<small>TÜRKİYE TOPLAM İZOLASYON HASTA SAYISI</small>	198.820	TEMMUZ 2020		

1,2 B 5,8 B 52 B

Dr. Fahrettin Koca @drfahrettinkoca · 20 Tem

SON ÜÇ GÜNDÜR ortalama günlük vaka sayısı EN YÜKSEK beş ilimiz: İstanbul, Ankara, Gaziantep, Şanlıurfa, Bursa. EN DÜŞÜK 5 ilimiz: Artvin, Bilecik, Tunceli, Edirne, Bayburt. Tunceli, Nevşehir, Kastamonu, Artvin ve Aksaray'daysa şu an pnömonili hastamız yok. covid19.saglik.gov.tr

TÜRKİYE GÜNLÜK KORONAVİRÜS TABLOSU

<small>TÜRKİYE TOPLAM TEST SAYISI</small>	4.316.781	<h1>20</h1>	<small>BUGÜNKÜ TEST SAYISI</small>	43.404
<small>TÜRKİYE TOPLAM VAKA SAYISI</small>	220.572		<small>BUGÜNKÜ VAKA SAYISI</small>	931
<small>TÜRKİYE TOPLAM VEFAT SAYISI</small>	5.508		<small>BUGÜNKÜ VEFAT SAYISI</small>	17
<small>TÜRKİYE TOPLAM İYİLEŞEN HASTA SAYISI</small>	1.243		<small>BUGÜNKÜ İYİLEŞEN SAYISI</small>	992
<small>TÜRKİYE TOPLAM HASTANE HASTA SAYISI</small>	385			
<small>TÜRKİYE TOPLAM İZOLASYON HASTA SAYISI</small>	203.002	TEMMUZ 2020		

1,1 B 5,6 B 42,7 B

Dr. Fahrettin Koca @drfahrettinkoca · 19 Tem

Her gün 1000'e yakın hastamız şifa buluyor, 1000'e yakın yeni vakamız oluyor. Yeni vakaları durdurabilirsek aktif vaka sayısı hızla azalmış olacak. Hedefimiz; iyileşen sayısında artış, yeni vaka sayılarında düşüş. İyi haberler, alacağımız tedbirlere bağlı. covid19.saglik.gov.tr

TÜRKİYE GÜNLÜK KORONAVİRÜS TABLOSU

<small>TÜRKİYE TOPLAM TEST SAYISI</small>	4.273.377	<h1>19</h1>	<small>BUGÜNKÜ TEST SAYISI</small>	41.310
<small>TÜRKİYE TOPLAM VAKA SAYISI</small>	219.641		<small>BUGÜNKÜ VAKA SAYISI</small>	924
<small>TÜRKİYE TOPLAM VEFAT SAYISI</small>	5.491		<small>BUGÜNKÜ VEFAT SAYISI</small>	16
<small>TÜRKİYE TOPLAM İYİLEŞEN HASTA SAYISI</small>	1.246		<small>BUGÜNKÜ İYİLEŞEN SAYISI</small>	997
<small>TÜRKİYE TOPLAM HASTANE HASTA SAYISI</small>	398			
<small>TÜRKİYE TOPLAM İZOLASYON HASTA SAYISI</small>	202.010	TEMMUZ 2020		

2,1 B 5,6 B 47,7 B



SONUÇ VE YORUM

Elde edilen verilere göre Sağlık Bakanı Fahrettin Koca tarafından atılan tweet'ler incelendiğinde kendisinin 1 Nisan – 31 Temmuz günleri arasında toplam 572 tweet paylaştığı görülmüştür. Bu tweet'lerin 128 tanesi covid-19 hastalığıyla ilgili olmayan; özel gün tebriği, hastane açılışı, terör olaylarını kınama ya da ülke gündemiyle ilgili başka konularla ilgilidir. Koca, başlangıç ayımız olan Nisan ayı incelendiğinde toplamda en az tweet'i bu ay içinde paylaşmıştır. Pandemiyle mücadelede en önemli faktörler olan “maske” ve “mesafe” uyarılarının bile çok az yapıldığı görülmektedir. Nisan ayında maske kelimesi Koca tarafından Twitter'da sadece bir paylaşımında geçerken mesafe kelimesi ise yalnızca sekiz defa kullanılmıştır.

Nisan ayında bulgularımız içinde en dikkat çekici veri ise Koca tarafından açıklanan günlük vaka tablolarına olan ilgidir. İncelenen tüm aylarda günlük vaka tabloları en çok etkileşim alan ve Twitter tarafından Dr. Fahrettin Koca'nın paylaşımları arasında ‘popüler’ olarak gösterilen paylaşımlar olmuştur. Nisan, Mayıs, Haziran ve Temmuz aylarının tamamında en çok etkileşimi alan popüler tweet'ler günlük vaka tabloları olsa da Nisan ayında diğer aylara kıyasla en büyük beğeni sayıları görülmektedir. Bu veri bizlere Nisan ayında diğer üç aya kıyasla en çok vaka sayısı görülürken, toplumun da vaka sayısı ile birlikte konuya olan ilgisinin arttığını göstermektedir. Bu dönemde günlük vaka sayısı tablosu toplum tarafından yoğun şekilde takip edilmiştir. Nisan ayında diğer aylara göre vaka tablosu beğeni sayısı popüler tweet'ler içinde her zaman yüz binin üzerindedir.

Mayıs ayında ise bu kelimelerin kullanımında dramatik bir artış yaşanmıştır. Mayıs ayına gelindiğinde maske kelimesi 39, mesafe kelimesi ise 27 kez kullanılmıştır. Böyle bir artışın yaşanması hem maske takmanın ve sosyal mesafeye uymanın olumlu etkilerinin bariz şekilde gözlenmesinin sonucu olduğu düşünülmektedir hem de Mayıs ayında günlük vaka oranlarının yavaş yavaş azalması sonucunda yasakların kademeli olarak kaldırılması gündeme gelmiş, kontrollü sosyal hayata dönecek vatandaşlar için tedbir içeren uyarı tweet'lerinin sayısı da artmıştır. Yine aynı şekilde “salgın”, “tedbir” ve “evde” kelimeleri Mayıs ayında diğer üç aya göre çok daha fazla kullanılmıştır. Bu kelimelerin Sağlık Bakanı tarafından bu ay içerisinde sıklıkla kullanımını düşen vaka sayıları takip etmektedir. Düşüşe geçen vaka sayılarında hiç kuşkusuz tedbirlerin önemli bir yeri bulunmaktadır. Koca'nın Mayıs ayı içinde ‘maske’, ‘mesafe’, ‘tedbir’ ve ‘evde’ kelimeleriyle Twitter üzerinden sürekli uyarılarda bulunması bu araştırma bulgularına göre yerini bulmuş ve vaka sayıları düşüşe geçmiştir. Yani etkili bir iletişim sağlandığı görülmektedir. Mayıs ayı incelenen aylar içinde günlük vakaların en az olduğu ay olmuştur. Mayıs ayında da günlük vaka tabloları popüler tweet'ler arasında yer alsa da bir önceki aya göre beğeni sayılarında düşüş

yaşanmıştır. Nisan ayına kıyasla günlük vaka tabloları bu ay içinde yoğun bir ilgi görmemiştir. Fakat diğer tweet'lere oranla en çok ilgi yine de günlük vaka tablolarındadır.

1 Haziran'da başlayan kontrollü sosyal hayat günlerinde, daha önce kapatılan avm, restoran ve cafe gibi işletmeler açılmış, tedbirler kapsamında yasaklar kademeli olarak kaldırılmıştır. Tedbirler kapsamında da olsa sosyal hayata karışacak insanlar için, beklenenin aksine Sağlık Bakanı Koca, Mayıs ayına kıyasla 'maske', 'mesafe', ve 'tedbir' gibi kelimeleri daha az kullanmıştır. Haziran ayında vaka sayıları, test sayılarındaki artışla ve kontrollü sosyal hayatın başlamasıyla birlikte yükselmiştir. Hatta Koca, bu durumu 24 Haziran'daki günlük vaka tablosu paylaşımında "Artışın sebebi, yazla birlikte tedbirlerin esnetilmesi." şeklinde ifade etmiştir. Bu ay içerisinde de Dr. Fahrettin Koca'nın paylaşımları ve vaka sayıları arasındaki bağlantı incelendiğinde anlamlı bir sonuç ortaya çıkmaktadır. Hem uygulamada tedbirlerin esnetilmesinin hem de kendisinin tedbir uyarılarını azaltmasının vatandaşlar nezdinde rehavete sebep olduğu ve vaka artışlarının yaşandığı gözlenmektedir.

Haziran ayı içinde de Koca'nın paylaşımları arasından en çok etkileşimi alan paylaşımlar günlük vaka tabloları olmuştur. Fakat tablolara olan ilgideki sayısal düşüş bariz şekilde görülmektedir. Nisan ayında sürekli yüz binin üzerinde beğeni alan tablolar Haziran ayında hiç yüz bine yaklaşmamıştır.

Temmuz ayı incelendiğinde ise Koca, 'maske', 'mesafe', ve 'tedbir' gibi kelimeleri diğer aylara göre en az bu ay içinde kullanmıştır. Çünkü Temmuz ayı insanların artık tatile gittikleri bir dönem olmuştur. Kendisi de bu konu da paylaşımlarda bulunmuş, hatta 17 Temmuz tarihinde esprili bir dille yaptığı "Tatil planları sloganı: Kum gibi kalabalıktan uzakta!" diyerek attığı tweet, popüler kategorisine girerek doksan üç bin beğeni almıştır. Temmuz'un çok sıcak bir ay olması nedeniyle de vaka sayıları Haziran ayına kıyasla düşüş göstererek sıklıkla binin altında kalmıştır. Bu dönem içerisinde de Koca'nın tweet'leri içerisinde en çok etkileşim alıp popüler kategorisine giren paylaşımlarda daha çok esprili bir dille yaptığı uyarılar olduğu görülmektedir. Bu paylaşımları yine günlük vaka sayıları takip etmektedir. Fakat hala popüler kategorisinde yer alsa da beğeni sayısında düşüş gözlemlenmektedir.

Tüm bu incelemeler ışığında 1 Haziran öncesi ve sonrası olarak çalışmanın tabloları incelenerek genel bir değerlendirme yapıldığında, veriler bizlere 1 Haziran öncesi yapılan paylaşımlarda tedbir ağırlıklı içeriklerin yer aldığını ve uyarıların toplum nezdinde yerini bulduğunu göstermektedir. 1 Haziran'dan sonra kontrollü sosyal yaşamda 'yeni normal' günlerinde ise kurulan iletişimin, yani Koca'nın söylemleriyle vaka sayıları hareketliliğinin yine örtüştüğü görülmektedir. 1 Haziran tarihi ülkenin pandemi yönetiminde önemli bir gün olsa da tedbir vurgusu ve kontrollü sosyal yaşam vurgusunun Sağlık Bakanı tarafından beklenenden daha az yapıldığı görülmektedir. Çünkü tabloda da belirtildiği gibi sosyal yaşamın başladığı 1 Haziran'dan itibaren bir önceki aya kıyasla 'maske', 'mesafe', 'tedbir' uyarılı içeriklerin sayısında anlamlı bir artış olmamış, hatta azalma olmuştur. Bu durum da peşinden artan günlük vaka sayılarını getirmiştir. Genel olarak baktığımızda Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca 1 Haziran öncesi tedbir içerikli paylaşımlarını arttırırken, 1 Haziran'dan sonra sosyal yaşamın başlangıcı gibi bir olay ekseninde düşünüldüğünde gereken tedbir uyarılarını beklenenden daha az gerçekleştirmiştir. Sonuç olarak Dr. Fahrettin Koca'nın Twitter üzerinden toplumla kurduğu iletişim anlamlı ve orantılı sonuçlar vermektedir. Kendisinin paylaştığı içerikler toplum tarafından kabul görmekte ve beklenen sonuçları vermektedir. Buradan hareketle siyasi isimlerin ve belirli konular hakkında otorite olabilecek kişilerin sosyal medya üzerinden toplumla doğrudan kurduğu tutarlı ve doğru iletişim, beklenen sonucu vermektedir.

Çalışmanın önemli verilerinden biri de incelenen her ay içerisinde Koca'nın yaptığı paylaşımlar içinde en çok etkileşimi günlük vaka tablolarının almasıdır. Nisan ayından Temmuz ayına kadar etkileşim azalsa da yine de ilk sırayı tablolar almıştır. Çalışmamızın kuramsal temelini oluşturan gündem belirleme çerçevesinde değerlendirildiğinde Koca'nın bu paylaşımları toplumun gündemini belirlemiştir. Çünkü Twitter algoritmaları popüler tweet'leri seçerken, içeriğin görüntülenme sayısı, beğeni sayısı ve tekrar paylaşım sayısını baz alarak belirlemektedir. Bu bulgulara göre Koca'nın tablo paylaşımlarına olan ilgi toplumun gündeminin Koca tarafından belirlendiğini gösterirken, kuramsal temelimizin temel ilkelerini doğrulamaktadır.

Çalışma kapsamında elde edilen bir diğer önemli sonuç ise geleneksel medya ile yeni medya arasında nasıl bir ilişki inşa edildiğini de göstermektedir. Geleneksel medyada haberciliğin yapı taşlarından birini oluşturan ajans mecrası ile sosyal medya ortamı arasında ortaya çıkan yöndeşme durumu çalışmamız kapsamında tespit edilmiştir. Yöndeşme kavramı; birbirinden tamamen farklı temel özelliklere sahip olan iletişim platformlarının, dijitalleşme ile birlikte benzer türde hizmetleri aktarabilmesi olarak açıklanmaktadır (Yıldırım, 2010). Araştırmanın doğrudan konusu olmadığı için bulgular tablosunda yöndeşme bulgularına yer verilmemiştir fakat yine de göz ardı edilmemesi gereken bir sonuç olduğu için bu kısımda değinilmesi gerektiği düşünülmüştür.

Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca'nın Twitter incelemesinde araştırdığımız konu ve zaman kapsamı içinde Nisan ayında 25 kez Sağlık Bakanı'nın Anadolu Ajansı tarafından canlı olarak yayınlanan basın toplantılarının da paylaşıldığı görülmüştür. Mayıs ayında 4 kez Anadolu Ajansı'nın bir kez de CNN Türk yayını, Haziran'da 4 kez Anadolu Ajansı'nın ve Temmuz'da da 2 kere Anadolu Ajansı'nın 2 kere de TRT'nin yayınlarından kendi açıklamalarını Twitter hesabından paylaştığı görülmektedir. Bu durum da yeni medya ortamında geleneksel medyaya ait yayınların paylaşılması, yani yöndeşmeye bir örnek olarak gösterilmektedir.

KAYNAKÇA

- Algül, A. (2016). Gündem Belirleme Teorisi Bağlamında 7 Haziran 2015 Genel Seçimleri Sonrası Koalisyon Görüşmelerinin Türk Basınında Sunumu. *gıfder*, 4(1), 279-302.
- Akdağ, M., ve Taşdemir, E. (2006). Krizden Çıkmanın Yolları: Etkin Bir Kriz İletişimi. *Selçuk İletişim*, 4(2), 141 - 157.
- Akyürek, M. İ. (2020). Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı Ve Sosyal Medyaya İlişkin Tutumları. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 58 - 92.
https://dergipark.org.tr/tr/pub/usaksosbil/issue/55286/663019 adresinden alındı
- Altunay, A. (2015). Bir Sosyalleşme Aracı Olarak Yeni Medya. *Selçuk İletişim*, 9(1), 410-428.
https://dergipark.org.tr/tr/pub/josc/issue/19031/201162 adresinden alındı
- Anadolu Ajansı. (2020). Sağlık Bakanı Koca Türkiye'de ilk koronavirüs vakasının görüldüğünü açıkladı. (2020, 03 11). aa.com.tr: https://www.aa.com.tr/tr/koronavirus/saglik-bakani-koca-turkiyede-ilk-koronavirus-vakasinin-goruldugunu-acikladi/1761466 adresinden alındı
- Anadolu Ajansı. (2020). Sağlık Bakanı Koca: 63 kişi daha Kovid-19 nedeniyle hayatını kaybetti. (2020, 04 01). aa.com.tr: https://www.aa.com.tr/tr/koronavirus/saglik-bakani-koca-63-kisi-daha-kovid-19-nedeniyle-hayatini-kaybetti/1788368 adresinden alındı
- Anadolu Ajansı. (2020). Cumhurbaşkanı Erdoğan: Normal hayata dönüşü kademe kademe başlatacağız. (2020, 05 04). aa.com.tr: https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/cumhurbaskani-erdogan-normal-hayata-donusu-kademe-kademe-baslatacagiz/1828617 adresinden alındı
- Arık, E. (2013). Yurttaş Gazeteciliğinin Günümüzdeki Görünümü: Twitter Gazeteciliği Örneği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 274-287.
- Ateş, N , Baran, S . (2020). Kriz İletişiminde Sosyal Medyanın Etkin Kullanımı: Covid-19 (Koronavirüs) Salgınına Yönelik Twitter Analizi . Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi , (16) , 66-99 . Retrieved from https://dergipark.org.tr/tr/pub/kilad/issue/57944/787103
- Aydın, N. (2018). Nitel Araştırma Yöntemleri: Etnoloji. *Uluslararası Beşeri ve Sosyal Bilimler İnceleme Dergisi*, 2(2), 60-71
- Aydoğan, F., ve Kırık, A. M. (2012). Alternatif Medya Olarak Yeni Medya. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(18), 58-69. https://dergipark.org.tr/tr/pub/akil/issue/48077/607860 adresinden alındı
- Barış, Ö. (2019). Geleneksel ve Sosyal Medya Gündem Uyumu İncelemesi: Twitter, Fox TV ve ATV Ana Haber Bülten Karşılaştırılması. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 169-184.
doi:https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.434508
- Bayrak, T. (2018). Sosyal Medyada Gürültü Kavramı: Twitter'da Gürültü İncelemesi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 2(1), 37 - 45. doi:https://doi.org/10.17932/IAU.EJNM.25480200.2018.2/1.37-45
- Bbc.com. (2020). Türkiye'de sosyal medya ne kadar ve nasıl kullanılıyor? (2020). www.bbc.com.tr: https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-53259275 adresinden alındı
- Bbc.com. (2020). Pandemi nedir, ülkeleri nasıl etkiler? - Dünya Sağlık Örgütü koronavirüsü pandemi ilan etti. (2020). bbc.com: https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-51614548#:~:text=2009%20y%C4%B1%C4%B1nda%20domuz%20gribi%2C%20pandemik,Yeni%20bir%20vir%C3%BCs%20olmas%C4%B1 adresinden alındı
- Bilgiç, A., ve Akyüz, S. (2020). Türkiye'de Covid-19 Pandemisi Döneminde Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'nın Sosyal Medya Kullanımı: Twitter Paylaşımları İçerik Analizi. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(Covid-19 özel), 230 - 243.
- Bostancı, M. (2019). *Sosyal Medya: Dün Bugün Yarın*. Palet Yayınları.
- Bulduklu, Y., ve Karaçor, S. (2017). Sağlık Hizmetlerinde Kriz İletişimi Ve Yeni Medya. *Atatürk İletişim Dergisi*(14), 279 - 296.
- Çetin, M., ve Toprak, Y. E. (2016). Kriz İletişimi Ve Sosyal Medya: Emisyon Krizinde Volkswagen'in Facebook Kullanımı. *Selçuk İletişim*, 9(3), 54 - 68. doi:https://doi.org/10.18094/si.51665
- Demir, D. H., ve Balcı, E. V. (2019). Kriz Haberciliği Ve Etik Sorunsalı. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi*(11), 48 - 56.
https://dergipark.org.tr/tr/pub/euifdyhed/issue/46530/569132 adresinden alındı
- Demir, Y., ve Ayhan, B. (2020). Sosyal Medyanın Gündem Belirleyicileri: Twitter'da Gündem Belirleme Süreci Üzerine Bir Sosyal Ağ Analiz. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*(51), 1-19.
- Demirtaş, Z. G., ve Demirtaş, İ. (2017). Kriz Dönemlerinde Sosyal Medya Kullanımı: 15 Temmuz Darbe (Kalkışma) Girişimi Sonrasında Türkiye'deki Bakanlar Kurulu Üyelerinin Twitter Kullanımı Üzerine Bir İnceleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 8(19), 137 - 146.
doi:https://doi.org/10.21076/vizyoner.343028
- Diker, E. (2020). Kovid-19 Salgını Döneminde. *TRT Akademi*(Kovid-19 özel sayısı), 110-117.

- Cnnturk.com. (2020). *Diyanet'ten son dakika açıklaması: Camilerde cemaatle namaza ara verildi.* (2020, 03 16). cnnturk.com: <https://web.archive.org/web/20200322191824/https://www.cnnturk.com/turkiye/diyanet-isleri-baskani-erbas-koronavirus-onlemlerine-iliskin-15-30da-aciklama-yapacak> adresinden alındı
- Fuchs, C. (2020). *Sosyal Medya: Eleştirel Bir Giriş.* (D. Saraçoğlu, & İ. Kalaycı, Çev.) Notabene.
- Geçer, E. (2020). *Geleneksel Medya Gücünü Koruyor.* TRT, TRT Akademi İnfodem. TRT Akademi İnfodemi Araştırması. <https://trtakademi.net/wp-content/uploads/2020/08/TRT-Akademi-Infodemi-Arastirmasi-Raporu.pdf> adresinden alındı
- Gökulu, G., ve Kılıç, D. (2020). Sosyal Medyada Siyasal İletişim: 31 Mart 2019 Yerel Seçimlerinde Siyasi. *Journal of Awareness*, 5(2), 213 - 236.
- Gölbaşı, S. D., ve Metintaş, S. (2020). Covid-19 Pandemisi Ve İnfodemi. *ESTÜDAM Halk Sağlığı Dergisi*, 5, 126 - 137. doi:<https://doi.org/10.35232/estudamhsd.797508>
- Güdekli, A. (2016). Gündem Belirleme Kuramı Bağlamında Yazılı Basın İle Twitter. *Selçuk Ün. Sos. Bil. Ens. Der.*, 1151-163.
- Güngör, N. (2020). *İletişim Kuramlar Yaklaşımlar.* siyasi kitabevi.
- Güreşçi, M. (2020). Covid-19 Salgınında Türkiye'de Kriz Yönetimi İletişimi: T.C. Sağlık Bakanlığı. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(5), 53 - 65.
- İçişleri Bakanlığı. (2020). 81 İl Valiliğine Coronavirus Tedbirleri Konulu Ek Bir Genelge Daha Gönderildi. (2020, 03 16). icisleri.gov.tr: <https://www.icisleri.gov.tr/81-il-valiligine-koronavirus-tedbirleri-konulu-ek-genelge-gonderildi> adresinden alındı
- İçişleri Bakanlığı. (2020). Şehir Giriş/Çıkış Tebirleri ve Yaş Sınırlaması. (2020, 04 03). icisleri.gov.tr: <https://www.icisleri.gov.tr/sehir-giriscikis-tebirleri-ve-yas-sinirlaması> adresinden alındı
- Karaağaç, T. (2013). Kriz Yönetimi Ve İletişim. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*(49), 117-132.
- Karaca, P. (2020). Sosyal Medya Ve Demokratik Katılım İlişkisi: 24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı Seçim Kampanyasında Sosyal Medya Kullanımı. *Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi*, 3(1).
- Kırık, A. M. (2017). Yeni Medya Aracılığıyla Değişen İletişim Süreci: Sosyal Paylaşım. *e-gifder*, 5(1), 230-261.
- Kırık, A. M., Var, S. S. A., Özkoçak, Ö. Ü. V., ve Darıcı, Ö. Ü. S. (2020). Pandemi dönemlerinde iletişim ve algı yönetimi: Yeni koronavirus hastalığı (covid-19) örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 104(8), 36-57.
- Kılıç, S. (2020). Gündem Belirleme Kuramı Bağlamında Twitter Ve İnternet Gazetelerinin Karşılaştırılması: Hürriyet Ve Milliyet Gazeteleri Örneği. *Selçuk İletişim*, 13(1), 91-129.
- Kaplan, S. (2020). Kriz Yönetiminde Kriz İletişiminin Önemi: Nike Örneği. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 6(1), 65 - 92.
- Lippmann, W. (1922). *Public Opinion.* Harcourt.
- Mc Combs, M., ve Shaw , D. (1972). Chapel Hill Study.
- Melek, G. (2017). Medya Arası Gündem Belirleme Kuramı Araştırmalarında Bir Yöntem Uygulaması: Hürriyet Online ve Twitter Örneği. *İLEF*, 123-148.
- Mutlu, E. (2017). *İletişim Sözlüğü.* Ütopya.
- Öksüz, B., ve Batu, M. (2017). Kriz İletişimi Ve Turizm: 2016 Yılı Terör Saldırıları. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi*(1), 85 - 108.
- Övür, A. (2019). Kültür Endüstrisinin Gündem Belirleme Ve Kamuoyu Oluşturma İşlevi. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 11(4), 319-343.
- Özçetin, B. (2019). *Kitle İletişim Kuramları Kavramlar, Okullar, Modeller.*
- Öztunç, M. (2020). İnternet Haberciliğinde Koronavirus Salgınının Sunum Biçimi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 9(3), 2825 - 2840. doi:<https://doi.org/10.15869/itobiad.756934>
- Öztürk, Ş. (2015). Sosyal Medyada Etik Sorunlar. *Selçuk İletişim*, 287 - 311. doi:<https://doi.org/10.18094/si.57598>
- Sağlık Bakanlığı. (2020). Covid-19 Bilgilendirme Sayfası. covid19.saglik.gov.tr: <https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66300/covid-19-nedir-.html> adresinden alındı
- Sağlık Bakanlığı. (2020). *Covid-19 Bilgilendirme Sayfası.* (2020). covid19.saglik: <https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66300/covid-19-nedir-.html> adresinden alındı
- Sine, R., ve Sarı, G. (2019). Twitter'ın Gündem Belirlemesi Bağlamında Evlilik Programlarının Yeniden Düzenlenmesi. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 83 - 106. doi:<https://doi.org/10.26468/trakyasobed.452292>
- Sözcü.com.tr. (2020). *Corona virüsü nedeniyle eğitime verilen ara 30 Nisan'a kadar uzatıldı.* (2020, 03 25). sözcü.com.tr: <https://web.archive.org/web/20200325225323/https://www.sozcu.com.tr/2020/gundem/son-dakika-saglik-bakani-koca-ve-milli-egitim-bakani-selcuktan-corona-aciklamasi-5702983/> adresinden alındı

- Sucu, İ . (2020). Yeni Dünya Düzeninde Dönüşümün İletişim ve Medyadaki İlk Adımları: Covid-19 Sonun Başlangıcında Yeni Bir Dijital Çağ . İnsan ve Sosyal Bilimler Dergisi , 3 (2) , 556-566 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/johass/issue/57478/772366>
- Şahin, M., ve Görgülü Aydoğdu, A. (2020). Twitter Gazeteciliği İle İlgili Yapılan. *Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi Etkileşim*(6), 10 - 35. doi:<https://doi.org/10.32739/etkilesim.2020.6.73>
- TRTHaber.com. (2020). Cumhurbaşkanı Erdoğan açıkladı: Seyahat sınırlaması 1 Haziran'da kalkıyor. (2020, 05 30). trthaber.com: <https://www.trthaber.com/haber/gundem/cumhurbaskani-erdogan-acikladi-seyahat-sinirlaması-1-haziranda-kalkiyor-487971.html> adresinden alındı
- Tufan Yeniçıktı, N. (2020). Sağlık Bakanlığının Instagram Paylaşımları Üzerinden Göstergelimsel Bir İnceleme #Hayatevesiğar. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(covid-19 special issue), 365 - 385.
- Trthaber.com*. (2020). *Türkiye'de koronavirüs kaynaklı ilk ölüm*. (2020, 03 18). trthaber.com: <https://www.trthaber.com/haber/gundem/turkiyede-koronavirus-kaynakli-ilk-olum-467942.html> adresinden alındı
- Tufan Yeniçıktı, N . (2020). Sağlık Bakanlığının Instagram Paylaşımları Üzerinden Göstergelimsel Bir İnceleme #HAYATEVESIĞAR . Gaziantep University Journal of Social Sciences , Cilt 19 COVID-19 Özel Sayısı , 365-385 . DOI: 10.21547/jss.767280
- Tüzün, H., Demirköse, H., Özkan, S., Uğraş Dikmen, A., ve İlhan, M. (2020). Covid-19 Pandemisi ve Risk İletişimi. *Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi*(özel), 1-8.
- Vardarlıer, P , Öztürk, C . (2020). Sağlık İletişiminde Sosyal Medya Kullanımının Rolü . Sosyolojik Düşün , 5 (1) , 1-18 . DOI: 10.37991/sosdus.730815
- Vatandaş, S . (2020). Covid-19 Pandemisi Ve “Gündem Belirleme” İşlevi Açısından Gazete Manşetleri . Sosyal Bilimler Metinleri , 2020 (1) , 61-78 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sbm/issue/56660/733237>
- Yaylagül , L. (2019). *Kitle İletişim Kuramları*. Dipnot Yayınları.
- Yersel, B , Kalkan, B , Çelen Özer, A . (2020). Kim Paylaşıyor? İnfodeminin Önüne Geçmek İçin Alan Uzmanı Kanaat Önderlerinin İstagram Kullanımları Ve Kullanıcı Etkileşimlerinin Analizi . Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi , Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi Özel Sayı , 12-40 . DOI: 10.33692/avrasyad.831772
- Yıldırım, A. (2014). Bir Halkla İlişkiler Aracı Olarak Twitter: T.C. Sağlık Bakanlığın Örnek İncelemesi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2(4), 234 - 253. doi:<https://doi.org/10.19145/guifd.88026>
- Yıldırım, B . (2013). Gazeteciliğın Dönüşümü: Yöndeşen Ortam ve Yöndeşen Gazetecilik . Selçuk İletişim , 6 (2) , 230-253 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/josc/issue/19020/200645>
- Yücesoy, T., ve Karabulut, B. (2019). Gündem Belirleme Kuramı Odağında İnan Yeşil Devrimine Bakış: Tweetler Üzerinden Bir Analiz. *Karadeniz İletişim Araştırmaları Dergisi*, 22-47.
- WHO. (2020). https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200415-sitrep-86-covid-19.pdf?sfvrsn=c615ea20_4 adresinden alındı

SOSYAL MEDYADA YAPILAN PAYLAŞIMLARIN BEĞENİLME DUYGUSUNA ETKİSİ: INSTAGRAM ÖRNEĞİ

Prof. Dr. Aytekin İŞMAN
Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi
isman@sakarya.edu.tr

Esra ODABAŞI
Yüksek Lisans Öğrencisi
Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
esra.odabasi1@ogr.sakarya.edu.tr

ÖZET

Yeni medya araçları, sosyal medya mecralarının artmasıyla birlikte hayatımızın her anında kendine yer bulmaya başlamıştır. Ele avuca sığan teknoloji ile bireyler, gözetmeyi ve gözetilmeyi daha fazla arzular hale gelmiştir. Sosyal medyada görünmek ve beğenilmek insanların büyük ölçüde haz aldığı konulardan biri olmuştur. Bu anlamda sosyal medya araçlarından biri olan Instagram, bireyin gözetme ve gözetilme hazzını besleyen en önemli mecralardan biri konumundadır. Yapılan paylaşımlarla kişinin beğenilme ihtiyacı doyurulmuş olur.

Instagram'daki kullanıcı profilleri ve paylaşımlarını incelemek ve bu paylaşımların beğenilme duygusunu artırmak amacıyla yapıldığını göstermek için nicel araştırma yöntemlerinden anket çalışması yapılmıştır. Yeni medyayı teorik ve pratik anlamında daha iyi bildiği düşünülen Anadolu Üniversitesi Basın ve Yayın bölümü öğrencileri örneklem olarak seçilmiştir. Kullanım oranı ve beğenilme duygusunun yıllara göre ne kadar değiştiğini göstermek amacıyla her sınıftan belirli sayıda öğrenci örnekleme dahil edilmiştir. Çalışmada Hayır (2019)'ın makale çalışmasına ait, Windows Office Excel programı kullanılarak verilerin analizi yapılan araştırma anketi kullanılmıştır. Kullanılan ölçekte Cronbach Alpha katsayısı .91 olarak verilmiştir.

Bu çalışmada gözetme ve gözetilme mecralarından olan Instagram'ın bireyler üzerindeki beğenilme isteğini ne denli artırdığı ve bireyin bu hazzı besleme uğruna paylaşımlar yaptığını göstermek hedeflenmiştir. Hem üretme hem tüketme doyumunu sağlayan bu tür mecraların aslında bireyleri arzu nesnesine dönüştürdüğü ve beğenilme ihtiyacını karşılamak amacıyla paylaşımlar yaparak sahte bir profil oluşturması çalışma boyunca gösterilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gözetim, Sosyal Medya, Instagram, Beğenilme, Profil.

GİRİŞ

Tarihi oldukça eski zamanlara dayanan gözetim olgusu yeni medya araçları ile daha fazla alana yayılma imkânı bulmaktadır. Geleneksel medya araçlarından farklı olarak bireye de üretme imkânı sunan yeni medya araçları, sosyal medya platformlarıyla birlikte hayatımızdaki konumunu daha da zenginleştirmiştir. Köylerde ve kasabalarda insanlar nasıl birbirlerinden bihaber değilse aynı şekilde günümüzde de dünyanın farklı noktalarından haberdar olmak mümkün hale gelmiştir (Yaylagül, 2014, 70). Günümüzde insanlar, nereye ve kimlerle gittiklerinin, o gün ne pişirdiklerinin, ziyafet verir misali farklı yemeklerle süslenmiş masalarda neler olduğunu, o gün hangi kıyafetleri giydiklerinin, hangi arabalara sahip olduklarının anlık fotoğraflarla takipçilerine bildirmektedir (Bilgili ve Şener, 2013, s. 58).

Yeni medya araçları ile hayatımıza giren sosyal medya ağları bir taraftan bireyin gözetme ve gözetilme ihtiyacını doyururken diğer taraftan da beğenilme ihtiyacını doyumaya başlamıştır. Ayrıca sosyal platformlar kimlik üretimine olanak vermektedir böylece bireylerin kendilerini gösterdikleri ve sergiledikleri bir ortam olarak karşımıza çıkmaktadır (Güzel, 2016, s. 83). Özellikle genç bireyler arasında yapılan paylaşımlar adeta bir beğeni yarışına dönüşmüştür. Bilhassa gençler yeni medya ortamlarını bir bakıma moda uyum sağlayamamaktan korktukları için kullanmaktadırlar (Oğuz, 2017, s. 62).

Bu çalışma sosyal medyada yapılan paylaşımların beğeni duygusuna olan etkisine odaklanmıştır. Bu anlamda beğeni duygusuna yönelik paylaşımların yoğun olarak yapıldığı düşünülen Instagram uygulaması incelenmiştir. Çalışmada örneklem olarak üniversite öğrencileri seçilmiştir. Bu anlamda çalışmada teorik ve pratik olarak konuya daha hâkim olduğu düşünülen Basın ve Yayın bölümü öğrencileri olacak şekilde her sınıftan aynı sayıda öğrenci yer almıştır. Kullanım oranları ve yapılan paylaşımlar incelenerek örnekleme dahil olan öğrencilere nicel araştırma yöntemi olan anket yapılmıştır.

Sosyal Medya

İnsanlığın yaradılışında iletişim ihtiyacı vardır ve günümüzde insanlar bu ihtiyacı yüz yüze iletişimden ziyade yeni medya organları üzerinden sağlamaktadır. Yeni medya nedir diye sorulduğunda aklımıza ilk gelen cevaplardan biri sosyal medya olmaktadır. Ancak bu cevap tam olarak yeterli değildir. Ayrım noktasında ilk olarak dijital iletişim medyası ve eski analog teknolojiler arasında olduğunu söylemek mümkündür (Gane ve Beer, 2010, s.12). Diğer bir deyişle, yeni medya kavramı genel olarak karşılıklı olan, çift yönlü iletişimi kapsayan ve radyo, telefon ve televizyon eski medya aygıtlarının karşıtı olan medya olarak adlandırılabilir (Logan, 2010, s. 4). Tüm yeni

medya ortamları sosyal anlamda kişilere değerler katar ve onu geliştirir ve bireyin yeni kültürel değerlere uyum sağlamasına ve bu yeni değerlere göre kişinin biçimlenmesine olanak sağlamaktadır (McLuhan, 1964, s. 138). Bugün yeni medya çağının ortalarındayız ve bu bağlamda da bilgisayar yolu üretimin, dağıtımın ve iletişimin tüm açılardan kültürel bir değişim yaşamaya mümkündür (Manovich, 2006, s. 5).

Kullanıcılar içeriğin tüketicisi konumundayken yeni medya ile her tüketici aynı zamanda içeriğin üreticisine dönüşebilmektedir. İnternetin ilerlemesi, kullanımı ve yaygınlaşması kullanıcılar ve tüm dünya üzerinde birçok olumlu ve olumsuz etkiler yaratmış, nihayetinde de faal bir teknoloji haline gelmiştir (Dedeoğlu, 2016, s. 28). Web 1.0 döneminde bireyler üretilen içerikleri yalnızca tüketebiliyorlardı, herhangi bir şekilde müdahale veya etkileşim söz konusu değildi. Web 2.0 dönemine gelindiğinde ise yalnızca tüketici konumundaki bireyler üretici konumuna yükselmişlerdir. Web 2.0 döneminin ürünü olan sosyal medya, kullanıcıların birebir ve çift yönlü iletişimine imkân veren bilgi, içerik oluşumuna, paylaşımına imkân sağlayan fotoğraf, video gibi paylaşımların yapılabileceği yeni medya araçlarındandır (Onat, 2010, s. 105). Günümüzde televizyon karşısında pasif bir halde olan izleyici, sosyal medya platformları ile aktif hale gelmiştir (Akbaşı, 2016, s. 68).

Yeni medya ortamlarındaki temel mantık kullanıcı odaklı olmalıdır. Sosyal ağ ortamlarına üye olan bireyler, diğer kullanıcılarla iletişim kurabilmekte, gerçek hayatında iletişim kurduğu insanlarla sosyal ağ sitesi üzerinden görüşebilmekte, dilediği takdirde ise daha önceden tanımadığı diğer kullanıcılarla bu platformlar üzerinden bağlantı kurarak bireysel ağı genişletebilmektedir (Boztepe, 2014, s. 176). Bireyler arasındaki bu yeni süreç, iletişimin sosyal medya ortamlarıyla birlikte birbirini tanımayan kullanıcıları bile birbirine yaklaştırarak dünya çapında bir düzenin parçası haline getirmiştir (Bennett, 2010, s. 413).

Sosyal medya kullanıcıları, internet ortamında arkadaşlarıyla iletişim kurabilmekte, sohbet edebilmekte, fotoğraf, video, dosya ve çeşitli bilgiler paylaşabilmekte, bu bağlamda da sosyal çevresini sanal ortamlara taşımaktadırlar (Yıldız ve Demir, 2016, s. 19). Ayrıca çevrimiçi kullanıcılar sayesinde insanları bir arada tutmak, çevrimiçi tartışma başlatmak ve bu tartışmanın tüm dünyaya yayılmasını sağlama imkânı olmaktadır (Kırık, 2013, s. 75). Sosyal medyanın bu gibi özelliklerinin olması, kullanıcı tecrübelerini artırarak onu daha da cazip hale getirmektedir (Tonta, 2009, s. 742).

Sosyal medya bilhassa toplumun davranışlarını yönlendirmesi bakımından da oldukça önemlidir (Kirschenbaum, 2004, s. 99). Yapılan paylaşımlar yalnızca paylaşımı yapan kullanıcı ile sınırlı kalmayıp çok hızlı bir şekilde yayılabilmektedir. Özellikle kullanıcılar için hızlı bir şekilde gelen bildirimler bu duruma örnek olarak gösterilebilir (Gilbert ve Karahalios, 2009, s. 212). Sosyal medyanın büyük bir hızla yayılmasından dolayı takip ve kontrolü epey zorlaşmaktadır. Elbette bu soruna sosyal medya ortamlarının etkisi ve hızlı gelişimi sebep olmaktadır. Kullanımının basitliği ve değişiminin kolaylığı sosyal medyanın önemli özelliklerindedir (Vural ve Bat, 2010, s. 33). Yeni teknolojilerin olumlu etkilerinin yanı sıra olumsuz etkileri de kullanıcılar bilhassa da genç kullanıcılar üzerinde büyük bir etkisi vardır (Çukurluoğlu, 2016, s. 11).

Sosyal Medyada Yapılan Paylaşımlar

Gözetme ve gözetilme olgusu gün geçtikçe varlığını daha da fazla hissettirmeye başlamıştır. Tüm bu ilerlemeler içerisinde internetin farklı bir etkisi olduğu söylenebilir (Dedeoğlu, 2016, s. 15). Sosyal medyada kendine yer bulan bu olgular, insanlar tarafından oldukça sahiplenilmiştir. Öyle ki, bilhassa kullanıcı bireyler için var olmanın yegâne sebeplerinden biri artık sosyal medyada görünür olmaktır.

İçerik yaratımına katkıda bulunma, diğer web kullanıcıları ile etkileşime girme olanağı veren Web 2.0 teknolojisinin gelişimiyle birlikte internet teknolojisinin görünümü çok kısa sürede içinde farklılaşmıştır (Tarcan, 2015, s. 6). Geleneksel medyadan farklı olarak yeni medyada iletişim; tekilden çoğula veya çoğuldan çoğula eş zamanlı iletişim şeklinde gerçekleşmektedir (Binark, 2007, s. 23). Sosyal medya siteleri kullanıcıların profillerini oluşturabildikleri ve profillerini diğer kullanıcılara sınırlı veya sınırsız şekilde sundukları, ilgilendikleri kişilerin arkadaşlarına ve bilgilerine erişebildikleri, kullanıcıların etkinliklerini takip edebildikleri, anlık olarak mesajlaşabildikleri, fotoğraf, video paylaşabildikleri siteler olarak karşımıza çıkmaktadır (Boyd ve Ellison, 2007, s. 211).

Medya ortamları kablosuz iletişimin mümkün hale gelmesiyle telefon ve internete her mekânda ulaşma olanağı sağlamaktadır (Zemmels, 2012, s. 14). Başka bir deyişle, sosyal medyada yapılan paylaşımların zamana ve mekâna bağımlı olmadan yapılabiliyor olması bireye bir nevi sahte bir özgürlük alanı yaratmaktadır.

Sosyal medya ortamlarının anonim yapısı sayesinde aynı düşüncedeki insanlar, zaman ve mekâna bağlı olmadan kolaylıkla bir araya gelebilmekte, sanal cemaatler oluşturabilmekte, farklı kültürden kullanıcılarla iletişim kurabilmekte, her türlü düşünceleri özgür bir şekilde ifade edebilmektedir (Sarıfakioğlu, 2007, s. 54). Bu özgür alanda birey gözetme ve gözetilme ihtiyacını gidermektedir.

Beğenilme Duygusu

İnsanların görünür olma ihtiyacı oldukça eski zamanlara dayanmaktadır. Başkalarını gözetleme ve başkaları tarafından gözetilme ihtiyacı gün geçtikçe varlığını daha da derinleştirmeye başlamıştır. Günümüzde varlığını bilhassa sosyal medya platformlarıyla sürdüren bu olgular, bireyin beğenilme ihtiyacını beslemektedir. Beğenilme, takdir edilme, gurur duyulma vb. ihtiyaçlar gerçek dünyadan sosyal dünyaya taşınmıştır. Bu anlamda

bireyin yaptığı tüm çabaların aslında kendisinin daha fazla kullanıcı tarafından beğenilmesini sağlamaya yönelik çabalar dır (Goffman, 2009, s. 21). Beğen düğmesi bütün bu isteklerin tatmin edilmesinde rol oynayan büyüü bir buton olarak görülebilir (Horzum, 2015, s. 1481). Öyle ki birey, gerçek hayatta alkış almaktansa sosyal medyada beğeni almayı yeğler hale gelmiştir. Yapılan paylaşımların da beğenilme oranına göre yapılması da aslında bunu kanıtlar niteliktedir.

Başkaları tarafından beğenilme isteği bireylerin davranışlarında ve sosyal medyada yarattığı profillerde kendini yoğun bir şekilde hissettirmektedir. Bir nevi toplumda kabul görmenin bir parçası haline gelmiştir. Bireyin kendini beğenmesi bile başkaları tarafından beğenilmesine bağımlı hale gelmiştir. Bu anlamda medya araçlarının rolü oldukça önemlidir (Işık ve Topbaş, 2015, s. 320). Bireyin beğenilme duygusu sosyal medya platformları ile karşılaşılır. Bireyin sevilip sevilmediği, toplum tarafından kabul görüp görmediği, sosyal medya ortamlarında benimsenip benimsenmediği gibi konuları, hayatının en önemli sorunları olarak gördüğünden, sosyal medyada paylaşımlar yapmak ve gelen beğenileri ve yapılan yorumları takip etmek, kişinin psikolojisi için hayati öneme sahiptir (Nacaklı, 2018, s. 261). Öyle ki birey, psikolojisini düzeltmek ve beğenilme duygusunu daha yoğun hissetmek amacıyla kendine bambaşka bir profil yaratabilmektedir. Bu bağlamda sosyal medya ortamlarının, narsistik kişilik özelliklerinin sunulduğu bir ortam olarak karşımıza çıkmaktadır (Ayan, 2016, s. 79).

AMAÇ

Bu çalışmanın literatüre ve daha sonra yapılacak olan çalışmalara katkı sağlaması bakımından beş temel amacı bulunmaktadır. Çalışmanın amaçlarına hizmet etmesi bakımından 6 Ekim 2010 tarihinde aktif olarak kullanıma sunulan Instagram platformu incelenmiştir. Bu amaçlar ilerleyen bölümlerde açıklanarak tek tek açıklanmıştır.

Bu bağlamda ilk ve temel amaç olarak yeni medyanın hayatımıza katmış olduğu sosyal medyada yapılan paylaşımların beğenilme duygusuna olan etkisini ortaya çıkarmaktır. Fotoğrafların beğenilmesi ve yorum yapılabilmesi Instagram kullanımını artırmakla birlikte bu platformdaki fenomenlerin de ortaya çıkmasına neden olmuştur (Türkmenoğlu, 2014, s. 95). Bu olgunun fotoğraf paylaşımı yapma sıklığı ve beğeni sayısına göre şekillendiğini unutmamak gerekmektedir. Kullanıcı sayısının fazlalığı, özelliklerin çeşitliliği, fotoğraf ve paylaşımların içeriği bakımında kullanıcılara sunulan olanaklar, Instagram'ı önemli bir ortam haline getirmiştir (Aslan ve Ünlü, 2016, s. 50). Sosyal medya, başlarda çok az medya kuruluşunun sahip olduğu tek taraflı iletişimin hâkim olduğu bir iletişim modeliyken zamanla bu durum değişerek bireylerin de tüketici konumundan üretici konumuna gelmiştir (Kahraman, 2010, s. 4). Web 2.0 dönemiyle birlikte kullanıcıların da içerik ürettiği hale gelmesi Instagram gibi fotoğraf paylaşım platformlarının önünü açmıştır. Gelişimi ve kullanımı büyük bir ivme kazanan bu platformlar milyonlarca insan tarafından her an takip edilmektedir. Bu bağlamda Instagram'ın telefonlara yüklenebilmesi ve günlük hayatın direkt içinde kendine yer bulması sebebiyle iletişimin merkezinde yer aldığını söylemek yanlış olmayacaktır (Gibbs ve ark., 2014, s. 258). Bu bağlamda Instagram, diğer sosyal medya platformlarının sahip olduğu etkileşimli olma özelliğine sahiptir (Hu ve ark., 2014, s. 596). Bu anlamda pek çok sorunu da beraberinde getirmektedir. Bu sorunlardan en büyüğü şüphesiz beğenilme duygularında yaşanan değişimdir.

Bu çalışmada beğenilme duygusunun incelenmesi ve bu duygunun öncesi veya sonrasında yaşanan değişimlerin incelenmesi hedeflenmiştir. Yapılan paylaşımlara gelen beğenilerin çokluğu veya azlığı kullanıcıda hangi duygulara neden olduğu incelenmiştir. Instagram bir iletişim aracı olarak kitlesel bir platformdur (Çakmak ve Baş, 2017, s. 79). Kullanıcının anlık ve limitsiz bir şekilde mesaj üretmesi ve yine kendisine iletilen anlık ve limitsiz mesajları okuyabilmesi bu durumu kanıtlar niteliktedir. Bireylerin sosyal medya platformlarından farklı beklentileri bulunmakla birlikte bu platformlarla ilgili farklı tercihlere ve yine bu platform üzerinden elde etmeye çalıştıkları farklı duygulara sahip oldukları söylenebilir (Huang ve Su, 2018, s. 3). Bireyin gerçek yaşantısında tanımadığı kişiler tarafından dahi beğenilmeyi istemesi bu duyguların giderilmesine yönelik olduğu söylenilebilir. Bu bağlamda bireylerin hedefleri sadece çektikleri fotoğrafları paylaşarak beğeni almanın yanı sıra aldıkları kıyafet, kozmetik ve yiyecek gibi çeşitli ürünleri paylaşarak bu ürünlerin özelliklerini diğer kullanıcılara ileterek bu sayede sürekli bir iletişim halinde bulunmaktadır (Kurtulan, 2017, s. 46). Buna ek olarak, bireylerin diğer kullanıcıların paylaştıkları fotoğraf ve videoları kendi sosyal ağlarında görüntüleyebilir ve diğer kullanıcıların fotoğraflarını beğenebilir ya da yorum yapabilir (Adler, 2017, s. 6). Bu anlamda sonsuz bir döngü oluşmaktadır. Bu döngüde kullanıcının beğenilme duygusu ve bu beğeni duygusunda birçok değişim yaşanabilmektedir.

Çalışmanın diğer bir amacı ise kullanıcıların sınıflandırmasıdır. Bu anlamda sosyal medyada yapılan paylaşımlarda beğenilme duygusunun cinsiyet ve eğitim durumuna göre değişip değişmediği incelenmiştir. Günümüzde sosyal medya platformları özellikle de Instagram gençler tarafından en önemli ortam olarak adlandırılmaktadır (Sabuncuoğlu ve Gülay, 2016, s. 112). Bunun en önemli sebeplerinden biri beğenilme duygusunda yaşanan yoğun istek olarak düşünülmektedir. Bu anlamda çalışmanın amacına yönelik olarak bilhassa üniversite öğrencileri seçilmiştir.

Bu çalışmanın amaçları arasında beğenilme duygusunu artırmaya yönelik olarak hangi stratejilerinin geliştirildiğinin incelenmesi de yer almaktadır. Sosyal medya kullanıcıları diğer sosyal ağ sitelerine oranla Instagram platformunda daha fazla vakit geçirmektedir (Sheldon ve Bryant, 2016, s. 89). Kullanıcılar sürekli aktif olan ve sonu gelmez paylaşımlarla karşı karşıyadır. En çok beğeni alan ve yorum yapılan fotoğrafların öne çıkması

pek çok kullanıcıyı beğeni alma motivasyonu ile isteklendirmektedir. Bu anlamda Instagram platformu incelendiğinde bu platformun yaygın olarak kullanılmasının yanı sıra geleneksel medyaya oranla kullanıcılara sunduğu avantajlar bireysel kullanıcıların beğeni alma isteklerini artırmak için değişik stratejiler geliştirmeye itmiştir (Kuyucu, 2016, s. 77).

Çalışmanın son amacı ise Instagram platformunda yapılan paylaşımların içeriğinin incelenmesi ve bu bağlamda beğeni ile paylaşım sıklığı arasındaki ilişkinin ortaya koyulmasıdır. Sanal ortamlarının büyük bir albeniye sahip olmasının nedeni yakın, dokunulabilir ve gerçek bir yer olmamasıdır ve kullanıcıların kendilerine yaratmış oldukları bu ortamda hayal kırıklığına yer yoktur (Robins, 2013, s. 40). Bu anlamda kullanıcının mutsuz anılarını paylaşmaktan ziyade mutlu anılarını paylaşması bu hüsrana gerçekleştirilmemesi adına yaptığı bir davranış olarak ele almak mümkündür. Buna ek olarak, bireyler kendileri için güzel olan anıları anımsayabilmek adına fotoğraf çekerler ve bu sebeple fotoğraf paylaşımı amacıyla kullanılan sosyal medya platformları hızla gelişmektedir (Mukhina ve ark., 2017, s. 2378). Kullanıcılar da bu platformu anılarını paylaşmak için kullanmaktadır. Bu yönüyle bakıldığında Instagram, daha çok mutlu anıların paylaşıldığı bir platform olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışmanın beş amacına yönelik olarak sosyal medya platformlarından olan Instagram incelenmiştir. Bu anlamda hedeflenen cevaplar sosyal medya platformlarını aktif olarak daha fazla kullandığı düşünülen 18-25 arası üniversite öğrenciler üzerinden yapılan anket ve ölçümlerle aranmaya çalışılmıştır.

ÖNEM

Bu çalışmanın literatüre ve daha sonra yapılacak çalışmalara katkı sağlaması bakımından dört öneme sahiptir. Bu anlamda önemler şu şekilde sıralanabilir: sosyal medyanın ve bu çalışmanın bağlamında Instagram platformunun anlaşılması, kullanıcıların etkinliğinin anlaşılması, yapılan paylaşımların beğenilme duygusu ile olan ilişkisi ve beğenilme duygusuyla hareket edilirken hangi risklerin ortaya çıktığının anlaşılması bakımından önem arz etmektedir.

Web 2.0 dönemiyle birlikte bireylerin de üretici konumuna gelmesi ve ardından gelişen teknoloji ile sosyal medya araçlarının hayatımıza girmesi pek çok farklı tartışmayı gündeme koymuştur. Sosyal medya platformlarındaki kullanıcılar sadece tüketici değil aynı zamanda da üretici konumundadır (Tang ve Liu, 2010, s. 1). Kullanıcılar coğrafi olarak birbirinden birbirlerine uzak olsalar bile sosyal medya ortamlarıyla beraber ortak alanlar veya ortak bağlantılar kurabilmektedir. Sosyal medyanın hızlı gelişimi bilgi edinme ortamlarında elde edilen olanakların artmasına ve gelişen teknolojik araçların kolaylıkla taşınabilmesi ve giderlerinin azalmasına bağlı olsa dahi bu hızlı gelişimin ve popülerliğin oluşumunu; sanal grupların ve sanal ağların yaygınlaşmasına borçludur (Sepetçi, 2017, s. 21). Instagram platformu fotoğraf ve video paylaşım imkânı sunarken diğer yandan da akıllı telefonlara sunmuş olduğu filtreler aracılığıyla paylaşım yapmaya olanak sağlamaktadır (Akkaya ve ark., 2017, s. 13). Instagram platformunun olanak verdiği görüntülü, sesli paylaşım yapma imkanları kullanıcıların iletişim ihtiyacını büyük oranda sağlayabilmektedir (Üçer, 2016, s. 11). Instagram'ı diğer platformlardan ayıran özellik fotoğraf ve video paylaşımını temel olarak şekillenmesidir. Geleneksel medyanın sunmadığı birçok imkânı sunan yeni medya araçları olan sosyal medya platformları bilhassa Instagram ile farklı bir yöne doğru evrilmiştir demek yanlış olmayacaktır.

Sosyal medya ortamları, internet üzerinde yükselen ve kullanıcıların oluşturdukları sosyal ortamlar üzerinden diğer kullanıcılarla iletişime geçmesine olanak sağlayan araçlardır (Taprial ve Kanwar, 2012, s. 8). Buna ek olarak, bireylere karşılıklı iletişim imkânı sunulmakla birlikte bilgi akışına imkân vermekte ve farklı kullanıcıların aynı ortam üzerinde ortak konular çevresinde buluşmaktadır (Kuşay, 2010, s. 61). Bireyler hiç tanımadığı kullanıcılarla ortak konular aracılığıyla bir araya gelebilmektedir. Bu anlamda bir topluluktan söz etmek mümkündür. Bu toplulukların politik konular, televizyon programları gibi konuların yanı sıra ilgi çeken fotoğraf ve videolar da sosyal medyada paylaşılmaktadır (Mayfield, 2010, s. 5). Tüm bu gelişmeler hem sosyal hem de gerçek hayatta birçok değişime neden olmuştur. Bu anlamda en büyük değişimin sosyal ağlardaki kimlikler olduğu söylenilebilir. Bu nedenle sosyal hayat ve gerçek hayattaki kimlikler hususunda bir farklılıktan söz etmek mümkündür. Bu farklılıklardan en büyüğü şüphesiz Instagram platformunda kendini hissettirmektedir.

Instagram kullanıcılarına filtreme özelliği ile mükemmel fotoğraflar kareleyen birer fotoğrafçı olma olanağı vermektedir (Esen, 2018, s. 30). Her kullanıcıyı kusursuz birer fotoğrafçı haline dönüştüren bu platform kısa bir sürede 100 milyon sınırını geçerek büyük bir başarı elde etmiştir (Özutku ve ark., 2014, ss. 136-137). Bu büyük başarının nedenlerinden biri bireylerin içinde buldukları anı paylaşma durumundan ve yapılan paylaşımlara gelen beğeniler karşısında yaşadığı tatminden kaynaklanmaktadır. Beğenilerin sayısı arttıkça bireylerin paylaşım yapma sıklığı da değişmektedir çıkarımını yapmak yanlış olmayacaktır. Diğer nedenler ise kullanımının kolay olması, mesajların kısa sürede farklı kullanıcılara gönderilebilmesi ve bunları ücretsiz olarak sunmasıdır (Altunbaş ve Kul 2015, s. 415). Bu durumun yaratmış olduğu tatmin kısa sürede kullanıcıların övgülerini almıştır (Sanlav, 2014, 82). Paylaşılan fotoğrafları beğenilme ve yorum yapabileceği özelliği de sunan Instagram platformunda kullanıcılar, beğenilme ihtiyacını beslemeye başlamıştır.

Geleneksel medyadan birçok noktada ayrılan yeni medya, en büyük farkını sosyal medya araçları ile koymaktadır. Çevrimiçi ortamlarda diğer kullanıcılarla yüz yüze görüşme zorunluluğu olmaması ve bu anlamda yaşanılacak riskleri en aza indirmektedir (Sheldon, 2008, s. 68). Bu anlamda kullanıcılar tarafından sürekli ve etkin bir şekilde

tüketilmektedir. Bu bağlamda Instagram öncelikli olarak sosyalleşme aracı olarak görülmektedir ve bu anlamda sosyalleşme ortamlarını biçimlendirmeye başlamıştır (Karagülle ve Çaycı, 2014, s. 1). Kişilerin bir profil oluşturmasına, kendi fotoğraflarını, videolarını ve etkinliklerini diğer kullanıcılar ile paylaşmasına ve onların profillerini ve faaliyetlerini takip etme olanağı tanımaktadır (Çalık, 2010, s. 4). Bu olanak bireylerin beğenilme ihtiyacını da karşılamaktadır. Kullanıcıların beğenilme ve takdir edilme ihtiyacı öyle bir hal almıştır ki bireyler beğenilme ihtiyaçlarını karşılamak için tanımadıkları insanları dahi sosyal medyada arkadaş olarak kabul etmeye başlamıştır (Karaaziz ve Atak, 2013, s. 47).

Üniversite çağında olan öğrenciler sosyal medya platformlarında hatırı sayılır derecede ilgilidir. Bu anlamda bu öğrenciler bireyler beğenilme duygusunu hat safhada yaşayan kullanıcıların bulunduğu grupta yer almaktadır. Üniversite öğrencilerinin beğenilme duygusu ile hareket etmesi ve beğenilme sayısının artması için riskli olabilecek durumlara girebiliyor olması da araştırmanın bu grup üzerinde yoğunlaşması açısından önem arz etmektedir. Bu nedenle bu araştırma, Instagram platformunun özellikle üniversite öğrencilerinin günlük hayatında nasıl bir yerde olduğunu ve bu platformun beğenilme duygusunu nasıl etkilediği üzerinde durmaktadır. Bu anlamda bu grup üzerinde araştırma yapmak hem sorunun tespiti hem de çözüm bulunması hususunda önem taşımaktadır. Sosyal medya ve Instagram platformu üzerine yapılan araştırmalar oldukça sınırlıdır. Ayrıca araştırmanın Anadolu Üniversitesi özelinde ve belirli bir gruba odaklanarak ele alınması ve bu grubu üniversite öğrencilerinin yani sosyal medyaya en fazla hâkim olan ve yoğun olarak kullanan kitleyi kapsaması literatüre katkı sağlaması açısından önemlidir.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Bu araştırmanın temelini Kullanımlar ve Doymalar kuramı oluşturmaktadır. Kuram Psikolog Katz ve Blumler (1974)'in araştırmalarına dayanmaktadır. Kitle iletişim araçları araştırmalarını genel anlamda bireyin etkin veya edilgen olduğu durumlara göre iki farklı yönde olduğu söylemek mümkündür. Bu anlamda 1960'lı yıllardan önce medyanın kısa vadeli etkilerini ölçen ampirik çalışmalar, 1960'lı yıllarla beraber uzun vadeli etkilerini araştıran ve eleştirel yaklaşımlar olarak tanımlanan araştırmalar yaygınlaşmıştır (Yumlu, 1994, s. 50). Medyanın güçlü olduğunun kabul edildiği dönemlerde izleyicilerin medya tarafından iletilen mesajları direkt olarak aldığı düşünülürken Kullanımlar ve Doymalar yaklaşımı ile medyanın aksine asıl gücün izleyici de olduğu ortaya koyulmuştur (Yaylagül, 2014, s. 20).

Psikolog Katz ve Blumler (1974) medyanın insanlara ne yaptığı sorusu üzerine yoğunlaşan iletişim araştırmalarını tersine çevirip insanlar medya ile ne yapıyor sorusunun cevabını aramak üzere çalışmalar yapmıştır. Bu anlamda Kullanımlar ve Doymalar yaklaşımı bağlamında iletişim araçları incelenmiş ve bireylerin hangi ihtiyaçlarını doyuma ulaştırdığı ve bu anlamda ne gibi kazanımlar elde ettiği incelenmiştir (Üksel, 2015, s. 2). Bu kuram temel anlamda Katz ve Blumler'in (1974) araştırma ve araştırma sonucunda elde ettiği analizlere dayanmaktadır. İzler kitleyi edilgen konumdan alıp etken konuma yücelten bu yaklaşım, bireyin hangi doyuma ulaşacağına kararını yine bireyin kendisinin karar verdiğini ileri sürmektedir (Lull, 2001, s. 197). Bu anlamda medya etkilerinden ziyade izleyici etkilerini araştırılmaya başlanmıştır. Bu bağlamda medyanın etkisinin olup olmadığına alıcı konumundaki bireyler karar verebilmekte ve yine bu araçların etkili olarak nitelendirilmesi için bireyin bazı ihtiyaçlarını karşılayabilmesi ve gereksinimlere cevap vermesi gerekmektedir (Gökçe, 2003, s. 205). Bu anlamda kitle iletişim araçlarının ve günümüz bağlamında yeni medya araçlarının bireyin isteklerine göre şekillendiği söylenilebilir.

Bireylerin medya araçları ile olan ilişkilerini genel anlamda ihtiyaç kavramı ile temellendirmek mümkündür (Mutlu, 2005, s. 93). Yeni medya araçlarının da bireylerin gereksinimlerini karşılaması ve bu anlamda da birçok insanın ihtiyacına doyum sağladığı söylenilebilir. İnsanlar medyayı ihtiyaçlarını beslemesi yani doyum sağlamak amacıyla etkin bir şekilde kullanmaktadır (Lull, 2001, 127). Bu anlamda özellikle 2000'li yıllarla birlikte Kullanımlar ve Doymalar yaklaşımı kullanılarak yeni medya araçları bağlamında birçok araştırmaya imza atılmıştır (Alikılıç, 2011, s. 46).

Yeni medya ortamlarının sunmuş olduğu olanaklarla bireyin sağlayabileceği gereksinimler kafa dağıtma, toplumsal yarar, kişisel kimlik ve gözetim olarak isimlendirilebilir (Gezgin, 2018, s. 128). Bu ihtiyaçlarla birlikte bireyin günlük problemlerden geçici bir sürede olsa uzaklaşabilmesi, bilgi edinebilmesi, kendi profilini oluşturarak bir kimlik oluşturabilmesi ve diğer kullanıcıların etkinliklerini ve paylaşımlarını takip edebilmesi konusunda bir yarar sağladığı söylenilebilir.

Bu çalışmada Kullanımlar ve Doymalar yaklaşımından yararlanılarak sosyal medya mecralarından olan Instagram platformu incelenmiştir. Bu bağlamda teoride sözü edilen ve yukarıdaki sayfalarda da bahsedilen kafa dağıtma, kişisel kimlik ve gözetim boyutları bağlamında açıklanmıştır. Kullanıcılar etkindir ve insanlar medyayı gereksinimlerine göre sosyal medyanın sunduğu olanaklar arasından seçerek doyum elde edebilir (Balcı ve Ayhan, 2013, 178). Elbette her birey aynı ihtiyaçlara sahip değildir ve bu anlamda da medyayı aynı şekilde kullanmayacaklardır. Nitekim, bu farklılıklar yeni medya araçlarının da farklı sebeplerle ve farklı biçimlerde kullanılmasına neden olmaktadır (Koçak, 2012, s. 44). Bu durum sosyal medya ortamlarının sunduğu olanakların farklılaşmasına ve bireylerin gereksinimlerine göre şekillenen birçok mecranın yayıma başlamasına neden

olmuştur. Bu anlamda Instagram platformunun sunmuş olduğu olanaklar arasından kafa dağıtma, kişisel kimlik oluşturma ve gözetim boyutları değerlendirilmiştir.

Kafa dağıtma boyutu noktasında bireylerin sosyal medyada geçirdiği vakitler ve sosyalleşme bağlamında ne gibi etkinliklerden yaralandıkları incelenmiştir. Gündelik yaşamın zorlu ve sıradan olarak görülmesinin tersine sosyal medya dünyası adeta bir “kaçış olgusu” (Lull, 2001, s. 130) olarak görülmektedir. Renkli ve eğlenceli bir sanal hayat olarak karşımıza çıkan sosyal medya kişilerin eğlenme ihtiyacını karşılama noktasında önemli bir yere sahiptir. Bu anlamda bireyin eğlence odaklı paylaşımlara daha fazla yöneldiğini söylemek yanlış bir sonuç olmayacaktır.

Kişisel kimlik boyutu bağlamında bireylerin sosyal medyada oluşturdukları profiller incelenmiş ve gerçek hayat ile sanal hayat arasındaki farklar ve bu farklılıkların nedenleri ve sonuçları ortaya konulmuştur. Yapılan araştırmalar ve elde edilen analizlerle birlikte geleneksel medyaya oranla hem içerik bağlamında hem de seçimler noktasında birçok şansı olduğu görülmektedir (Ayhan ve Çavuş, 2014, s. 36). Bu olanaklardan en büyüğü şüphesiz kullanıcının kendine ait bir profil oluşturması ve bu profili diğer kullanıcılara sunmasıdır.

Gözetim boyutu konusunda ise bireyin platform üzerinde kimler tarafından takip edildiği ve yine bireyin kimleri takip ettiği incelenmiştir. Yeni medyanın görüntülü ve sesli iletişim olanaklarını sunması ile bireylerin gereksinimleri yoğun bir şekilde karşılanmaktadır (Güngör, 2011, s. 110). Bu olanaklarla beraber kullanıcılar diğer kullanıcıları gözetmekte ve onların etkinliklerini görebilmektedir.

Yukarıda sıralanmış olan boyutlar Instagram platformunda ne kadar karşılanmaktadır ve bu boyutların bireyin beğenilmek, takdir edilmek noktasında ne kadar doyum sağladığı incelenmiştir. Sosyalleşme, bireyin kendine bir kimlik yaratması ve bunu sosyal medyada diğer kullanıcılarla paylaşması ve diğer kullanıcıların paylaşımlarını, etkinliklerini vb. inceleyebilmesi boyutları ele alınarak bütün bu boyutların sosyal medyadaki beğenilme duygusuna olan etkisi bağlamında incelenmiştir.

LİTERATÜR TARAMASI

Araştırma konusu ile ilgili literatüre bakıldığında yapılmış birçok araştırma bulunmaktadır. Bu araştırmalardan ilkinin Sadık ve Tezcan (2018) sosyal medya konusunda yapmıştır. Araştırmacılar Spor Fakültesinde eğitim gören öğrencilere odaklanmışlardır. Öğrencilere araştırmacılar tarafından geliştirilen kişisel bilgiler formu, Kaşıkara ve Doğan (2017) tarafından geliştirilen Beğenilme Arzusu ölçeği uygulanmıştır. Araştırma 301 üniversite öğrencisine uygulanmıştır. Araştırma bağlamında Spor Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin Facebook, Twitter ve Instagram platformlarındaki beğenilme istekleri okunulan bölüm, boy, cinsiyet, internet kullanım süresi gibi değişkenler bağlamında incelenmiştir.

Araştırmanın bulgularına bakıldığında beğenilme arzusunun genel ortalaması oldukça yüksek çıkmıştır. Araştırma cinsiyet açısından anlamlı farklılıklar görülmemiştir. Öte yandan fakülteadaki bölümler anlamında, boy farklılıkları, internet kullanım sürelerine göre de bir farklılık gözlemlenmemiştir. Araştırma bağlamında incelenen platformlardan Facebook’un hem kullanım süresi hem de paylaşım sıklığı bağlamında en çok kullanılan sosyal ağ sitesi olduğu saptanmıştır. Öğrencilerin beğenilme arzularının kullandıkları sosyal ağlara göre değıştiği ancak cinsiyet, boy, kullanım süresi, kayıtlı olunan bölüm gibi değişkenler açısından anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Araştırma sosyal medya platformlarını kullanan gençlere odaklanmış olması ve bu bağlamda kullanıcıların beğenilme isteklerini incelemesi bakımından yapılan araştırma için kaynak sağlaması bakımından önemlidir. Bu bağlamda Facebook, Twitter ve Instagram platformlarının incelenmiş olması da bu araştırmanın odaklandığı Instagram platformu noktasında bir karşılaştırma yapılması için yarar sağlayacaktır. Öte yandan çalışmanın üzerinden iki yıl geçmiş olması değışen veya değışmeyen olguların karşılaştırılması bakımından da oldukça değerlidir.

Araştırmalardan ikincisi Nacakcı (2018)’nin Instagram platformu üzerine yaptığı çalışmadır. Araştırmacı sosyal medyanın narsist kişilikleri oluşturduğunu ve beslediğini ortaya koymuştur. Araştırmadaki profiller içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Bu anlamda Instagram platformu üzerinden en fazla takipçiye sahip olan on kişi içinden üç kişi örneklem olarak seçilmiştir. Bu ünlü kişiler Danla Bilic, Enes Batur Surtekin ve Orkun İştirmek’tir. Kullanıcıların paylaştıkları özçekim fotoğrafları bireysel ve diğer kişilerle fotoğraflar açısından, araçsal açıdan ve mekânsal açıdan incelenmiştir. Bu bağlamda incelenen kişilerin profilleri narsisizm bağlamında gözlemlenmiştir. Araştırmanın bulgularına bakıldığında incelenen üç profilin de erişiminin herkese açık olduğu ve bu nedenle de mahremiyet ve gizlilik bakımından ters düşüldüğü görülmüştür. Tüm profillerde paylaşılan fotoğraflar filtreleme yöntemi kullanılarak paylaşılmıştır. Öte yandan hastagh özelliğinin kullanılması daha çok kişiye ulaşma anlamında kullanılmıştır. Fotoğraflarda narsisizm ön plana çıktığı ve bunun fotoğraflar aracılığıyla yapıldığı saptanmıştır. Abartılı fotoğraf paylaşımları, fotoğrafın içeriğinde bulunan araçlar ve fotoğrafın çekildiği mekanlar açısından tüketim açısından lüks odaklı olması, gösterişin ön planda olması, bireyin yüceltilmesi, popüler obje kullanımı ve fotoğrafların filtrelenerek kusursuzlaştırılması ile narsisizmin ön planda olduğu gözlemlenmiştir.

Araştırma Instagram platformuna odaklanmış olması nedeniyle bu çalışma açısından önemlidir. Öte yandan çalışmanın en çok takip edilen kişileri merkeze alması bu kişilerin fotoğraflarının incelenmesi araştırma bakımından kaynak oluşturacaktır. Popüler objeler kullanılarak çekilen fotoğrafların hastagh yöntemi kullanılarak daha çok kullanıcıya ulaşmak istenmesinin beğenilmek ve göz önünde olmak çabasıyla kaynaklandığı

saptanması da araştırmanın inceleme konusu olan beğenilme isteğinin açıklanması bakımından değerlidir. Çalışmanın inceleme konusu olan ünlülerin kullandığı yöntemlerin bu araştırmanın odaklandığı gençler bağlamında değerlendirilmesi bakımından önemli bir noktadır.

Araştırmalardan üçüncüsü Yayla (2018)'nin sosyal medya kullanımı üzerine yaptığı araştırmadır. Araştırmacı bu bağlamda Instagram üzerine odaklanmıştır. Güzel Sanatlar Fakültesinde eğitim gören 151 öğrenci üzerinde anket çalışması uygulanmıştır. Araştırmacı Instagram kullanımında hangi faktörlerin etkili olduğunu ortaya koymaya çalışmıştır. Çalışmada Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımı bağlamında sosyal medya kullanımı incelenmiştir. Bu bağlamda Instagram platformunun kullanımında 9 faktörün etkili olduğu ortaya konmuştur.

Araştırmanın bulgularına bakıldığında odaklanılan gençlerin büyük bir çoğunluğu interneti orta düzeyde güvenli bir ortam olarak görmektedir. Öğrenciler internete cep telefonu yoluyla girmekte ve günde 5 saatin üzerinde vakit geçirdiklerini ifade etmişlerdir. Bunun yanı sıra öğrencilerin büyük bir çoğunluğu interneti sosyal medyaya girme amacıyla kullandığı belirtilmiştir. Bu bağlamda Instagram platformuna girme sürelerini 1-2 saat olarak ortaya konmuştur. Öğrenciler, Instagram platformunun kullanımını arkadaşlarının paylaşımlarını takip etmek olarak belirtmiştir. Buna ek olarak Instagram platformunun kullanımını bakımından 9 ana faktörün etkili olduğu belirtilmiştir. Bu faktörler, eğlence, sosyal kaçış, bilgi edinme, kişisel gelişim, arkadaşlık, sosyalleşme, ekonomi, takip etme ve kişisel sunumdur. Instagram kullanımında cinsiyet ve yaş bakımından anlamlı bir farklılık ortaya konmamıştır.

Araştırma Instagram platformuna odaklanması bakımında bu çalışma için önem arz etmektedir. Bunun yanı sıra üniversite öğrencilerini merkeze alması ve bu bağlamda Kullanımlar ve Doyumlar kuramını kullanmış olması bakımından da önemlidir. Öte yandan elde edilen bulguların Instagram platformunun kullanım amaçlarını ortaya koymuş bu çalışmanın da odak noktasını açıklama noktasında kaynak sağlayacaktır. Buna ek olarak araştırmanın ortaya koyduğu sonuçlar bağlamında da karşılaştırma yapılması bakımından oldukça önemlidir.

Araştırmalardan dördüncüsü Alioğlu (2016)'nin sosyal medya kullanımı üzerine yaptığı çalışmadır. Araştırmacı bu çalışmada sosyal medyanın duygusal tatmin aracı olarak kullanılmasını incelemiştir. Araştırmanın odak noktası olan üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım sıklıkları ve sosyal medya mecralarının kullanarak elde edilen duygusal doyumlar araştırılmıştır. Araştırma Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımı temel alınmış ve bu bağlamda İletişim Fakültesinde okuyan 225 birinci sınıf öğrencisine anket yöntemi kullanılarak uygulanmıştır.

Araştırmanın bulgularına bakıldığında üniversite öğrencilerinin yarısından fazlası sosyal medyayı 3-5 yıldan fazla bir süredir aktif olarak kullanmaktadır. Buna ek olarak öğrenci topluluğuna üye olan öğrencilerin sosyal medyayı daha aktif şekilde kullandığı belirlenmiştir. Araştırmada sosyal medyanın bazı duygularını tatmin etme ve doyum sağlama bakımından kullanıldığı ortaya konulmuştur. Bu doyumlar bakımından öğrencilerin kullanım nedenleri arasında ileti paylaşmak, arkadaşlarla ilgili haber okumak, fotoğraf paylaşmak, eski arkadaşları bulmak ve yer bildiriminde bulunmak olarak gösterilmiştir. Bu bağlamda kullanım nedeni arasında arkadaşlarla ilgili haber okumak en çok işaretlenen neden olarak ortaya konmuştur. Bunun yanı sıra öğrenciler, sosyal medyada iletişim kurmayı daha rahat bir şekilde yaptıklarını belirtmişlerdir.

Araştırmanın sosyal medya platformlarına ve bu platformdan elde edilen doyumlara odaklanmış olması bu çalışmanın da merkeze aldığı konu bakımından kaynak oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra araştırmanın Kullanımlar ve Doyumlar kuramını temel almış olması ve üniversite öğrencilerine odaklanması bu çalışma bakımından önemlidir. Buna ek olarak araştırmanın sosyal medyayı duygusal tatmin aracı olarak nasıl kullanıldığını açıklaması dolayısıyla kaynak sağlamaktadır. Öte yandan araştırmanın sonucunda elde edilen bulguların bu çalışmanın sonunda elde edilmiş bulgularla karşılaştırılması bakımından da oldukça önemlidir.

Araştırmalardan beşincisi Horzum (2015)'un Facebook üzerine odaklandığı çalışmadır. Araştırmacı bu çalışmada Facebook platformu ve bu platformdaki beğenilme güdüsünü incelemeye almıştır. Araştırma olgubilim araştırması olarak ortaya çıkmış ve bu bağlamda beğen butonunu işlevini merkeze almıştır. Araştırmacı çalışma bağlamında beğenilme güdüsünün artması için başvuru yolları ve bu bakımdan ortaya çıkan hilelere de değinmiştir.

Araştırmanın bulgularına bakıldığında Facebook platformunun beğenilme güdüsünü ne derece tetiklediği ortaya konulmuştur. Bu bağlamda Facebook platformunun başkaları tarafından sevilme ve kabul edilme isteğine doyum sağlama bakımından oldukça önemli ve tercih edilen bir platform olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bakımdan özellikle ergenler ve genç yetişkinler bağlamında daha fazla olduğu öne sürülmüştür. Buna ek olarak hatırı sayılır çoğunlukta gençler akranları tarafından sevilip sevilme gibi konuları Facebook platformunda yaptığı paylaşımlara gelen yorum ve beğeni sayılarına göre düşünmektedir. Öte yandan çalışmada, yaş ilerledikçe beğen butonu itibar, saygınlık, takdir edilme gibi güdülerin beslenmesini sağlamaktadır denilmiştir. Bu bakımdan Facebook ve bu platformdaki beğen butonu beğenilme güdüsünü besleyen sihirli bir düğme olarak karşımıza çıkmaktadır.

Araştırmanın sosyal medya platformlarından birine odaklanması bu çalışma bakımından oldukça önemlidir. Öte yandan Facebook platformundaki beğenilme güdüsüne odaklanması da bu çalışmanın odaklandığı konu bakımından kaynak sağlamaktadır. Bunun yanı sıra beğenilme isteğinin yaş ilerledikçe farklı anlamlara geliyor olması bu çalışmanın merkeze aldığı gençler bağlamından da oldukça büyük bir öneme sahiptir. Araştırmanın sonucunda elde edilen bulgulara bakıldığında Facebook platformunda elde edilen doyumların bu çalışmanın

inceleme mecrası olan Instagram platformu ile karşılaştırılması açısından kaynak sağlamıştır. Araştırmanın nitel araştırma yöntemi ile yapılması da nicel araştırma yöntemi seçilen bu araştırma bakımından farklılıkları önemlidir. Araştırmalardan altıncısı Büyükbaykal ve Temel (2019)'in sosyal medyaya odaklandığı çalışmadır. Araştırmacılar bu çalışmada toplumda yaşanan değişimleri sosyal medya kullanımı üzerinden incelemiştir. Bu bağlamda lisede eğitim gören 80 öğrenci ile yüz yüze görüşmeler yapmışlardır. Gençlerin sosyal medya ile olan ilişkilerini ve medyayı kullanma motivasyonları ortaya konuşmuştur. Araştırmada Kullanımlar ve Doyumlar kuramı temel alınmıştır.

Araştırmaların bulgularına bakıldığında gençlerin en fazla Instagram platformunu kullandıkları gözlemlenmiştir. En az kullanılan platform ise Snapchat olarak belirtilmiştir. Gençlerin sosyal medya kullanım motivasyonları 40 madde altında sorulmuş ve bu bağlamda günün stresinden kurtarıyor, neşelendiriyor, sıkıldığında zamanın geçmesine yardım ediyor, şehrimde ve dünyada neler olduğunu öğrenebiliyorum, beni ilgilendiren konularda bilgi sahibi oluyorum, fotoğraf yayımlayabiliyorum ve tanıdıklarımla karşılıklı iletişim kurabilmemi sağlıyor şıkları en fazla işaretlenen şıklar olduğu görülmüştür. En az işaretlenen şıklar arasında ise ücretsiz tanıtım yapabiliyorum, yalnız kalmıyorum, yapacak daha iyi bir şeyim yok, uyuşukluktan kurtarıyor ve hareket sağlıyor şıkları görülmektedir. Bu bakımdan sosyal medya kullanım motivasyonlarının bilgilene ve etkileşim en çok işaretlenen şık olarak karşımıza çıkarken gözetim en az işaretlenen şık olarak ortaya konmuştur.

Araştırmanın sosyal medya kullanım motivasyonlarına odaklanması ve bu bağlamda gençleri merkeze alması bu çalışma anlamında önemli bir kaynak oluşturmaktadır. Öte yandan araştırmanın bulgularına bakıldığında gençlerin en fazla Instagram platformunu kullandığı saptanmıştır. Bu sonuç da bu çalışmanın odaklandığı konu olması bakımından önemlidir. Araştırmanın lisede eğitim gören gençlere odaklanmış olması bu çalışmanın merkeze aldığı üniversite öğrencileri ile kıyaslanması bakımından da değerlidir. Araştırma bağlamında Kullanımlar ve Doyumlar kuramının temel alınmış olması da bu çalışmanın kuramsal temeli bakımından önem taşımaktadır.

Araştırmalardan yedincisi Aslan (2019)'in sosyal medya platformlarından Instagram üzerine odaklandığı çalışmadır. Araştırmacı genç kullanıcıları merkeze alarak İletişim Fakültesinde okuyan öğrenciler üzerine bir anket araştırması yürütmüştür. Araştırmaya katılan öğrencisi sayısı 210 kişidir. Bu bağlamda Kullanımlar ve Doyumlar kuramı temel alınmış ve bu anlamda öğrencilerin Instagram platformunu kullanarak hangi motivasyonlara ulaştığı öğrenilmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın bulgularına bakıldığında ankete katılan öğrencilerin hepsinin Instagram platformunu her gün kontrol ettiği ve neredeyse yarıya yakınının birden fazla hesabı olduğu belirlenmiştir. Ankete katılan yüksek lisans ve lisans öğrencileri arasında ve fakültenin bölümleri arasından anlamlı farklılıklar ortaya konulmuştur. Öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun 300'den az takipçisi bulunmaktadır ve yarısından fazlası Instagram platformunu hikaye paylaşmak için kullanmaktadır. Öğrencilerin takip ettiği sayfaların genellikle şahsi sayfalar olduğu görülmektedir. Bu bağlamda öğrencilere neden Instagram kullandığı sorulduğunda yarısından fazlası birtakım toplumsal ve psikolojik ihtiyaçları giderdiğini düşündüğü için kullandığını belirtmiştir. Öte yandan öğrenciler, Instagram platformunda daha eğlenceli vakit geçirdiklerini ve bu bağlamda kişinin yalnızlığını giderdiğini söylemişlerdir. Bu anlamda gençlerin bu platformda belli başlı doyumlara ulaştığını söylemek mümkündür.

Araştırmanın sosyal medya mecralarından Instagram platformuna odaklanması bu çalışma açısından önemli bir kaynak oluşturmaktadır. Öte yandan araştırmanın Kullanımlar ve Doyumlar kuramını temele alması ve bu bağlamda üniversite öğrencilerinin Instagram platformu üzerinden elde ettiği doyumları açıklaması bu çalışmanın da odaklandığı konu bakımından önemlidir. Araştırmanın fakültenin farklı bölümlerine ve eğitim seviyelerine odaklanması bu çalışmanın odaklandığı bölüm ve eğitim seviyesi ile karşılaştırılması bakımından oldukça önemlidir.

Araştırmalardan sekizincisi Baritci ve Fidan (2018)'in sosyal ağlara odaklandığı çalışmadır. Araştırmacı kullanıcıların sosyal medya ortamlarında sunduğu kimlikleri Black Mirror dizisinin bir bölümünden örneklerle incelemiştir. Bu bağlamda çalışmada kullanıcıların benlik sunumları, mahremiyet ve beğenilme arzusu ile açıklanmıştır. Black Mirror dizisinin Nosedive bölümü örneklem olarak seçilmiş ve göstergebilim yöntemiyle incelemeye alınmıştır. Dizinin araştırmaya uygun olan kısımları incelemeye alınmış ve bu bağlamda bireyin beğenilme arzusuna doyum sağlamak amacıyla ne gibi etkinlikler yaptığı ve nihayetinde ne gibi kötü sonuçlar elde ettiği açıklanmıştır.

Araştırmanın bulgularına bakıldığında dizinin bölümünde herkesin belirli puanlara sahip olduğunu ve hayatını bu puanlara göre yaşadığını görmekteyiz. Bu bağlamda başroldeki karakterin puanını yükseltmek ve daha kaliteli bir hayat sürmek için bazı stratejiler geliştirdiği belirtilmiştir. Araştırmacı benzer bir durumun özellikle gençlerin sosyal ağlarda oluşturduğu profillerde de yaptığını da söylemiştir. Bu anlamda çalışmada fotoğraf, durum güncellemeleri ve videolara yoluyla sanal bir benlik yaratılmakta ve bu benlik kusursuz bir şekilde oluşturulmaktadır şeklinde belirtilmiştir. Dizinin sonunda başroldeki karakter hapse girmiştir, kontrol noktasından geçerken lensini çıkarması istenmiştir ve karakter ancak o zaman gerçek dünyayı görmeye başlamıştır. Araştırmacı bu durumun hayatın teknolojik araçlarla dünyayı anlamlandırma çabaları yüzünden olduğu belirtmiş ve ancak lensler çıkarıldığında gerçek hayatın gözlemlenebileceğini eklemiştir.

Araştırmanın sosyal medya ortamlarındaki beğenilme isteğini distopik bir dizi olan Black Mirror üzerinden anlatmış olması bu çalışmanın konusu bağlamında önemli bir kaynak oluşturmaktadır. Öte yandan dizideki

karakterin beğenilme uğruna yapmış olduğu stratejiler ve almış olduğu riskler de bu çalışma anlamında önemlidir. Bu bağlamda araştırmanın gerçek dünya ile sanal dünyada sunulan kimliklerin ne derece farklılaştığını açıklaması da bu çalışmanın konusu bağlamında önem arz etmektedir.

Araştırmalardan dokuzuncusu Kavut (2018)'un sosyal medya platformlarından olan Instagram üzerine yaptığı çalışmadır. Araştırmacı sosyal medya kullanıcılarının bu mecralarda oluşturmuş olduğu profilleri incelemiş ve bu durumu benlik sunumu kuramı ile açıklamıştır. Bu bağlamda üniversite öğrencileri merkeze alınmış ve derinlemesine görüşme yöntemiyle sonuçlar ortaya konulmuştur.

Araştırmanın bulgularına bakıldığında derinlemesine görüşmeye katılan 10 öğrenciye sorular sorulmuştur. Bu anlamda öğrencilerin Instagram platformunu arkadaşlarını takip etmek, bu platformu merak ettiği için ve herkes kullandığı için kullandığı gözlemlenmiştir. Öğrencilerin neredeyse hepsi hesaplarının her zaman açık olduğunu ve bildirim geldiği kontrol ettiklerini belirtmişlerdir. Instagram hangi sayfaları takip ediyorsunuz sorusuna öğrenciler, öncelikli olarak arkadaşlarını takip ettiklerini söylemişlerdir. Paylaşılan fotoğrafların genellikle kişisel fotoğraflar olduğu söylenmiştir. Paylaşımlarınız benliğinizi yansıtıyor mu sorusuna yalnızca iki öğrenci hayır diye cevap vermiştir. Instagram platformunu yeni bir kimlik oluşturur mu sorusuna bütün öğrenciler evet diye cevap vermiştir. Bu bağlamda öğrencilerin daha önceki sorulara hayır cevabı verseler dahi bütün cevaplar incelendiğinde Instagram platformunda hiçbir öğrencinin kendilerini gerçek hayatta olduğu gibi göstermedikleri sonucuna varılmıştır.

Araştırmanın sosyal medya mecralarından Instagram platformuna odaklanması bu çalışmanın da merkeze aldığı konu bağlamından önemli bir kaynaktır. Araştırma bağlamında üniversite öğrencileri ile çalışma yapılması bu çalışmanın da örneklem olarak aldığı kişiler bağlamında önemlidir. Öte yandan araştırmaya dahil olan öğrencilerle derinlemesine inceleme yönteminin kullanılması bu çalışmanın yöntemi olan anket ile karşılaştırılması anlamında büyük bir öneme sahiptir. Instagram platformunun kullanım nedenlerinin ortaya konulması ve bu anlamda bu mecralarda oluşturulan profillerin incelenmesi bu çalışma bakımından oldukça önemlidir.

Araştırmalardan sonuncusu Erdem ve Kaya (2019)'nın Instagram platformu üzerine odaklandığı çalışmadır. Araştırmacı bu platformda oluşan görülme ve beğenilme arzusunu kullanıcı bakış açısından incelemeye almıştır. Bu bağlamda Gazetecilik bölümünde okuyan birinci ve dördüncü sınıf üniversite öğrencilerini örneklem olarak seçmiş ve bu bağlamda oluşturulan sosyal medya profillerini gözlemlemiştir.

Araştırmanın bulgularına bakıldığında Instagram platformunu birinci sınıf öğrencilerinin dördüncü sınıf öğrencilerinden daha aktif bir şekilde kullandığı ortaya konulmuştur. Bu bağlamda Instagram platformunu neden kullandıkları sorulduğunda birinci sınıf öğrencileri arkadaşlarının paylaşımlarını takip etmek olarak belirtirken dördüncü sınıf öğrencilerinin hem arkadaşlarının takip etmek hem de paylaşım yapmak için kullandığını belirtmiştir. Bu anlamda birinci sınıf öğrencilerinin gözetim için, dördüncü sınıf öğrencilerinin hem gözetim hem de beğenilme kaygısı güttüğü ortaya konulmuştur. Paylaşım yaparken kendinizi kısıtlıyor musunuz sorusuna her iki grubun da yarısından fazlası genellikle şeklinde cevap vermiştir. Instagram platformunda aldığımız beğenileri önemsiyor musunuz sorusuna yine iki grubun da yarısından fazlası evet cevabını vermiştir. Bu anlamda yapılan paylaşımlarda beğenilmenin önemli olduğu gözlemlenmiştir. Kötü yorumları siliyor musunuz sorusuna birinci sınıf öğrencilerinin yarısı evet derken dördüncü sınıf öğrencilerin de bu oran daha fazla olarak belirtilmiştir. Bütün sorular bağlamında her grupta bulunan öğrencilerin de gözetim, gözetleme ve beğenilme arzularının en üst noktada olduğu ortaya konulmuştur.

Araştırmanın Instagram platformuna odaklanması ve bu bağlanma bu mecradaki profilleri inceleyerek beğenilme isteklerini ortaya koyması bu çalışmanın merkezini oluşturan konu anlamında önemli bir kaynaktır. Öte yandan örneklem olarak üniversite öğrencilerinin seçilmiş olması ve bu öğrencilerin farklı sınıflardan belirlenmiş olması bu çalışmanın örneklemine oluşturan kişiler bağlamında benzerlik ve farklılıkların ortaya konulması açısından da oldukça önemlidir.

YÖNTEM

Çalışma kapsamında literatür taraması ve alan araştırması yapılmıştır. Çalışmanın uygulama bölümünde Hayır (2019)'ın makale çalışmasına ait anket soruları Google Dokümanlar yoluyla öğrencilere iletilmiştir. Öğrenciler rastgele örnekleme yöntemiyle seçilmiştir.

Problem:

Sosyal medya ortamları içinde en fazla kullanıcıya sahip mecralardan biri olan Instagram platformunda bireylerin yaptığı paylaşımlar, beğenilme duygusunu ne kadar etkilemektedir?

Alt Problemler:

- 1- Öğrencilerin Instagram platformu üzerinden yaptığı paylaşımlar ve beğenilme isteği eğitim seviyesine göre değişmekte midir?
- 2- Öğrencilerin Instagram platformu üzerinden yaptığı paylaşımlar ve beğenilme isteği cinsiyete göre değişmekte midir?

- 3- Öğrenciler Instagram platformu üzerinden yaptığı paylaşımlara gelen beğenileri artırmak için bir yol izlemekte midir?
- 4- Öğrencilerin Instagram platformu üzerinden yaptığı paylaşımlara gelen beğenilere göre paylaşım sıklığı artmakta mıdır?

Araştırma Modeli:

Çalışmada nicel araştırma teknikleri kullanılmıştır ve bu bağlamda ilişkisel tarama modeli uygulanmıştır. Örneklem olarak seçilen öğrencilere anket yoluyla sorular sorulmuştur. Anketlerde katılımcıların cinsiyet, eğitim gördüğü sınıf gibi demografik soruların yanı sıra 5'li Likert tipte hazırlanmış 5 ana başlık altında 18 sorudan oluşan ifadeler yer almaktadır.

Evren:

Araştırmanın evrenini Anadolu Üniversitesi'nde örgün öğretim gören 41.199 öğrenci oluşturmaktadır. Ancak bu kadar fazla sayıda kişiye ulaşmak hem maliyet hem de zaman açısından çok zor olması sebebiyle üniversite bünyesinde yer alan fakültelerin içinden örneklem alma yoluna gidilmiştir.

Örneklem:

Araştırmanın örneklemini Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Basın ve Yayın bölümünde eğitim gören toplam 132 öğrenci oluşturmaktadır.

Veri Toplama Aracı:

Çalışma için Hayır (2019)'ın makalesine ait anket soruları kullanılmıştır. Anket formunda katılımcıların öğrenim düzeyi ve cinsiyetine ilişkin demografik özelliklere ek olarak, 5'li Likert tipi hazırlanmış ve 6 ifadeden oluşan sosyal medya kullanım nedenleri ve 18 ifadeden oluşan Sosyal Medyada Beğeni Alma Motivasyonu Ölçeği yer almaktadır. Buna ek olarak ankete katılan öğrencilerin sosyal medyada paylaşım yapma sıklığı ve sosyal medyada geçirilen zamanla ilgili sorular da mevcuttur.

Veri Analizi:

Verilerin analizinde frekans, ortalama ve yüzdelik sisteminden yararlanılmıştır. Yapılan analizlerin sonuçları Microsoft Office Excel aracılığıyla ortaya konulmuştur.

Varsayımlar:

Çalışmada belirtilen sınırlar içinde seçilen örneklem evreni temsil etmektedir. Bu bağlamda bu küme genelleşebilir, geçerli ve güvenilir yeterliliğe sahiptir. Buna ek olarak çalışmada kullanılan araştırma araçları geçerli ve güvenlidir.

Sınırlılıklar:

Çalışmanın uygulama aşaması Anadolu Üniversitesi öğrencileri ile sınırlıdır. Bu bağlamda, anket yöntemiyle Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Basın ve Yayın bölümünde eğitim gören 132 öğrenciye uygulanmıştır. Buna ek olarak çalışmanın sosyal medya üzerine odaklanması ve bu bağlamda Instagram platformunu merkeze alması nedeniyle Instagram kullanmayan bireyler dışarıda tutulmuştur.

Tanımlar:

Gözetim: Gözetim, gözetme eylemidir. Genellikle hukuk terimi olarak tanımlanmaktadır. Sosyal medyanın varlığıyla beraber kullanıcılar tarafından diğer kullanıcıların faaliyetlerini izlemek olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışma kapsamında gözetim, kullanıcının sosyal medyadaki diğer kullanıcıların profillerini izlemesi ve takip etmesi olarak tanımlanmıştır.

Sosyal Medya: Sosyal medya, kullanıcılara bilgi, fotoğraf, video, düşünce gibi etkinliklerin paylaşılmasına imkân tanıyan çevrimiçi araçlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışma bağlamında sosyal medya özellikle Instagram platformu üzerinden tanımlanmıştır.

Beğenilme: Beğenilme bireylerin sevilme ve diğer kişiler tarafından kabul görülmesi noktasında önemli bir konudur. Bu durumun sosyal medyadaki yansımaları ise beğen butonu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu anlamda beğenilme, çalışma bakımından Instagram platformundaki beğen butonu olarak tanımlanmıştır.

Profil: Profil, sözlük anlamıyla insan yüzünün yandan görünüşü anlamına gelmektedir. Sosyal medya platformlarının hayatımıza girmesiyle beraber bu platformlarda oluşturulan hesaplara da profil adı kullanılmaktadır. Çalışma bağlamında profil, Instagram platformunda oluşturulan hesaplar olarak tanımlanmıştır.

BULGULAR

Bu bölümde ankete katılan öğrencilerin demografik özellikleri, Instagram'a giriş ve paylaşım sıklığı, kullanılan cihaz, Instagram kullanım nedenleri ve beğeni almaya yönelik görüşlere ilişkin betimleyici istatistiklere yer verilmiştir.

Katılımcıların Demografik Özellikleri

Ankete katılan öğrencilerin cinsiyete göre dağılımı Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1. Öğrencilerin Cinsiyete Göre Demografik Dağılım Tablosu

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Kadın	63	47,73	47,72
Erkek	69	52,27	52,27
Toplam	132	100,0	100,0

Tablo 1 incelendiğinde, ankete katılan öğrencilerin %47,73'ünü kadın öğrenciler, %52,27'sini ise erkek öğrenciler oluşturmaktadır.

Ankete katılan öğrencilerin eğitim gördükleri sınıflara göre dağılımı Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2. Öğrencilerin Eğitim Gördükleri Sınıflara Göre Demografik Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
1.Sınıf	31	23,48	23,48
2.Sınıf	34	25,76	25,76
3.Sınıf	32	24,24	24,24
4.Sınıf	35	26,52	26,52
Toplam	132	100,0	100,0

Tablo 2 incelendiğinde ankete katılan öğrencilerin %23,48'ini 1.sınıf, %25,76'sını 2.sınıf, %24,24'ünü 3.sınıf ve %26,52'sini 4.sınıf öğrencileri oluşturmaktadır.

Betimleyici İstatistikler

Bu bölümde ankete katılan öğrencilerin Instagram platformundaki paylaşım sıklıkları ve bu platforma giriş sıklıkları, platforma giriş için kullanılan cihaz, sosyal medya kullanım nedenlerine ilişkin 6 soruluk anket ve beğeni almaya yönelik görüşlerine ilişkin 5 alt başlıktan oluşan 18 soruluk anket ve anketlerin analizleri yer almaktadır. Ankete katılan öğrencilerin Instagram platformundaki paylaşım sıklıkları Tablo 3'te yer almaktadır.

Tablo 3. Öğrencilerin Paylaşım Sıklığına İlişkin Frekans ve Yüzdeler Tablosu

Paylaşım Sıklığı	Frekans	Yüzde
Her Saat	2	1,52
Her 6 Saatte Bir	3	2,27
Her 12 Saatte Bir	6	4,55
Her 24 Saatte Bir	11	8,33
Günde Bir Defa	34	25,76
Her 2-3 Günde Bir	47	35,61
Her Haftada Bir	19	14,39
Her 15 Günde Bir	7	5,30
Her Ayda Bir	3	2,27
Toplam	132	100,0

Tablo 3 incelendiğinde öğrencilerin en fazla her 2-3 günde bir (%35,61), günde bir defa (%25,76) ve her haftada bir (%14,39) paylaşım yaptıkları gözlemlenmiştir. Diğer seçeneklerin oranı daha azdır. Günde birden daha seyrek paylaşım yapanların oranının (%57,57), günde bir veya günde birden daha sık paylaşım yapanların oranından (%42,43) daha fazla olduğu görülmüştür.

Ankete katılan öğrencilerin Instagram platformuna giriş sıklıklarına ilişkin frekans ve yüzdeler dağılımı Tablo 4'te yer almaktadır.

Tablo 4. Öğrencilerin Instagram'a Giriş Sıklığına İlişkin Frekans ve Yüzdeler Tablosu

Giriş Sıklığı	Frekans	Yüzde
Her Dakika	3	2,27
Her 3-5 Dakikada	9	6,82
Her 5-10 Dakikada	14	10,61
Her 20-30 Dakikada	26	19,70

Her 30-40 Dakikada	19	14,39
Her 40-50 Dakikada	21	15,91
Her 1 Saatte	23	17,42
Her 2-3 Saatte	10	7,58
Her 4-5 Saatte	7	5,30
Toplam	132	100,0

Tablo 4 incelendiğinde öğrencilerin en fazla her 20-30 dakikada (%19,70), her 1 saatte (%17,42), her 40-50 dakikada (%15,91) ve her 30-40 dakikada (%14,39) Instagram platformuna giriş yaptıkları görülmüştür. Öğrencilerin Instagram'a bir saatten daha sık sürelerde giriş yapma oranının (%69,70), her bir saat veya bir saatten daha seyrek giriş yapma oranından (%30,30) daha fazla olduğu gözlemlenmiştir.

Ankete katılan öğrencilerin Instagram'a girmek için kullandıkları cihazlara ilişkin frekans ve yüzdelik tablosu Tablo 5'te yer almaktadır.

Tablo 5. Instagram'a Girmek İçin Kullanılan Cihazlara İlişkin Tablo

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Masaüstü Bilgisayar	0	0	0
Tablet	1	0,76	0,76
Dizüstü Bilgisayar	3	2,27	2,27
Cep Telefonu	128	96,97	96,97
Toplam	132	100,0	100,0

Tablo 5 incelendiğinde öğrencilerin neredeyse tamamının Instagram'a girmek için cep telefonu kullandığı görülmüştür. Diğer ifadeler ise %3,03 olarak oldukça düşük bir kullanım oranına sahiptir.

Ankete katılan öğrencilerin Instagram platformunu kullanma nedenlerine ilişkin 5'li Likert tipte hazırlanmış 6 soru ve verilen cevapların ortalamaya göre analizi Tablo 6'da yer almaktadır. Ortalamalar 1 ile 5 arasında değişmektedir.

Tablo 6. Instagram Kullanım Nedenlerine İlişkin Tablo

Kullanım Nedenleri	Ortalama
Sosyal çevrem neler yapıp ettikleri konusunda haberdar olmak	4,34
Arkadaşlarının hangi konularda paylaşım yaptıklarını görmek	4,28
Sosyalleşmek, güncel gelişmeleri takip etmek	4,43
Kendim paylaşımlarda bulunmak ve beğeni almak	4,06
Hemen hemen bütün arkadaşlarım kullandığı için	3,92
Arkadaşlarının paylaşımlarından ne kadar beğeni aldığını görmek	3,70
Toplam	4,12

Tablo 6 incelendiğinde Instagram kullanım nedenleri arasında en fazla sosyalleşmek (ort. 4,43), sosyal çevreden haberdar olmak (ort. 4,34), arkadaş paylaşımlarını gözetmek (ort. 4,28) ve beğeni almak (ort. 4,06) olduğu gözlemlenmiştir. Arkadaşlarının paylaşımlarından ne kadar beğeni aldığını görmek (ort. 3,70) ifadesinin ise en olumsuz görüş olduğu görülmüştür. Instagram platformunu kullanım nedenleri olarak verilen altı ifadenin ortalaması ise 4,12 olarak ortaya konmuştur.

Ankete katılan öğrencilerin Instagram platformunda beğeni almaya yönelik düşüncelerini anlamak amacıyla 5'li Likert tipte hazırlanmış 7 soru ve analizlerinin ortalaması Tablo 7'de yer almaktadır. Ortalamalar 1 ile 5 arasında değişiklik göstermektedir.

Tablo 7. Instagram'da Beğeni Almaya Yönelik Görüşlere İlişkin Tablo

Beğeni Almak	Ortalama
Paylaşımlarımın beğeni alması benim için çok önemli.	3,58
Selfie fotoğraflarımın çok beğeni alması benim için çok önemli.	3,51
Bir şey paylaşırken beğeni alıp almamasına dikkat ederim ve çok beğeni alabileceğim paylaşımlarda bulunurum.	3,35
Kıyafetlerimi fotoğraf çektireceğim yerlere göre ayarlarım ki beğeni alabileyim.	3,28
Beğeni almak amacıyla farklı yerlere seyahatte bulunurum ve hemen sosyal medyada paylaşıyorum.	2,91
Çok beğeni alabilmek için enteresan şeyler bulup paylaşıyorum.	3,07

Çok beğeni alabileceğim bir fotoğraf için hayati tehlikeyi göze alırım.	2,04
Toplam	3,10

Ankete katılan öğrencilerin beğeni alma ile ilgili duygularını anlamak amacıyla 5’li Likert tipte hazırlanmış 3 soru ve analizlerinin ortalaması Tablo 8’de yer almaktadır. Ortalamalar 1 ile 5 arasında değişiklik göstermektedir.

Tablo 8. Instagram’da Beğenilmenin İçsel İstek Bakımından Analiz Tablosu

İçsel İstek	Ortalama
Paylaşımlarımın beğeni alması beni çok mutlu ediyor, kendimi daha iyi hissediyorum.	3,83
Sık sık profil fotoğrafımı değiştiririm, bu fotoğraflarımın çok beğeni alması psikolojik olarak beni iyi hissettiriyor, kendime olan özgüvenimi artırıyor.	3,46
Beni beğeneni ben de beğenirim, beni beğenmeyi ben de beğenmem.	3,71
Toplam	3,66

Ankete katılan öğrencilerin beğeni alma isteklerinin sosyal çevre bakımından incelenmesi amacıyla 5’li Likert tipte hazırlanmış 4 soru ve analizlerinin ortalaması Tablo 9’da yer almaktadır. Ortalamalar 1 ile 5 arasında değişiklik göstermektedir.

Tablo 9. Instagram’da Beğenilmenin Sosyal Çevre Bakımından Analiz Tablosu

Sosyal Çevre	Ortalama
Günümüzde yaşadığımız çevrede, ortamda beğenilmek ve kabul görmek sosyal medyada çok ve az beğeni almakla ölçülmektedir.	3,27
Yakın arkadaşlarımın özellikle selfie fotoğraflarından ne kadar beğeni aldığına dikkat ederim, kendiminkiyle kıyaslarım.	2,87
Instagram’daki arkadaş ve takipçilerden kimin düzenli olarak paylaşımlarıma beğeni yaptığına veya hiç yapmadığına dikkat ederim.	3,47
Paylaşımlardan yakın arkadaşlarımın çok benim ise az beğeni almam beni mutsuz eder, çok alanı kıskanırım.	3,11
Toplam	3,18

Ankete katılan öğrencilerin beğeni alma isteklerini Instagram platformunun özelliği üzerinden incelenmesi amacıyla 5’li Likert tipte hazırlanmış 3 soru ve analizlerinin ortalaması Tablo 10’da yer almaktadır. Ortalamalar 1 ile 5 arasında değişiklik göstermektedir.

Tablo 10. Instagram’da Beğenilmenin İçsel İstek Bakımından Analiz Tablosu

Mecranın Özelliği	Ortalama
Instagram’ın beğeni özelliği olmasaydı, bu sanal sosyal platform benim için bu denli enteresan olmazdı. Belki de kullanmazdım.	2,87
Paylaşımların beğeni özelliği ile değerlendirmeye tabi olması doğru bir uygulama değildir. Çünkü bu durum psikolojimi etkilemektedir.	2,74
Beğenisiz bir sosyal medya ortamını anlamsız buluyorum.	3,21
Toplam	2,94

Ankete katılan öğrencilerin beğeni alma isteğinin önemsiz olarak görülüp görülmediğini anlamak amacıyla 5’li Likert tipte hazırlanmış 1 soru ve analizinin ortalaması Tablo 11’de yer almaktadır. Ortalamalar 1 ile 5 arasında değişiklik göstermektedir.

Tablo 11. Instagram’da Beğenilmenin Önemsizliği

Önemsizlik	Ortalama
Paylaşımlarımın çok veya az beğeni alması önemsiz.	2,72
Toplam	2,72

İstatistiksel Analizler

Öğrencilerin Instagram platformunda beğeni almaya yönelik görüşlerinin cinsiyet ve eğitim görülen sınıflara gördüğü sınıflara dağılımını anlamak amacıyla frekans ve ortalama yöntemine başvurulmuştur. Analizler Tablo 12 ve Tablo 13’te yer almaktadır.

Tablo 12. Cinsiyete Göre Instagram'da Beğeni Alma İsteği

	Cinsiyet	Frekans	Ortalama
Beğeni Almak	Kadın	63	3,24
	Erkek	69	2,96
	Toplam	132	3,10
İçsel İstek	Kadın	63	3,81
	Erkek	69	3,51
	Toplam	132	3,66
Sosyal Çevre	Kadın	63	3,39
	Erkek	69	2,97
	Toplam	132	3,18
Mecranın Özelliği	Kadın	63	3,04
	Erkek	69	2,84
	Toplam	132	2,94
Önemsizlik	Kadın	63	2,39
	Erkek	69	3,05
	Toplam	132	2,72

Tablo 12 incelendiğinde kadınların beğeni almak (ort. 3,24), içsel istek (ort. 3,81), sosyal çevre (ort. 3,39) ve mecranın özelliği (ort. 3,04) alt başlıklarına erkeklere göre daha olumlu yaklaştığını görülmüştür. Erkeklerin ise yalnızca önemsizlik (ort. 3,05) alt başlığına kadınlardan daha olumlu görüş bildirdiği gözlemlenmiştir.

Tablo 13. Eğitim Görülen Sınıflara Göre Instagram'da Beğeni Alma İsteği

	Sınıf	Frekans	Ortalama
Beğeni Almak	1.Sınıf	31	3,12
	2.Sınıf	34	3,07
	3.Sınıf	32	3,12
	4.Sınıf	35	3,09
	Toplam	132	3,10
İçsel İstek	1.Sınıf	31	3,85
	2.Sınıf	34	3,72
	3.Sınıf	32	3,61
	4.Sınıf	35	3,46
	Toplam	132	3,66
Sosyal Çevre	1.Sınıf	31	3,48
	2.Sınıf	34	3,11
	3.Sınıf	32	3,12
	4.Sınıf	35	3,01
	Toplam	132	3,18
Mecranın Özelliği	1.Sınıf	31	3,24
	2.Sınıf	34	3,03
	3.Sınıf	32	2,71
	4.Sınıf	35	2,78
	Toplam	132	2,94
Önemsizlik	1.Sınıf	31	2,47
	2.Sınıf	34	2,37
	3.Sınıf	32	2,96
	4.Sınıf	35	3,08
	Toplam	132	2,72

Tablo 13'e bakıldığında 1.sınıf öğrencilerinin beğeni almak (ort. 3,12), içsel istek (ort. 3,85), sosyal çevre (ort. 3,48) ve mecranın özelliği (ort. 3,24) alt başlıklarına diğer sınıflarda eğitim gören öğrencilere göre daha olumlu yaklaştığını görülmüştür. Bu dört alt başlıkta en olumsuz görüş bildiren 4.sınıfta eğitim gören öğrencilerin ise yalnızca önemsizlik (ort. 3,08) alt başlığına diğer sınıflardan daha olumlu görüş bildirdiği gözlemlenmiştir. 2. ve 3.sınıfta eğitim gören öğrenciler, bütün alt başlıklarda ortalamaya yakın olarak analiz edilmiştir.

Ölçeğin Geçerlilik ve Güvenirliği

Ölçeğin güvenilirliği Cronbach Alpha yöntemiyle hesaplanmış ve katsayısı .91 olarak verilmiştir. Güvenirlik kabul sayısı olan .70 katsayısının üstünde olması ölçeğin geçerli ve güvenilir olduğunu ortaya koymuştur (Tablo 14).

Tablo 14. Ölçeği Güvenirliği

	Cronbach Alpha	N
Beğeni Alma Motivasyonu Ölçeği	.913	18

YORUMLAR

Bu çalışmada Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımı bağlamında üniversitede eğitim gören gençlerin sosyal yaptığı paylaşımların beğenilme duygusuna olan etkisi Instagram platformu üzerinden incelenmiştir. Çalışmanın odaklandığı konu bağlamında beğenilme isteği cinsiyetler ve eğitim görülen sınıf ayrımları üzerinden paylaşım sıklıkları, platforma giriş sıklıkları, sosyal medya kullanım nedenleri ve beğeni alma, içsel istek, sosyal çevre, mecranın özelliği ve önemsizlik alt başlıkları altında analiz edilmiştir.

Elde edilen verilere göre araştırmanın problemleri incelendiğinde aşağıdaki yorumlar yapılmıştır.

1- Araştırmanın temel problemi olan sosyal medya ortamları içinde en fazla kullanıcıya sahip mecralardan biri olan Instagram platformunda bireylerin yaptığı paylaşımlar, beğenilme duygusunu ne kadar etkilemektedir sorusuna yönelik olarak katılımcılara sosyal medya kullanım nedenleri sorulmuş (Tablo 6) ve bu nedenler arasında beğenilme amaçlı paylaşım yapanların ortalamasının (4,06) oldukça yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Öte yandan 5 ana başlık altında toplam 18 soru üzerinden çıkan sonuçlar incelendiğinde de beğeni alma isteklerinin (3,10) ortalama üstü olduğu görülmüştür.

2- Araştırmanın alt problemlerinden ilki olan öğrencilerin Instagram platformu üzerinden yaptığı paylaşımlar ve beğenilme isteği eğitim seviyesine göre değişmekte midir sorusuna yönelik olarak öğrencilere beş ana başlıktan oluşan ve toplam 18 sorudan oluşan ifadeler verilmiştir. Bu ifadelerin eğitim görülen sınıflara göre dağılımı (Tablo 13) analiz edilmiş ve sonuçlar incelendiğinde büyük farklılıklara rastlanmamıştır. Öte yandan 1.sınıfta eğitim gören öğrencilerin önemsizlik alt başlığı ortalaması (2,47) haricinde diğer dört başlıkta da ortalamasının üstünde olduğu görülmüştür. Bu anlamda eğitim görülen sınıfların sıralama olarak olmasa bile 1.sınıftan 4.sınıfa doğru gidildikçe beğeni alma isteklerinde düşüş gösterdiği gözlemlenmiştir.

3- Araştırmanın alt problemlerinden ikincisi olan öğrencilerin Instagram platformu üzerinden yaptığı paylaşımlar ve beğenilme isteği cinsiyete göre değişmekte midir sorusuna yönelik olarak öğrencilere verilen ifadeler cinsiyetlere göre incelenmiştir. Bu ifadeler incelendiğinde (Tablo 12) önemsizlik alt başlığı ortalaması (2,39) haricinden diğer dört başlıkta da ortalamasının üstünde olduğu görülmüştür. Öte yandan erkeklerin önemsizlik alt başlığı ortalaması (3,05) haricinde diğer dört başlıkta da genel ortalamasının altında olduğu gözlemlenmiştir. Bu bağlamda kadın kullanıcıların beğeni alma isteklerinin erkek kullanıcılara göre daha fazla olduğu ortaya konmuştur.

4- Araştırmanın alt problemlerinden üçüncüsü olan öğrenciler Instagram platformu üzerinden yaptığı paylaşımlara gelen beğenileri artırmak için bir yol izlemekte midir sorusuna yönelik olarak beğeni alma (Tablo 7) ifadelerine yer verilmiştir. Öğrencilere beğeni almak için izledikleri yolları anlayabilmek amacıyla kıyafet seçimi (3,28), seyahat (2,91), enteresan şeyler (3,07) ve tehlikeli durumlar (2,04) gibi konuları içeren ifadeler verilmiştir. Bu ifadelerin kıyafet seçimi (3,28) haricinde diğer ifadelerin genel ortalama altında olduğu ortaya konmuştur. Bu başlık altındaki ifadelerin genel ortalaması (3,10) analiz edilmiştir. Bu bağlamda ortalama bir değer elde edilmiştir.

5- Araştırmanın alt problemlerinden sonuncusu olan öğrenciler Instagram platformu üzerinden yaptığı paylaşımlara gelen beğenilere göre paylaşım sıklığı artmakta mıdır sorusuna yönelik olarak öğrencilere paylaşım sıklıkları sorulmuş ve öğrencilerin %57,57'sinin günde birden daha seyrek şekilde paylaşım yaptığı analiz edilmiştir. Öğrencilerin Instagram'ı beğeni amacıyla kullanma (Tablo 6) ortalaması (4,06) oldukça yüksek olsa dahi öğrencilerin yarısından fazlasının günde birden daha seyrek paylaşım yaptığı görülmüştür. Bu bağlamda paylaşımların çok sık olmasa bile bu paylaşımların beğenilmek amacıyla yapıldığı ortaya konmuştur. Öte yandan paylaşım oranlarını günde bir defa olarak ifade eden kişilerin oranı (%25,76) az değildir. Bununla birlikte beğeni alma isteği cinsiyet anlamında kadınlarda, eğitim görülen sınıf anlamında ise 1.sınıfta okuyan öğrencilerde daha fazla olduğu saptanmıştır.

Tüm bu analizler sonucunda öğrencilerin Instagram platformunu bir beğeni ortamı olarak gördüğü ve bu platformda kadınlar ve 1.sınıf öğrencilerinin beğeni alma isteklerinin daha fazla olduğu gözlemlenmiştir. Bu anlamda öğrencilerin bu platformda bir doyum elde ettikleri ortaya konmuştur. Öte yandan öğrencilerin Instagram platformunda paylaşım sıklığının günde birden daha seyrek (%57,57) olsa dahi platforma giriş sıklıklarının (Tablo 4) oranının her bir saatten daha kısa sürelerde (%69,70) olduğu görülmüştür. Bu anlamda öğrencilerin Instagram'ı hem kendi hesaplarını hem de sosyal çevrelerini (Tablo 9) kontrol etmek amacıyla kullandıkları gözlemlenmiştir. Öğrenciler Instagram platformunda elde ettikleri beğenilme doyumunu içsel istek (Tablo 8) olarak tanımlamıştır. Bu anlamda öğrencilerin beğenilmenin onları mutlu ettikleri (3,83) ve paylaşımlarını beğenen kişileri beğendikleri (3,71) görülmüştür. Instagram platformunda beğenilme durumunu mecranın bir özelliği (Tablo 10) olarak

görüldüğü kısmen ifade edilmiştir. Bu anlamda Instagram'da beğeni butonu olmasa kullanılmayacak öğrenci ortalaması (3,21) yüksek olarak analiz edilmiştir.

SONUÇ

Yeni medya araçları ile hayatımıza giren sosyal medya platformları bireyin birçok ihtiyacını doyuma ulaştırmaktadır. Bu doyumlar içinde gözetim, gözetlenme, sosyalleşme ve beğeni gibi birçok başlık bulunmaktadır. Bu çalışmanın odaklandığı ve araştırmalar sonucunda ortaya koymuş olduğu gibi kullanıcıların birçoğu beğenilme ihtiyacını sosyal medya platformlarından karşılamaktadır. Bilhassa gençler ve çalışmanın odaklandığı üniversite öğrencileri bağlamında düşünüldüğünde beğenilme isteği Instagram platformunda oldukça yüksektir.

Çalışma sonucunda beğeni amaçlı paylaşım yapma (Tablo 6) ortalamasının (4,06) oldukça yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Kullanıcılar Instagram platformundan beğeni alma amaçlı paylaşımlar yapmaktadır. Buna ek olarak paylaşım yaparken birtakım durumlar gözetilmektedir. Bu durumlar arasında kıyafet seçimi (3,28), seyahat (2,91) ve ilginç şeyler bulup paylaşma (3,07) gibi başlıklar yer almaktadır. Kullanıcılar yaptıkları paylaşımlara gelen beğeniler sonucunda kendilerini daha iyi hissettiklerini (3,83) ve bu durumun özgüvenlerini artırdığını (3,46) ifade etmişlerdir. Beğeni artırma amaçlı olarak hayati tehlikeyi göze alma durumlarının (2,04) oldukça düşük olduğu saptanmıştır. Ancak öğrenciler beğeni almak için yukarıda da sözü edilen kıyafet seçimi, seyahat ve ilginç şeyler bulup paylaşma ifadelerine oldukça olumlu yaklaşmışlardır. Bu durum öğrencilerin fotoğraf paylaşma ve beğeni alma amaçlı hareket ettiklerinin göstergesidir. Öğrenciler beğenisiz bir sosyal medya ortamını anlamsız bulmaktadır (3,21).

Araştırma ve elde edilen sonuçlara bakıldığında Instagram platformu beğeni alma amaçlı kullanılmaktadır. Bu durumun özellikle kadın ve 1.sınıfta eğitim gören öğrencilerde daha fazla olduğu saptanmıştır. Buna göre beğenilme isteğinin Instagram platformu ile bir derece de olsa giderildiği gözlemlenmiştir.

KAYNAKÇA

- Adler, N. (2017). *Who posts selfies and why?: personality, attachment style and mentalization as predictors of selfie posting on social media*. [Doktora Tezi, City University of New York] Academic Works. https://academicworks.cuny.edu/gc_etds/2301
- Akbayır, Z. (2016). Bana bir hikâye anlat: Marka iletişimde hikayeleşme ve internet. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 3(12). 68-69.
- Akkaya, D., Akyol, T., Şimsek, A. ve Gölbaşı, G. (2017). Sosyal medya reklamcılığında tüketici algılarının tutum, davranış ve satın alma niyeti üzerine etkisi. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 39(2). 12-15.
- Alikılıç, Ö. A. (2011). *Halkla ilişkiler 2.0 sosyal medyada yeni paydaşlar, yeni teknikler*. Efil yayınevi.
- Alioğlu, N. (2016). Duygusal tatmin aracı olarak sosyal medya kullanımı üzerine bir alan araştırması. *Beykent Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 9(2). 1-27.
- Altunbaş, F. ve Kul, M. (2015). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı alışkanlıklarının ölçülmesi: Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi örneği. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, 51(2). 414-423.
- Aslan, Ö. (2019). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında Instagram kullanımı üzerine bir inceleme. *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 6(13). 41-65.
- Aslan, A. ve Ünlü, D. (2016). Instagram fenomenleri ve reklam ilişkisi: Instagram fenomenlerinin gözünden bir değerlendirme. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 3(2). 41-65.
- Ayan, G. (2016). *Tüketim kültürü bağlamında kimlik inşasının sosyal medya kullanımı: Instagram örneği*. (Yayın no: 437000) [Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Ayhan, B. ve Çavuş, S. (2014). İzleyici araştırmalarında değişim: kullanım ve doyumlardan bağımlılığa. *Selçuk İletişim Dergisi*, 8(2). 32-60
- Balcı, Ş. ve Ayhan, B. (2013). Üniversite öğrencilerinin internet kullanımı ve doyumları üzerine bir saha araştırması. *Selçuk İletişim Dergisi*, 5(1). 174-197.
- Barıtcı, F. ve Fidan, Z. (2018). Sosyal ağlarda benlik sunumuna dair bir distopya: Black Mirror dizisi örneği. *İstanbul Üniversitesi İletişim Bilimleri Dergisi*, 54(1). 37-63.
- Bennett, S. (2010). *Civil discovery of social networking information*. SCBennet-Sw. L. Rev.
- Binark, M. (2007). *Yeni Medya Çalışmaları*. Dipnot Yayınları.
- Bilgili, C. ve Şener, G. (2013). *Sosyal medya ve ağ toplumu: kültür, kimlik ve siyaset*. Grafik Tasarım Yayıncılık.
- Boyd, D. M. ve Ellison, N. B. (2007). Social network sites: definition, history and scholarship. *Journal of computer-mediated communication*, 13(1). 210-230.
- Boztepe, H. (2014). *Halkla İlişkiler ve İlişki Yöntemi*. Derin.
- Büyükbaykal, C. ve Temel, G. (2019). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında sosyal medya kullanımı ve gençlik. *International Journal of Cultural and Social Studies*, 5(2). 434-447.

- Çakmak, V. ve Baş, Ü. (2017). Benlik sunum aracı olarak Instagram kullanımı. *Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi (UHIVE)*. 1(17). 73-83.
- Çalık, D. (2010). Yeni iletişim teknolojileri ve örgütsel iletişime yansımalar. *Ankara Üniversitesi Dergisi*. 2(5). 3-18
- Çukurluöz, Ö. (2016). *Eğitim Bilimleri Enstitüsü lise öğrencilerinin dijital bağımlılıklarının incelenmesi: Çankaya İlçesi örneği*. (Yayın no: 450084) [Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. <https://doi.org/10.17755/esosder.311314>
- Dedeoğlu, G. (2016). *Teknoloji, iletişim, yeni medya ve etik (1.bs.)*. Sentez Yayıncılık.
- Erdem, B. ve Kaya, M. (2019). Instagram’da görülme ve beğenilme arzusu: kullanıcı bakış açısından değerlendirme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 62(12). 1456-1466.
- Esen, A. (2018). *Sosyal medyada mahremiyetin ifşası Namık Kemal Üniversitesi akademisyenleri üzerine bir araştırma*. (Yayın no: 503500) [Yayımlanmış Yüksek lisans tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Gane, N. ve Beer, D. (2008). *New media: the key concepts*. Berg Publishers.
- Gerbner, G. (2005). Kitle iletişim araçları ve iletişim kuramı. E, Mutlu (der. ve çev.), *Kitle iletişim kuramları*. Ütopya yayınevi.
- Gezgin, U. B. (2012). “E-bağlantıda ol”: kişilik ve Facebook kullanımı. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. 1(18). 123-139.
- Gibbs, M., Meese, J., Arnold, M., Nansen, B. ve Carter, M. (2014). Funeral and Instagram: death, social media and platform vernacular. *Information, Communication and Society*, 18(3). 255-268.
- Gilbert, E. ve Karahalios, K. (2009). Predicting tie strength with social media. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. 4(9). 211-220. <https://doi.org/10.1145/1518701.1518736>
- Goffman, E. (2004). *Stigma: notes on the management of spoiled identity*. Simon and Schuster.
- Gökçe, O. (2003). *İletişim bilimine giriş: insanlararası ilişkilerin sosyolojik bir analizi*. Turhan Kitapevi.
- Güngör, N. (2011). *İletişim kuramları ve yaklaşımları*. Siyasal Kitapevi.
- Güzel, E. (2016). Dijital kültür ve çevrimiçi sosyal ağlarda rekabetin aktörü: digital habitus. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. 4(1). 83-103.
- Hayır, C. (2019). *Üniversite öğrencilerinin sosyal medyada beğeni alma amaçlı paylaşımlarda bulunması üzerine bir inceleme*. Asos Yayınevi.
- Horzum, I. (2015). Facebook ve beğenilme güdüsü. *International Journal of Social Sciences and Education Research*. 4(1). 1473-1486.
- Hu, Y., Manikonda, L. ve Kambhampati, S. (2014). What we instagram: a first analysis of instagram photo content and user types. *Proceedings of the Eighth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, 595-598.
- Huang, Y. T. ve Su, S. F. (2018). Motives for Instagram use and topics of interest among young adults. *Future Internet*. 10(8). 1-12.
- Işık, U. ve Topbaş, H. (2015). Facebook ve bağımlılık: medya bağımlılığı araştırması. *International Journal of Social Science*. 38(3). 319-336.
- Kahraman, M. (2010). *Sosyal medya 101: pazarlamacılar için sosyal medyaya giriş*. Mediacat Yayınları.
- Karaaziz, M. ve Atak, İ. E. (2013). Narsisizm ve narsisizmle ilgili araştırmalar üzerine bir gözden geçirme. *Nesne Psikoloji Dergisi*. 1(2). 42-58
- Karagülle, A. E. ve Çaycı, B. (2014). Ağ toplumunda sosyalleşme ve yabancılaşma. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*. 4(1). 1-9.
- Kaşıkar, G. ve Doğan, U. (2017). Beğenilme arzusu: ölçek geliştirme, güvenilirlik ve geçerlik çalışması. *MSKU Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4(2). 51-60.
- Katz, E. ve Blumler, J. G. Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*. 37(4). 509-523. <https://doi.org/10.1086/268109>
- Kavut, S. (2018). Goffman’ın benlik sunumu kuramı bağlamında sosyal medyada kimlik inşası: Instagram üzerine bir araştırma. *Nosyon: Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi*. 1(1). 1-12.
- Kırık, A.M. (2013). Sosyal medya: “sosyalleşen birey”. Kırık A.M. ve A. Büyükarıslan (Ed.). *Gelişen Web Teknolojileri ve Sosyal Medya Bağımlılığı*. Çizgi Kitap Yayınları.
- Kirschenbaum, A. (2004). Generic sources of disaster communities: a social network approach. *International Journal of Sociology and Social Policy*. 24(1). 87-102.
- Koçak, N. G. (2012). Bireylerin sosyal medya kullanım davranışlarının ve motivasyonlarının kullanım ve doyumlar yaklaşımı bağlamında incelenmesi: Eskişehir’de bir uygulama. (Yayın no: 320319) [Yayımlanmış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>

- Kurtulan, S. (2017). Popüler kültür ve sosyal medya: medya bloggerları üzerine bir saha çalışması. (Yayın no: 483119) [Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Kuşay, Y. (2010). Sosyal medyanın gücü ve uygulama örnekleri. Aydoğan, F. ve Akyüz, A. (Der.), *İkinci medya çağında internet*. Alfa Yayıncılık.
- Kuyucu, M. (2016). Instagram radyonun gizemini öldürdü mü? radyo kanalları ve radyo programcılarında instagram kullanımı. *Ulakbilge*. 4(7). 69-97.
- Logan, R. K. (2010). *Understanding new media: extending Marshall McLuhan*. Peter Lang Publishing.
- Lull, J. *Medya, iletişim, kültür*. (N. Güngör, çev.). Vadi yayınları. 125-198.
- Manovich, L. (2006). What is new media? Robert Hassa ve Julian Thomas (Ed.), *The new media theory reader*. McGraw-Hill International.
- Mayfield, A. (2010). *What is social media?*. Icrossing Book.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: the extensions of man*. McGraw-Hill.
- Mukhina, K. D., Rakitin, S., ve Visheratin, A. (2017), Detection of tourists attraction points using. *Procedia Computer Science*. 4(108). 2378-2383.
- Nacakcı, B. (2018). Sosyal medyanın inşaa ettiği narsist kişilikler: instagram hesapları üzerine bir analiz. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*. 2(1). 255-268.
- Oğuz, C. (2017). İletişim teknolojisindeki hızlı değişimin ekseninde yeni bir kavram: iletişim açlığı. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 9(18). 60-74.
- Onat, F. (2010). Bir halkla ilişkiler uygulama alanı olarak sosyal medya kullanımı: sivil toplum örgütleri üzerine bir inceleme. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Kuram ve Araştırma Dergisi*. 31(4). 103-122.
- Özutku, F., Mücahit, K. Y., Hakan, Ç., Kemal, İ., İbrahim, S. ve Yalçın, A. (2014). *Sosyal medyanın ABC'si*. Alfa Basım Yayım. 136-137.
- Robins, K. (2013). *İmaj görmenin kültür ve politikası* (N. Türkoğlu, çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Sabuncuoğlu, A., ve Gülay, G. (2016). Sosyal medyada görsel paylaşımdan reklamcılığa. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 7(15). 107-131.
- Sadık, R. ve Tezcan, N. (2018). Spor Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ve beğenilme arzusunun incelenmesi. *Spor Eğitim Dergisi. Özel Basım (1)*. 39-46.
- Sanlav, Ü. (2014). *Sosyal medya savaşları*. Hayat Yayın Grubu.
- Sarıfakioğlu, B. (2007). İnternetin toplumsal etkileri. *Elektrik Mühendisliği Dergisi*, 1(431). 54-56.
- Sepetçi, N. (2017). Sosyal medyada mahremiyet algısının çöküşü: Instagram örneği. (Yayın no: 476844) [Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Sheldon, P. (2008). The relationship between unwillingness-to-communicate and students' facebook use. *Journal of Media Psychology*. 20(2). 67-75.
- Sheldon, P. ve Bryant, K. (2016). Instagram: motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behaviour*. 4(58). 89-97.
- Tang, L. ve Liu, H. (2010). *Community detection and mining in social media*. Morgan and Claypool Publishers.
- Taprial, V. ve Kanwar, P. (2012). *Understanding social media*. Ventus Publishing Aps.
- Tarcan, B. (2015). Gençlerin Facebook Kullanımları: Almanya ve Türkiye Örneği. (Yayın no: 407776) [Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Tonta, Y. (2009). Dijital yerliler, sosyal ağlar ve kütüphanelerin geleceği. *Türk Kütüphaneciliği*. 23(4). 742-768.
- Türkmenoğlu, H. (2014). Teknoloji ile sanat ilişkisi ve bir dijital sanat örneği olarak Instagram. *Ulakbilge*. 2(4). 87-100.
- Üçer, N. (2016). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında gençlerin sosyal medya kullanımına yönelik niteliksel bir araştırma. *Global Media Journal*. 6(12). 1-26.
- Üksel, S. (2015). Kullanımlar ve doyumlar kuramı çerçevesinde sosyal medya kullanımı: Sakarya Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. (Yayın no: 393129) [Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Vural, Z. ve Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine yönelik bir araştırma. *Journal of Yasar University*, 5(20). 28-45.
- Yayla, H. M. (2018). Kullanımlar ve doyumlar bağlamında Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanımı: Instagram örneği. *Selçuk İletişim Dergisi*. 11(1). 40-65.
- Yaylagül, L. (2014). *Kitle iletişim kuramları*. (6.bs.). Dipnot Yayınları. 20-71.
- Yıldız, A. ve Demir, M. (2016). Üniversite öğrencilerinin internet ve sosyal medya kullanım amaçlarının belirlenmesine yönelik bir araştırma: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi örneği. *Sosyal Beşeri Bilimler Araştırma Dergisi*. 17(37). 18-36.
- Yumlu, K. (1994). *Kitle iletişim kuram ve araştırmaları*. Nam Basım Ltd.

Zemmels, D. (2012). Youth and new media: studying identity and meaning in an evolving media environment. *Communication Research Trends*. 31(4). 14-38.

STUDENTS' EVALUATING ART EDUCATION THROUGH DISTANCE EDUCATION DURING THE PANDEMIC PERIOD

Demirali Yaşar ERGİN

Trakya University, Faculty of Education, Educational Sciences Department (Retired), Edirne-Turkey
demiraliergin@gmail.com
ORCID: 0000-0002-1670-4083

Aylin GÜRBÜZ

Trakya University, Faculty of Education, Fine Arts Education Department, Edirne-Turkey,
aylingurbuz22@hotmail.com,
ORCID: 0000-0001-7258-199X

Gül SAKARYA

Trakya University, Faculty of Education, Fine Arts Education Department, Edirne-Turkey,
gulsakarya@trakya.edu.tr,
ORCID: 0000-0002-2377-176X

ABSTRACT

The purpose of this research is to identify the difficulties in art education at the university due to the transition from face-to-face education to distance education due to the Covid-19 outbreak. The universe of the research is the Faculty of Education Fine Arts Education Department, Conservatoire and the Faculty of Fine Arts undergraduate and graduate students in the spring term of 2020-2021. The sample consists of 715 students from this population who answered the online questionnaire.

In the research, "distance education problems" question list was used. The questionnaire consists of 13 personal information questions, and the scale consists of 68 questions in 7 sub-problem areas. The data were collected on the internet using the survey google academic. An announcement was made to the students by contacting the academicians of the relevant department. Frequency and percentages were determined in order to determine the level of the problems in the analysis of the data. t test statistical analysis was used for comparisons

According to the opinions of art education students: 1) Distance education is not successful in art teaching. 2) Face-to-face training is more effective. 3) Teachers and students have not received training regarding distance education; and they had to adapt to this new condition in the process and by experiencing it. 4) It was concluded during the distance art education that the participation of the students in courses and being prepared for these courses were not sufficient.

Keywords: Distance Education, Art Education, Pandemic, Covid-19

INTRODUCTION

1.1. Global Coronavirus (COVID-19)

A total of 27 cases of pneumonia of unknown etiology were detected in the city of Wuhan, the capital of the Hubei Province of China on 31 December 2019. Then, on January 7, 2020, the causative agent of this disease was called SARS-CoV-2 by the Chinese Center for Disease Control and Prevention because of its similarity to Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS-CoV), and the disease was called Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) by the World Health Organization (Sohrabi et al., 2020). Coronavirus (CoV) is an enveloped, single-strand RNA virus of the Coronavirinae subfamily, and has a positive polarity. Probably, the CoV genome is the largest known viral RNA (Fehr, Perlman, 2015; Li, Fan, Laivd, 2020). It was reported that it is transmitted by contact with the mucosa and by breathing the air in the same environment with a patient. Although the contagious period of the disease is not known exactly, it is considered that it can continue until the 14th day after infection. Symptoms such as cough, fever, and respiratory distress are observed in mild cases, and severe acute respiratory tract infection and mortality can be seen in severe cases (FDA, 2020).

1.2. The Pandemic Concept, Fighting Methods, and Related Problems

When the Coronavirus began to affect the world population widely, the World Health Organization declared it an international public health emergency on January 30, 2020, and then a global pandemic on March 11, 2020 (Akca, 2020). After it was declared a pandemic, a great fight began against the pandemic. During the fight against the pandemic, healthcare employees undertook the most important task, and worked devotedly, taking the risk of being infected with the disease, regardless of long working hours. Vaccinations started in the advancing period of the pandemic, and healthcare workers continued to fight with patients and vaccination. This selfless work in the fight against the pandemic was greatly admired.

Educators also had duties like healthcare employees During the pandemic process. at the beginning of the pandemic process Although it was considered that face-to-face education would be interrupted for only 3 weeks, this took much longer than expected. As in art education, it was decided to switch to distance education not to interrupt education in all fields with applied course contents; and as a result, education and training were continued by creating distance education infrastructures in institutions or by strengthening the existing ones. Also, a flexible working system was introduced to institutions to minimize contact among individuals. The mask, distance, and hygiene concepts started to gain importance in the fight against coronavirus. Because of the respiratory transmission of the disease, it became impossible to hold one-to-one and collective courses that required the student and teacher to be together, such as workshop lessons, individual instruments, and orchestra courses in art education. It became also difficult for students to reach the materials and instruments that are necessary for practice in art education.

1.3. Distance Education in the Pandemic

Distance education, which is an interdisciplinary field, started to be performed frequently with online settings with the developing information communication technologies and the spread of the internet. it has become especially necessary in the last two decades to conduct studies on different dimensions of the field in terms of developing good implementations in online distance learning (Akgün, Özberk, 2015, p. 120).

Some measures were implemented in the following days after the first case in Turkey on March 11, 2020; and the total number of cases increased to 2 on March 12, 2020. In this process, R.T. Ministry of National Education and HEB took a compulsory break from education; however, infrastructure works were done for the distance education model and legal legislation was prepared. With a subsequent decision, it was announced that the mid-term break, which was planned to start on April 6 in the normal curriculum for primary, secondary, and high schools, was taken forward, and would start as of March 16, 2020. Distance education decision was also taken for the week after the mid-term break (Ince, Evcil, 2020, p. 237; Tuba, 2020). The distance education decision continued for a long time, and although face-to-face education started gradually in other institutions for a short time, universities continued in line with the same decision in the fall semester of 2020-2021 Academic Year.

1.4. Distance Education Methods and Learning Settings with Online Tools

Distance learning with online tools can be performed in two ways the first of which is the Synchronous Education, and the other is Asynchronous Education. These methods are divided into two as one-way and two-way.

- One-Way Simultaneous Education: TV/Radio broadcast, web-based broadcast,
- Two-Way Simultaneous Education: Video conferencing, web-based conferencing, telephone conferencing,
- One-Way Asynchronous Education: Book, handouts, video and audio recording, internet,
- Two-Way Asynchronous Education: E-mails, correspondence, fax, interactive internet medium, and learning platforms (Ruippo, 2003).

Platforms such as Udemy and MasterClass provide online learning opportunities in many music education areas. Also, it is possible to argue that the platform called YouTube has been one of the most used platforms in this respect. Platforms such as the Center for Distance Education and Research (UZEM), Microsoft Teams, Perculus, and Moodle are among the platforms used widely by universities.

Distance education provides an opportunity for active communication among teachers and students, as well as an individual and collaborative working setting that is independent of many variables (Altıparmak, Kurt & Kapıdere, 2011, p. 320). Learning environments that involve online tools offer students the opportunity to access videos, presentations, and visual resources whenever and wherever convenient. Such environments also provide the opportunity to learn, repeat, and increase by communicating with each other with options such as e-mail, chat, and sharing knowledge and skills through discussions. With these systems, students who miss classes or those who want to do revision can watch the videos later.

One of the most important drawbacks of the present online learning settings is their inability to take into account the different individual characteristics of students. The fact that individuals have different personality traits, different learning styles, process information in different ways, and prefer to use different information sources cause that their learning needs also differ when they use the same environment (Riding and Rayner, 1998). These environments have been accepted by many educational institutions because they have low costs, and bring the opportunity for the instructor to provide education service independent of time and place, and the convenience in transmission (Varol & Türel, 2003). The resources presented to online learning settings vary according to the institution providing online learning opportunities. There are books, audio resources, pdf resources, visual resources, tests and assignments, video resources, and virtual/live lessons.

Music performance is naturally a simultaneous experience. In other disciplines, although many university programs face rapid transition to asynchronous online teaching, music programs seem unlikely to do so because of their synchronous nature (Dammers, 2009).

1.5. Distance Education and Art Education Applications Provided to Fine Arts Teacher Candidates during the Pandemic Period

Education is an integrated whole with all its elements; and art education is an inseparable element of social and cultural life. It is the first stage of understanding and making sense of art. The general aims of art education are learning the past and making sense of the present and the future. The way our culture is shaped and its beliefs can be grasped with all the details about the concept of art with this education (Mercin, Alakuş, 2007b, p. 17). An art education that will be provided with the right planning is an indisputable element for all individuals in the society manifesting itself through the accumulation of experiences in the individual, and appeals to everyone. Although the individual does not prefer to produce, s/he becomes a good consumer who adopts that sensitivity, does not hesitate to think, understands and supports art (Artut, 2006, p. 97). In formal education, there is a need for a planned art program to train well-equipped individuals who have verbal and numerical skills and specific creative skills. It will be inevitable to raise a generation that is beneficial to society and its culture, aware of beauties, and has a developed aesthetic perception with this training program (Akkurt, Boratav, 2018, p. 55).

With the pandemic period, in the current situation, although there are negative results in many aspect, there is an effort to turn the negative results faced in educational sense into positive outcomes by providing art education to teacher candidates in a way that can keep up with the requirements, changes, and innovations of the present age. Almost all teacher candidates receiving arts education around the world have been affected negatively by the fact that education was interrupted in schools because of the pandemic and then an unprepared distance education process was initiated. Distance art education has also become inevitable in such an extraordinary situation, which continued during the two education periods and which is expected to continue in the third term. In this process, teacher candidates have the pleasure of expressing their feelings in art works if the subject described in fine arts works in distance art education includes their life experiences. In other words, as a result of this, they can find themselves in the works of art. In such a condition, the individual's needs of creation, relaxation, and freedom of expression are covered. With this aspect, art education also undertakes the task of being a therapy, especially during this pandemic period.

“Efforts are made to elevate the human spirit, liberate people, satisfy the spiritual needs of individuals, and create a balanced, contemporary, and sensitive society at the core of the purpose and necessity of art education. Art education is a subjective and detailed field of the socio-cultural life and personal experiences of individuals” (Artut, 2006, p. 111).

It must not be forgotten that art education also provides teacher candidates with human, social, cultural, and ethical values. In distance education, art education provides advantages in line with the possibilities to cover the continuity of art education and the needs of teacher candidates such as understanding, freedom of expression, and emotional relaxation. Teacher candidates uploaded the designs they had previously made from the program and performed their applications in live lessons, which included applications such as art workshop, elective art workshop, and pattern and basic design in visual arts education to cover these requirements in the distance education process. They also worked with the techniques suitable for the materials they obtained in line with the opportunities provided. The studies of the teacher candidates were followed step by step by the instructor in live lessons. When it was considered necessary, the teacher candidates sent the images of their works to the instructor through the system.

Distance education is a form of education applied in many fields such as engineering, foreign language learning, economics, physical and social sciences, as well as various branches of art, music, painting, and photography (Özer, 1990).

Many universities provide online and mixed education opportunities at undergraduate and graduate levels in other fields of music education, especially in the field of music technologies (Sherbon & Kish, 2005).

Instructors and students must interact in an accurate way for distance education to be successful in music. According to Sherbon and Kish (2005), university administration and lecturers are responsible for providing information about the requirements of the program with regular online meetings for students during the distance education process.

It emerged as a necessity with the pandemic period to conduct art education with the distance education method. However, as a result of technological developments, music education was carried to classroom environments many years ago to increase the performance of music students with various digital resources (Tecimer, 2006).

1.6. Distance Education Activities of Fine Arts Teacher Candidates in the Pandemic Period

Teacher candidates also need artistic activities as is the case for students at all levels of art education. Distance education systems were evaluated to cover these needs during the pandemic process. Experiencing art in the field of fine arts, producing artistic products, and sharing these with activities are important in art education, as is the case in face-to-face education. These activities contribute to adapting to this period, realize the importance of interaction between art disciplines, and encourage production in the pandemic. It also supports the formation of a happy, peaceful, environmentally sensitive, and harmonious lifestyle by enabling individuals to find solutions to problems rationally and creatively, which is also among the aims of Art Education (Yolcu, 2009).

Different activities were performed with teacher candidates in the field of fine arts with distance education in the pandemic period. Some of these activities are in the scope of community service. The steps in manufacturing a product were videotaped and were then shared. Also, videos consisting of the works of teacher candidates were prepared, and art exhibitions and concerts were organized with this method. The effects of art education on the training of teacher candidates who can accurately express themselves with organized activities, establish relations between products, and question and find answers to questions are undeniable.

According to Dammers (2009), music performance necessitates synchronicity because it involves the element of playing together, and distance education is less likely to be performed asynchronously when compared to other disciplines because of the nature of the music field.

When the relevant literature was reviewed, it was seen that it was preferred that music lessons be held simultaneously with platforms such as WhatsApp, Skype, and Zoom, and it is reported that it is easier for the teacher to interfere with the student when compared to asynchronous education Aksoy, Güçlü & Nayir, 2020.

The delay in the internet connection and the disruptions in the transmission of images/sounds affect the performance of playing together negatively, especially in chamber music and similar courses, which require collective playing (Dammers, 2009).

Distance education is considered to be important especially in terms of providing access to instrument lessons for students in rural areas (King, Prior & Waddington-Jones, 2019). However, although distance education eliminates the difficulties in delivering music education to large masses, it is not adequate in providing a successful education-teaching environment when factors such as sound quality and sound transmission are considered (Orman & Whitaker, 2010).

METHOD

The purpose of this research is to identify the difficulties in art education at the university due to the transition from face-to-face education to distance education due to the covid-19 outbreak. The universe of the research is the Faculty of Education Fine Arts Education Department, Conservatoire and the Faculty of Fine Arts undergraduate and graduate students in the spring term of 2020-2021. The sample consists of 715 students from this population who answered the online questionnaire. Of the 715 university students studying art, 59.9% study Faculty of Education / Painting education. 90.6% of the participants are undergraduate (1st-4th grade) students. (Table 1)

In the research, "distance education problems" question list was used. The questionnaire consists of 13 personal information questions, and the scale consists of 68 questions in 7 sub-problem areas. The data were collected on the internet using the survey google academic. An announcement was made to the students by contacting the academicians of the relevant department. Frequency and percentages were determined in order to determine the level of the problems in the analysis of the data. t test statistical analysis was used for comparisons

FINDINGS

73.1% of the students have not received training on the use of computer programs used in distance education. 32.7% of students do not have a quiet, independent room at home that they can use for distance education lessons. 25.0% of students do not have an internet connection that they can use for distance education lessons at home (Table 1)

Table 1. Sampling Frequency Distribution

	f	%
3) Your School / Faculty / Department?	• a) Conservatoire	37 5,2
	• b) Faculty of Education / Painting education	428 59,9
	• c) Faculty of Education / Music education	152 21,3
	• d) Faculty of Fine Arts / Painting & Sculpture	98 13,7
4) Your level of education as a student?	• b) Undergraduate (1st / 2nd class)	360 50,3
	• c) Undergraduate (3rd / 4th grade)	288 40,3
	• d) Master's Degree	45 6,3
	• e) Doctorate / Proficiency in Art	22 3,1
	10) Have you taken training on the use of computer programs used in distance education?	• a) No
	• b) Yes	192 26,9
11) Do you have a quiet, independent room in your home where you can do your distance education lessons?	• a) No	234 32,7
	• b) Yes	481 67,3
12) Do you have an internet connection that allows you to do your distance education lessons at home?	• a) No	179 25,0
	• b) Yes	536 75,0
Total		715 100,0

The programs most used by students in virtual classroom education in the distance education process are as follows:

- Microsoft Teams (48,0%)
- Distance Education of the Institution (46,3%)
- Zoom (43,1%)
- Google Meet (22,5%)
- Google Classroom (13,0%)

Table 2. Programs that you used in virtual classroom education during the distance education process?

	Frequency	Percent
13 • f) Whatsapp, Telegram	395	55,2
13 • c) Microsoft Teams	343	48,0
13 • a) UZEM-Distance Education of the Institution	331	46,3
13 • b) Zoom	308	43,1
13 • h) SMS, email	230	32,2
13 • d) Google Meet	161	22,5
13 • e) Google Classroom	93	13,0
13 • i) Other	43	6,0
13 • g) Skype, Duo, Hangout, Viber	18	2,5
Total	715	100,0

The applications that are not distance education program that students use most in virtual classroom education are as follows:

- Whatsapp, Telegram (55,2%)
- SMS, email (32,2%)

In e-learning practices during the pandemic process, it is observed that teachers and / or students cannot use virtual classroom management programs specific to distance education effectively. It is understood that they use social networks and other online communication channels extensively for the purpose of distance education. (Table 2).

Problems in distance education and arts education (sub-scale average of $\mu = 0,350$) are at middle level. While interpreting the tables, it should be kept in mind that the minimum score in the scale is zero and the maximum score is one. According to the opinions of the students, the areas where distance education problems are more in art education are as follows:

- Problems related with internet and computer ($\mu=0,495$)
- Problems based on the content/acquirements of the course ($\mu=0,443$)

According to the opinions of the students, the areas where distance education problems are less in art education are as follows:

- Problems related with teacher ($\mu=0,201$)
- Problems based on the computer distance education program ($\mu=0,261$)

The distance education method used in art teaching due to the pandemic contains problems according to students' opinions (Table 3)

Table 3. Distance education problems at the subscale level

	N	Mean	Std. Deviation	Skewness	Kurtosis
14) Problems related with internet and computer	715	0,495	0,231	0,082	-0,629
16) Problems based on the content/acquirements of the course	715	0,443	0,306	0,299	-0,892
17) Problems related with students (you or your friends)	715	0,371	0,263	0,602	-0,333
Problems related with distance education	715	0,350	0,184	0,520	-0,006
19) Problems based on measurement and evaluation	715	0,329	0,271	0,664	-0,502
15) Problems based on the computer distance education program	715	0,261	0,257	0,069	-1,622
18) Problems related with teacher	715	0,201	0,236	1,313	1,094

In arts education with distance education, the problems related to internet and computer ($\mu = 0.499$ subscale average) are at high level. According to the opinions of the students, the areas in which distance education problems related to internet and computer are more in art education are as follows:

- Internet connection interruption / freezing ($\mu=0,752$)
- Poor internet connection ($\mu=0,580$)

According to the opinions of the students, the areas in which distance education problems related to internet and computer are less in art education are as follows:

- Poor image quality ($\mu=0,386$)
- Having slow working computer ($\mu=0,406$)

- Poor sound quality ($\mu=0,410$)

According to the opinions of the students, the distance education method used in art education during the pandemic period includes problems related to the internet and computer (Table 4).

Table 4. Problems related with internet and computer

	N	Mean	Std. Deviation
• d) Internet connection interruption / freezing	715	0,752	0,432
• e) Poor internet connection	715	0,580	0,494
Scale total	715	0,499	0,303
• c) Asynchronous internet connection	715	0,459	0,499
• f) Poor sound quality	715	0,410	0,492
• a) Having slow working computer	715	0,406	0,491
• b) Poor image quality	715	0,386	0,487

According to students' opinions, the distance education method used in art teaching during the pandemic period not includes utility/program based important problems (Table 5).

Table 5. Problems based on the computer distance education program

	N	Mean	Std. Deviation
• a) Capabilities of the program are very limited	715	0,262	0,440
Subscale total	715	0,261	0,257
• b) The program is not useful	715	0,260	0,439

In arts education with distance education, the problems related to content and acquisitions of the course ($\mu = 0,443$ subscale average) are at high level. According to the opinions of the students, the areas in which distance education problems related to content and acquisitions of the course are more in art education are as follows:

- Insufficient mutual communication ($\mu=0,625$)
- Being a lesson to be learned by doing ($\mu=0,615$)

According to the opinions of the students, the areas in which distance education problems related to content and acquisitions of the course are less in art education are as follows:

- Requires immediate individual feedback ($\mu=0,376$)
- Requiring physical correction of the student's action ($\mu=0,368$)
- Requiring repetition/imitation of the teacher ($\mu=0,235$)

According to the opinions of the students, the distance education method used in art education during the pandemic period includes problems related to the content and acquisitions of the course (Table 6).

Table 6. Problems based on the content/acquisitions of the course

	N	Mean	Std. Deviation
• d) Insufficient mutual communication	715	0,625	0,484
• g) Being a lesson to be learned by doing	715	0,615	0,487
• c) Being a skill-based course	715	0,484	0,500
Subscale total	715	0,443	0,306
• b) Sometimes involving a one-to-one master/apprentice relationship	715	0,396	0,489
• a) Requires immediate individual feedback	715	0,376	0,485
• e) Requiring physical correction of the student's action	715	0,368	0,483
• f) Requiring repetition/imitation of the teacher	715	0,235	0,424

In arts education with distance education, the problems related with students ($\mu = 0,371$ subscale average) are at middle level. According to the opinions of the students, the areas in which distance education problems related with students are more in art education are as follows:

- Lack of motivation ($\mu=0,698$)
- Low active participation in class ($\mu=0,551$)
- Technical inadequacy in computer and program ($\mu=0,497$)

Table 7. Problems related with students (you or your friends)

	N	Mean	Std. Deviation
• i) Lack of motivation	715	0,698	0,459
• c) Low active participation in class	715	0,551	0,498
• b) Technical inadequacy in computer and program	715	0,497	0,500
• f) Indifference	715	0,401	0,491
• k) There is no suitable physical environment (quiet room etc.)	715	0,387	0,488
Subscale total	715	0,371	0,263

• e) Not watching the lesson carefully	715	0,348	0,477
• l) Taking distance education lightly	715	0,331	0,471
• g) Turning off the camera	715	0,284	0,451
• a) Not doing the exercises	715	0,273	0,446
• d) Not being prepared for the lesson	715	0,262	0,440
• j) Arbitrariness in participating in synchronized lessons	715	0,255	0,436
• h) Not reading resources	715	0,161	0,368

According to the opinions of the students, the areas in which distance education problems related with students are less in art education are as follows:

- Not reading resources ($\mu=0,161$)
- Arbitrariness in participating in synchronized lessons ($\mu=0,255$)
- Not being prepared for the lesson ($\mu=0,262$)

According to the opinions of the students, the distance education method used in art education during the pandemic period includes problems related with students (Table 7).

In arts education with distance education, the problems related with teachers ($\mu = 0,201$ subscale average) are at low level. According to the opinions of the students, the areas in which distance education problems related with teachers are more in art education are as follows:

- Teacher explains the online lesson in a monotonous voice ($\mu=0,324$)
- Seems like not used to distance education ($\mu=0,313$)
- Insufficient technique to use the live curriculum ($\mu=0,292$)

Table 8. Problems related with teacher

	N	Mean	Std. Deviation
• e) Teacher explains the online lesson in a monotonous voice.	715	0,324	0,469
• m) Seems like not used to distance education	715	0,313	0,464
• c) Insufficient technique to use the live curriculum	715	0,292	0,455
• g) Teacher is unsuccessful to add the student to the live class	715	0,270	0,444
• a) Teacher can't motivate us	715	0,257	0,437
• l) The teacher is lack of managing virtual classroom skills	715	0,215	0,411
Subscale total	715	0,201	0,236
• h) Teacher cannot give feedback to the student	715	0,169	0,375
• d) Teacher does not use additional material (film, slide, etc.) in the live class	715	0,159	0,366
• f) Teacher does not upload enough additional material for course preparation	715	0,157	0,364
• b) Teacher does not upload enough presentations before the live class	715	0,155	0,362
• i) Teacher is unwilling	715	0,147	0,354
• j) The teacher's live class environment is not suitable	715	0,136	0,343
• k) The teacher does not turn on the camera	715	0,124	0,330
• n) Underestimates distance education	715	0,097	0,295

According to the opinions of the students, the areas in which distance education problems related with teachers are less in art education are as follows:

- Underestimates distance education ($\mu=0,097$)
- The teacher does not turn on the camera ($\mu=0,124$)
- The teacher's live class environment is not suitable ($\mu=0,136$)

According to the opinions of the students, the distance education method used in art education during the pandemic period not includes problems related with teachers (Table 8).

In arts education with distance education, the problems related with measurement and evaluation ($\mu = 0,329$ subscale average) are at middle level. According to the opinions of the students, the areas in which distance education problems related with measurement and evaluation are more in art education are as follows:

- Skill-based gains cannot be measured ($\mu=0,491$)
- They give a lot of homework ($\mu=0,484$)

According to the opinions of the students, the areas in which distance education problems related with measurement and evaluation are less in art education are as follows:

- My auditory works cannot be measured properly ($\mu=0,148$)
- Assessment with only homework is insufficient ($\mu=0,262$)

According to the opinions of the students, the distance education method used in art education during the pandemic period includes problems related with measurement and evaluation (Table 9).

Table 9. Problems based on measurement and evaluation

	N	Mean	Std. Deviation
• a) Skill-based gains cannot be measured	715	0,491	0,500
• c) They give a lot of homework	715	0,484	0,500
• d) Labor is on par with cheating homework	715	0,371	0,483
• k) The result is being evaluated, the process cannot be taken into account	715	0,364	0,481
• e) My visual works cannot be measured properly	715	0,358	0,480
Subscale total	715	0,329	0,271
• g) Objective assessment possibility is poor	715	0,326	0,469
• b) Cognitive gains cannot be measured	715	0,301	0,459
• l) Acquirements that cannot be expressed in writing cannot be measured	715	0,290	0,454
• i) Unfair results with copy in online exams	715	0,277	0,448
• h) They cannot prevent cheating in online exams	715	0,276	0,447
• j) Assessment with only homework is insufficient	715	0,262	0,440
• f) My auditory works cannot be measured properly	715	0,148	0,356

Male students are of the opinion that problems related to students are at a higher level than female students. There is no difference in other dimensions according to gender (Table 10).

Table 10. Comparison of the distance education problems experienced by art students by gender

		N	Mean	Std. Deviation	T	df	Sig. (2-tailed)
14) Problems related with internet and computer	• a) Female	546	0,502	0,230	1,321	713	0,187
	• b) Male	169	0,475	0,233			
15) Problems based on the computer distance education program	• a) Female	546	0,269	0,257	1,572	713	0,116
	• b) Male	169	0,234	0,256			
16) Problems based on the content/acquirements of the course	• a) Female	546	0,449	0,300	0,977	713	0,329
	• b) Male	169	0,423	0,324			
17) Problems related with students (you or your friends)	• a) Female	546	0,371	0,253	0,018	713	0,986
	• b) Male	169	0,370	0,294			
18) Problems related with teacher	• a) Female	546	0,210	0,238	1,870	713	0,062
	• b) Male	169	0,172	0,228			
19) Problems based on measurement and evaluation	• a) Female	546	0,338	0,267	1,648	713	0,100
	• b) Male	169	0,299	0,283			
Problems related with distance education	• a) Female	546	0,357	0,178	1,726	713	0,085
	• b) Male	169	0,329	0,201			

Visual arts students experience more problems in the dimension of "Problems related with internet and computer" compared to auditory arts students. There is no difference between the views of the two student groups in the other sub-dimensions and in total (Table 11).

Table 11. Comparison of the distance education problems experienced by visual arts students and auditory arts students

		N	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig. (2-tailed)
14) Problems related with internet and computer	Visual arts students	526	0,484	0,225	-2,290	713	0,022
	Auditory arts students	189	0,528	0,243			
15) Problems based on the computer distance education program	Visual arts students	526	0,257	0,259	-0,727	713	0,468
	Auditory arts students	189	0,272	0,250			
16) Problems based on the content/acquirements of the course	Visual arts students	526	0,441	0,295	-0,247	713	0,805
	Auditory arts students	189	0,447	0,334			
17) Problems related with students (you or your friends)	Visual arts students	526	0,373	0,254	0,472	713	0,637
	Auditory arts students	189	0,363	0,287			
18) Problems related with teacher	Visual arts students	526	0,210	0,234	1,681	713	0,093
	Auditory arts students	189	0,176	0,240			
19) Problems based on measurement and evaluation	Visual arts students	526	0,335	0,260	1,088	713	0,277
	Auditory arts students	189	0,310	0,299			
Problems related with distance education	Visual arts students	526	0,350	0,176	0,023	713	0,981
	Auditory arts students	189	0,350	0,203			

Those who do not receive education related to the distance education computer program experience more problems in all dimensions except "problems with the teacher" and "problems caused by the computer distance education program" and generally in total distance education compared to those who receive education. (Table 12)

Table 12. Have you taken training on the use of computer programs used in distance education?

		N	Mean	Std. Deviation	T	df	Sig. (2-tailed)
14) Problems related with internet and computer	• a) No	523	0,513	0,233	3,478	713	0,001
	• b) Yes	192	0,446	0,218			
15) Problems based on the computer distance education program	• a) No	523	0,270	0,257	1,506	713	0,132
	• b) Yes	192	0,237	0,255			
16) Problems based on the content/acquirements of the course	• a) No	523	0,472	0,310	4,268	713	0,000
	• b) Yes	192	0,363	0,281			
17) Problems related with students (you or your friends)	• a) No	523	0,385	0,269	2,383	713	0,017
	• b) Yes	192	0,332	0,245			
18) Problems related with teacher	• a) No	523	0,212	0,240	1,941	713	0,053
	• b) Yes	192	0,173	0,223			
19) Problems based on measurement and evaluation	• a) No	523	0,345	0,269	2,700	713	0,007
	• b) Yes	192	0,284	0,271			
Problems related with distance education	• a) No	523	0,366	0,185	3,929	713	0,000
	• b) Yes	192	0,306	0,171			

Students who do not have a quiet, independent room where they can take distance education lessons at home, experience more problems in all dimensions except teacher-related problems and in total distance education in general compared to students with silent rooms (Table 13).

Table 13. Do you have a quiet, independent room in your home where you can do your distance education lessons?

		N	Mean	Std. Deviation	T	df	Sig. (2-tailed)
14) Problems related with internet and computer	• a) No	234	0,556	0,233	5,006	713	0,000
	• b) Yes	481	0,466	0,224			
15) Problems based on the computer distance education program	• a) No	234	0,308	0,261	3,428	713	0,001
	• b) Yes	481	0,238	0,252			
16) Problems based on the content/acquirements of the course	• a) No	234	0,476	0,293	2,042	713	0,041
	• b) Yes	481	0,426	0,311			
17) Problems related with students (you or your friends)	• a) No	234	0,449	0,269	5,650	713	0,000
	• b) Yes	481	0,333	0,252			
18) Problems related with teacher	• a) No	234	0,226	0,268	1,931	713	0,054
	• b) Yes	481	0,189	0,218			
19) Problems based on measurement and evaluation	• a) No	234	0,385	0,288	3,882	713	0,000
	• b) Yes	481	0,302	0,258			
Problems related with distance education	• a) No	234	0,400	0,191	5,163	713	0,000
	• b) Yes	481	0,326	0,175			

Students who do not have enough internet connection at home to do distance education lessons experience more problems in all sub-dimensions and total scale than students who have (Table 14).

Table 14. 12) Do you have an internet connection that allows you to do your distance education lessons at home?

		N	Mean	Std. Deviation	T	df	Sig. (2-tailed)
14) Problems related with internet and computer	• a) No	179	0,617	0,221	8,536	713	0,000
	• b) Yes	536	0,455	0,220			
15) Problems based on the computer distance education program	• a) No	179	0,335	0,247	4,534	713	0,000
	• b) Yes	536	0,236	0,255			
16) Problems based on the content/acquirements of the course	• a) No	179	0,505	0,310	3,173	713	0,002
	• b) Yes	536	0,422	0,302			
17) Problems related with students (you or your friends)	• a) No	179	0,462	0,287	5,459	713	0,000
	• b) Yes	536	0,340	0,248			
18) Problems related with teacher	• a) No	179	0,261	0,279	3,955	713	0,000
	• b) Yes	536	0,181	0,216			
19) Problems based on measurement and evaluation	• a) No	179	0,416	0,288	5,073	713	0,000
	• b) Yes	536	0,300	0,259			
Problems related with distance education	• a) No	179	0,433	0,193	7,214	713	0,000
	• b) Yes	536	0,322	0,172			

CONCLUSION

According to the opinions of the art teacher candidates:

- Distance education is not successful in art teaching.
- Face-to-face training is more effective.
- Materials in art education with distance education are insufficient.
- Teachers do not know distance education.
- Participation in live lessons in distance education is low.
- Students do not prepare for the lesson.
- Students were not educated about the programs used in distance education.
- Measurement and evaluation processes in distance education are problematic.

In the present study, the opinions of students who receive art education about distance education during the Covid-19 pandemic process were discussed. It was found as a result of the study that the success levels of the distance education method in art education are quite low when compared to face-to-face education. Bennet (2010) reported in his study that music researchers demonstrated the benefits of using online video conferencing platforms to provide simultaneous music education to individuals who are far away and difficult to reach with the widespread understanding of face-to-face education in music education. However, when considered in terms of the limitations of distance education, parallel with the results obtained in this study, Dammers (2009) concluded that although some basic level acquisitions are achieved in online trumpet lessons by students, distance education is only complementary in these lessons because of the problems of simultaneity and limited visual interaction. Similarly, Brändström, Wiklund, and Lundström (2012) reported that distance education can be a complementary method for face-to-face education. However, in his study conducted with an advanced piano student, Pike (2020) reported that his student also acquired vocalization, phrasing, articulation, rhythmic and pedagogical aspects, during distance education as in face-to-face lessons, which he called “normal”. This can be interpreted as the distance education method in art education can be effective on advanced students rather than at the beginner level. On the other hand, Karahan (2016) reported that there were no significant differences between simultaneous piano education, traditional face-to-face piano education, and distance education methods in terms of success, and Okan and Arapgirli (2018) in terms of acquiring basic skills for beginner violin students. In the light of all these studies, the results obtained in the present study based on the opinions of many students studying in many different institutions and in many branches of art education show that it is not sufficient to perform art education with the distance education method.

It is also among the results of the study that teachers do not have knowledge of distance education methods. This result is in line with the studies of Sakarya and Zahal (2020), in which it was reported that teachers are not subject to any in-service training for distance violin education. In this respect, it is understood that teachers are learning distance education methods by doing and experiencing in this process.

Although it is seen that distance education has negative impacts on art students in motivation and preparation for courses, it was also found that the active participation of students in courses was low. When this is considered especially in terms of collective lessons in art education, which require performance, it is open to interpretation that students avoid performing. Also, the limitations of the access of students to digital resources can be considered as one of the reasons preventing active participation in courses. Sözen (2020) concluded that academic achievement differences will deepen because of the differences in opportunities (i.e. computer and internet access) among students from different socioeconomic environments. It is also among the remarkable results of the study that students lack the canvas, paint, instrument, music stand, etc. It seems possible that these inadequacies can be considered among the factors negatively affecting the participation of students in courses.

It was found according to the opinions of the students that they faced problems such as disconnection/freezing of the internet connection, poor internet connection, low image quality, a slow computer, and poor sound quality during distance education. Orman and Whitaker (2010) emphasized that although distance education is convenient for reaching large audiences, the sound quality has a limiting effect. King, Prior, and Waddington-Jones (2019) reported that there are limitations in communication and accompanying music in music lessons provided over Skype. According to Dammers (2009), live online community performance is not possible because of the latency that is caused by the compression and transmission of the signal.

It was revealed in terms of measurement and evaluation processes in distance art education that there are problems such as the inability to measure skill-based acquisitions and the inadequacy of homework evaluations. Performance evaluations, which came to the forefront in the evaluation of practice-based courses, may be interrupted because of the abovementioned technical and material-based disadvantages, and measurement and evaluation may face the danger of losing objectivity.

RECOMMENDATIONS

Recommendations based on the findings of the research are as follows:

- Pre-service and in-service trainings should be given to teachers on the following topics in order to adapt to new paradigms.
 - Using distance education programs
 - To prepare distance education course materials
 - Using distance education and training techniques
 - Classroom management in the distance education process
 - Measurement and evaluation techniques in distance education
 - Communication skills in virtual environments
- Face-to-face and distance education in art education should be designed as a hybrid model.
 - Activities can be performed to increase the motivation of students and teachers towards distance education.
 - The method of embezzling materials periodically can be used through institutions for students who do not have access to such materials.
 - Students can be encouraged to organize periodical artistic events, exhibitions, and concerts in the virtual environment.
 - Online masterclasses can be organized for students.

REFERENCES

- Akca, M. (2020). Covid-19'un Havacılık Sektörüne Etkisi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(4), 45-64.
- Akgun-Ozbek, E. (2015, 15 Ocak). Çevrimiçi uzaktan öğrenme: bir araştırma gündemine doğru [Kitap tanıtımı Online distance education: towards a research agenda by O. Zawacki-Richter & T. Anderson (Eds.)]. *AUAd*, 1(1), 119-128.
- Akkurt, S., & Boratav, O. (2018). Neden Sanat Eğitimi?, *Uluslararası Eğitim Araştırmacıları Dergisi*, 1(1), s. 55.
- Aksoy, Y., Güçlü, O., & Nayir, A. E. (2020). Özel müzik kurslarının pandemi sürecindeki uzaktan eğitim durumları. *Milli Eğitim Dergisi*, 49(1), 947-967.
- Altıparmak, M., Kapidere, M. ve Kurt, İ. D. (2011). E-Öğrenme ve Uzaktan Eğitimde Açık Kaynak Kodlu Öğrenme Yönetim Sistemleri. *Akademik Bilişim 11 -XIII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri Kitabı* (s. 319-327). Malatya.
- Artut, K. (2006). *Sanat Eğitimi*, 4. Baskı, Ankara: AnıYayıncılık.
- Bennett, K. W. (2010). A case study of perceptions of students, teachers and administrators on distance learning and music education in Newfoundland and Labrador: A constructivist perspective (Doctoral dissertation, Memorial University of Newfoundland).
- BRÄNDSTRÖM, S., WIKLUND, C., ve LUNDSTRÖM, E. (2012). "Developing Distance Music Education in Arctic Scandinavia: Electric Guitar Teaching and Master Classes", *Music Education Research*, 14, 4, ss. 448-456.
- Chick, R. C., Clifton, G. T., Peace, K. M., Propper, B. W., Hale, D. F., Alseidi, A. A., & Vreeland, T. J. (2020). Using technology to maintain the education of residents during the COVID-19 pandemic. *Journal of Surgical Education*.
- Dammers, R. J. (2009). Utilizing internet-based videoconferencing for instrumental music lessons. *Update: Applications of Research in Music Education*, 28(1), 17-24.
- İnce, F., Evcil, F., Y. (2020). Covid-19'un Türkiye'deki İlk Üç Haftası, *SdÜ Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 11(2), 236-241.
- Fehr AR, Perlman S. (2015). Coronaviruses: An overview of their replication and patho-genesis. *Methods Mol Biol* 2015; 1282: 1-23.
- FDA Guidance on Conduct of Clinical Trials of Medical Products during COVID-19 Pandemic. Retrieved May 10, 2020, <http://www.klinikarastirmalar.org/upload/documents/Clinical-Trial-Conduct-during-COVID-19-Direct-to-Final-3-17-20.pdf>.
- KARAHAN, Ahmet. S. (2016). "Eş Zamanlı Uzaktan Piyano Öğretiminin Geleneksel Piyano Öğretimiyle Karşılaştırılması", *Journal of Turkish Studies*, 11, 21, ss. 2
- Keswani, R. N., Sethi, A., Repici, A., Messmann, H., & Chiu, P. W. (2020). How to maximize trainee education during the coronavirus disease-2019 pandemic: perspectives from around the world. *Gastroenterology*, 159(1), 26-29.
- King, A., Prior, H., & Waddington-Jones, C. (2019). Exploring teachers' and pupils' behaviour in online and face-to-face instrumental lessons. *Music education research*, 21(2), 197-209.
- Li G, Fan Y, Lai Y et al. (2020). Coronavirus infections and immune responses. *J Med Virol*.
- Lynch, M. (2020). E-Learning during a global pandemic. *Asian Journal of Distance Education*, 15(1), 189-195. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3881785>.
- Mercin, L., Alakuş, A., O. (2007a). Birey ve Toplum için Sanat Eğitimi Gerekliliği, *D.Ü. Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi* 9, 14-20 (2007), s. 17.
- Mercin, L., Alakuş, A., O. (2019b). *Sanat Eğitimi ve Görsel Sanatlar Öğretimi*, 3. Baskı, Ankara: Pegem Akademi.

- Okan, S.ve Arapgirlioglu, H. (2019). The effect of distance learning model on beginners' levelviolin instruction. Turkish Online Journal of Distance Education, 20(1), 1–16.
- Orman, E. K., & Whitaker, J. A. (2010). Time usage during face-to-face and synchronous distance music lessons. The Amer. Jnl. of Distance Education, 24(2), 92-103
- Özer, B. (1990). Uzaktan eğitim sisteminin evrensel yapısı Kurgu Dergisi S: 8, 569-594, 199
- Pike, P. D. (2020). Preparing an emerging professional to teach piano online: A case study. International Journal on Innovations in Online Education, 4(2).
- Riding, R. and Rayner, S. (1998). Cognitive Styles and learning strategies.London: David Fulton Publishers.
- Ruippo, M. (2003). Music education online. Sibelius Academy, 2, 1-8.
- San, İ. (2010). SanatEğitimiKuramları, 3. Baskı, Ankara: ÜtopyaYayımları.
- Sakarya, G., & Zahal, O. (2020). Covid-19 Pandemi Sürecinde Uzaktan Keman Eğitime İlişkin Öğrenci Görüşleri. Electronic Turkish Studies, 15(6).
- Sherbon, J. W., & Kish, D. L. (2005). Distance learning and the music educator. Music Educators Journal, 92(2), 36-41.
- Shevtsova, P., &Kozubai, I. (2020). Distance foreign language learning during the pandemic as a challenge for the education system. МатеріаліконференційМолодіжноінауковоїліги, 57-59.
- Sohrabi, C., Alsafi, Z., O'Neill, N., Khan, M., Kerwan, A., Al-Jabir, A., et al. (2020). World Health Organization declares global emergency: A review of the 2019 novel coronavirus (COVID-19). International Journal of Surgery (London, England), 76, 71–76.
- SÖZEN, N. COVID 19 SÜRECİNDE UZAKTAN EĞİTİM UYGULAMALARI ÜZERİNE BİR İNCELEME. Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 7(12), 302-319.
- Tecimer, B. (2006). İnternet ve yaşam boyu müzik eğitimi. Müzed, Kış,(15), 8-9.
- Terenko, O., &Ogienko, O. (2020). How to Teach Pedagogy Courses Online at University in COVID-19 Pandemic: Search for Answers. Romanian Journal for Multidimensional Education/RevistaRomaneascapentruEducatieMultidimensionala, 12.
- TürkiyeBilimlerAkademisi (2020) COVID-19, PandemiDeğerlendirmeRaporu, TÜBA.
- Williamson, B., Eynon, R., & Potter, J. (2020). Pandemic politics, pedagogies and practices: digital technologies and distance education during the coronavirus emergency.
- Varol, A. veTürel, Y. K. (2003).Çevrimiçiuzaktaneğitimdeiletişimmodülü. The Turkish Online Journal of Educational Technology, 2(1), 34-42.
- Yolcu, E. (2009). Sanateğitimi kuramları ve yöntemleri. Ankara: Nobel Yayımcılık.

TEACHERS' VOICES: STRENGTHS AND WEAKNESSES OF THE CURRENT MODEL OF CONTINUING PROFESSIONAL DEVELOPMENT IN A RURAL SA DISTRICT

Lulama Mdogana-ZIDE
ORCID 0000#0002#1856#5080

Matseliso L Mokhele-MAKGALWA

ABSTRACT

South Africa is no exception to the trends of education reforms, hence, the founding of many professional growth initiatives to develop teachers in schools. The Teacher-led Cluster (TLC) is one example of a widely employed intervention programme of Continuing Professional Development (CPD) in the South African context for both urban and rural schools. Using a qualitative case study research design, this study aimed to elicit teachers' voices on the current model used in the TLC programs in a rural SA district. Data were collected through interviews and document analysis with six participants purposively selected and analyzed through content analysis. The study found that, while the participating teachers appreciated the CPD programs offered to them, the model used for the TLC programs has weaknesses that do not address their professional needs such as duration and frequency, strength of administration, provision of transport, refreshments, and resources. Cognizant of the foregoing, the paper argues that teachers' voices and opinions play important roles in determining CPD programs that might work to fulfil their present and anticipated needs in their unique settings. Therefore, there should be teacher consultations on program development to avoid rejection by teachers, as teachers' suggestions could help in adapting or creating professional development models that work in rural settings.

CONTEXTUALISING THE SETTING

This article focuses on teachers' CPD in a rural setting in South Africa (SA). Contextualising the study is necessary to understand the uniqueness of the area and its particular needs regarding the growth and development of its teachers. South Africa is a developing country – considered as one of the richest countries in Africa – with nine provinces, that has come a long way since its political transition from the Apartheid era to the advent of democracy in 1994; yet, its transition 27 years after, remains incomplete (Amnesty International, 2020; Hanusch, 2018). The alleviation of poverty, quality education for all, eradication of inequalities in all contexts are some of the central goals in the policy frameworks of the country. However, although these policy frameworks have resulted in notable gains in poverty reduction since 1994, the country continues to face the challenge of high poverty, high inequality, and high unemployment rates (Plagerson & Mthembu, 2019). Consequently, the ills of these inequalities are largely felt in the quality of education as it remains very poor, mostly in historically deprived rural areas, where some schools do not even meet the basic learning infrastructure requirements such as access to laboratories, libraries, and internet connections and have less qualified educators (Statistics South Africa, 2016).

The Eastern Cape Province, which is the area where the study was conducted, lies along the southeast coast of SA, priding itself on its tourist attractions such as its beautiful scenery and diverse cultures. However, the province is one of the most rural and deprived provinces in the country. Fobosi (2013) attested that the Eastern Cape Province continues to be one of the provinces with the highest levels of poverty, underdeveloped infrastructure, and unemployment. The education system in the province has had to address high levels of inequality within the province, such as fusing the previously marginalized education departments from the Ciskei, Transkei, and former Republic of South Africa (Ncanywa, 2014). The province, according to Ncanywa (2014), is characterised by different types of schools such as the village, farm, township, and town schools with a large number of village schools in the former Transkei, a former so-called homeland where the study was conducted. The education system in the province experiences challenges as it continues to live with the consequences of the political and economic decisions made during the Apartheid era (Amnesty International, 2020). These consequences are due to, among others, taking over the previously poorly managed homeland system that had schools of poor infrastructural quality such as shack schools, mud schools, and prefabricated schools with some areas having no schools at all (Ncanywa, 2014). CPD in this area has been implemented with high hopes of growth and improved quality in schools which have not been achieved to the level expected. The question then arises about the purpose of CPD and the nature of programs implemented in South African rural schools.

CONTINUING PROFESSIONAL DEVELOPMENT

Teacher professional learning is of increasing interest as one way to support the increasingly complex skills students need to learn in preparation for further education and work in the 21st century (Darling-Hammond, Hyler, & Gardner, 2017). Teacher professional development (PD) is highly significant to teachers as it plays an important role in changing teachers' teaching methods and assisting them to move beyond the comprehension of the surface features of a new idea or innovation, to a deeper understanding of a topic (Pitsoe & Maila, 2012). With student learning and achievement being so greatly impacted by increasing demands for the enhanced quality of teaching, effective teacher development has become extremely important for any educational system to remain competitive in a global arena (Bayar, 2014).

Several scholars have identified the concept of continuity of PD as significant to ensuring teacher quality, hence, CPD has increasingly become a priority in most countries worldwide (Kennedy & McKay, 2011). As such, the drive for policy formulation on the CPD of teachers has been accepted over the last several decades by many researchers, educators, policymakers, and teachers' unions (Bayar, 2014).

South Africa is no exception to this trend of educational reform of teacher PD programs, hence, the founding of many growth initiatives such as the Teacher-Led Cluster (TLC) program of PD by the Department of Basic Education to improve the competencies of teachers in classes (Tsotetsi & Mahlomaholo, 2015). The TLC program is one of the recently adopted and popular forms of CPD in South Africa (Mokhele & Jita, 2012). This entails PD led by teachers themselves to help one another improve the quality of their teaching and learning. Stacy (2013) advocated that teacher empowerment can emerge within the current system through teacher-led PD. Teacher-led PD creates opportunities to enhance professional autonomy, emphasizes professional judgment, and provides space to validate teacher voices, all essential components of teacher empowerment (Stacey, 2013).

However, despite efforts and enthusiasm, very little seems to have shifted in teachers' practices especially for teachers in rural Eastern Cape schools. Mokhele and Jita (2012) sanctioned that in South Africa, the challenge has been to find CPD formats and practices that have the potential to change teachers' knowledge and classroom practices for the better.

Several reasons for failure have been raised. Tsotetsi and Mahlomaholo (2015) contended that one important aspect which has influenced the failure of the CPD programs for teachers has been not listening to teachers when the programs are designed. The Department of Education has designed CPD programs including the TLC, from a uniform "one-fits-all" perspective, therefore, while CPD has been provided, it has not always been relevant to the realities of teachers in rural areas (Ono & Ferreira, 2010; Tsotetsi & Mahlomaholo, 2015). Most of the rural schools reflect a largely different context when compared to other schools. Many are poorly equipped, while some of these rural schools do not even meet the basic requirements for resources, presenting yet more challenges for teachers attending the CPD programs (Stack, Beswick, Brown, Bound, Kenny, & Abbott-Chapman, 2011). Given the poor performance of South Africa on CPD, close attention must be paid to how both new and experienced educators in rural schools are trained and supported (Bernadine, 2019). The scholar further purported that one of the distinguishable factors of CPD is that it is an integral part of teacher education because only continued learning and training assures a high level of expertise and ensures teachers keep up-to-date with new research on how children learn, the emerging technologies for the classroom, and new curriculum resources.

THEORETICAL FRAMING OF CPD IN THE CONTEXT OF THE STUDY

Many professional development programs have been proposed (Mokhele, 2013), with various models viewed as enhancing the effectiveness needed for the aims of CPD to be realised. There is substantial evidence on components that have been adopted as essential by several countries (Kennedy, 2016) for effective PD programs, and researchers agree on these several components as features that are likely to support educators' practices (Desimone & Garet, 2015; Kennedy, 2016; Luft & Hewson, 2014). These include (a) active learning; (b) content focus; (c) collective participation; (d) coherence; and (e) sustained duration. Darling-Hammond et al.'s (2017) review study confirmed and expanded upon this five-part framework by adding two more features that underlie powerful teacher PD which are: (f) uses models and modelling of effective practice; and (g) offers opportunities for feedback and reflection. Successful PD models as the scholars posited generally feature a number of these components simultaneously.

Mokhele's (2013) Alternative Model for Professional Development in South Africa is set as a lens in the study. The structure of the model, designed for a South African context, includes most of the features specified by the above scholars, though some features have been modified – it is the most followed and used model for CPD in South African schools, including the TLC programs. The model has the following five key components:

- Structure of PD program – This feature refers to the way a PD program is structured, such as the form of the activity used which may be a study group or a teacher network etc., as opposed to the traditional workshop. Additionally, the feature emphasizes the use of group work activities as well as visits from experts in the field of study.

- Teacher collaboration – A feature that explains the importance of teachers from different schools meeting and conducting many of the activities as a group. Besides the specific content knowledge that the teachers discuss in their clusters, they also share and discuss their problems regarding pedagogy and classroom practices.
- The content focus and teaching in the rural setting – Focusing on subject matter content in a PD program is viewed in the model as important. Moreover, a CPD program needs to be modified to suit the needs of the participating teachers. For example, some schools may be rural while others may be urban and, as such, the focus should be varied to suit the individual needs of those schools.
- Time of engagement – According to this feature, the model promotes that the amount of time spent in PD activities must receive consideration because PD, by its nature, should happen while the teachers are engaged in their work and profession.
- Personal transformation and growth – The model's fifth and final feature suggests that personal transformation and growth are important for teachers who participate in a PD program. Teachers are attracted to the PD programs not only because of the four aspects discussed earlier but also because such programs have the potential to fundamentally change them for the better.

All these components, as the model illustrates, are alleged to increase knowledge and skills and change beliefs and ways of teaching, leading to improved student learning (Mokhele, 2013). Mokhele (2013) further posited that literature contends that PD leaders, for example, often attempt to modify teachers' beliefs about certain aspects of teaching or the desirability of a particular curriculum or instructional innovation. As this study set out to hear the experiences of teachers of TLC CPD programs, the framing by Mokhele (2013) mostly followed and used model for CPD in South African schools, including the TLC programs, will be engaged to aid as a guide to measure what, when, and how teachers experience TLC programs, specifically in the OR Tambo District, in the former Transkei homeland situated in the Eastern Cape, South Africa.

Need for and Focus of the Study

As a former educator and current researcher who has been born and bred in the province, specifically in the Transkei and worked in the Eastern Cape Department of Education for more than two decades, I gained vast experience of the realities and many challenges the education system in the province struggled with. The villages are scattered with some locations deeply entrenched in rugged hills, mountains, and valleys, but, it is one of the areas where you find the friendliest people, where it is still a norm to greet one another, come together and share a meal. Schools are developing and under-developed, with most of the schools far from larger centers or towns, under-resourced, some overcrowded, with poor learner attendance, high learner dropout, insufficient funding from government, lack of parental involvement in education and gravel roads that are mostly poor and muddy when it is raining. It is standard practice for some learners to travel long distances by foot, struggle with school uniforms and have no transport, as many come from poor socio-economic backgrounds. The teachers are subjected to multi-grading, are underqualified, often have less access to support services, poor transport services to work as the schools are remote and far apart.

The Eastern Cape Department of Education is demarcated into various districts. The OR Tambo District, where the study was conducted, is further sub-divided into circuits levels, with each circuit level comprising 23 or more schools. The TLC programs were implemented as a CPD initiative to professionally develop teachers, framed by the Mokhele (2013) model structure. The schools are clustered according to circuit levels for the CPD programs. Teachers attend the TLC CPD programs and are developed on various important aspects that play a role, directly or indirectly, in their teaching and learning environments. As teachers, we would travel the long distances to the programs, expensive as it was for many of us to get to the centers – using money out of our pockets – soldiering on with a zeal to be developed. Despite all efforts, little change was and is seen in teachers' practices and student achievement, which is the primary focus of the model used for the TLC CPD programs. Questions regarding their effectiveness, and whether teachers benefitted from the program and the programs attained their goals arose. To gain an insider perspective on the matter and see whether the Mokhele (2013) model was suitable for the rural areas of the Eastern Cape or if possible improvements were needed, a study was undertaken that set out to answer the following two questions:

- Are teachers in a selected rural area of South Africa satisfied with all aspects of the CPD programs they undergo?
- If not, what changes need to be considered?

The purpose was to make use of teachers' voices to explore whether modifications were needed to the current model followed for the TLC programs in the selected rural area.

RESEARCH METHODOLOGY

Research Approach and Design

This paper uses a qualitative research approach and explores teachers' experiences of the TLC programs offered to them by the Department of Education. The data collected relied on participants' in-depth responses on how they constructed or understood their experiences of the TLC programs, based on open-ended questions. A case study design was used. In the context of the discussion not only were the statements and perspectives of the direct participants in the observed situation taken into account but the environment of the participants and the interaction between them was also observed – this helped in being deeply immersed in the context of the investigated phenomenon (Silveman, 2020). The researchers investigated each participant as a single case to obtain an in-depth analysis of the TLC programs (Yin, 2014).

Participants and Study Setting

The population of the small-scale study was selected from educators participating in a TLC CPD program in the OR Tambo Inland district in the Eastern Cape Province, South Africa. The participants were selected purposively – therefore, experienced, and information-rich participants were chosen based on their qualities being relevant to the study. This study formed part of a larger study and comprised of six participants, which included two principals, one deputy principal, and three educators who participated in the PD programs. However, for this specific paper, the focus is only on four teachers' perceptions of TLC CPD programs. The participants were involved in the programs as educators and as cluster leaders who led the programs at different stages, except for one participant, Katongo, who, despite being a novice, had the knowledge and experience. Because of their exposure and experiential knowledge, participants could communicate experiences and opinions in an articulate, expressive, and reflective manner (Etikan, Musa, & Alkassim, 2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. American Journal of Theoretical and Applied Statistics 2016). Confidentiality and anonymity are ethical practices designed to protect the privacy of human subjects while collecting, analyzing, and reporting data. The participants' pseudonyms used were Tuma, Somiso, Katongo, and Bryson.

Tuma: A female, vastly experienced teacher who started teaching in 1986. She holds an Honours degree in education from the University of Pretoria. Tuma is employed as a school principal at a senior primary school in the Mthatha District. She teaches Mathematics and Natural Sciences to grades 4-7.

Somiso: A male teacher whose teaching career spans over 20 years. He is a school principal, currently teaching Mathematics and Life Skills to grades 4-7.

Katongo: A female Ghanaian, post-level professional teacher who is a temporary citizen in South Africa. She started teaching in 2008 in her country before she emigrated to South Africa in 2012. She is currently teaching Mathematics to grades 4-6 and has been for three years. She is referred to as a novice teacher because she recently joined the teaching profession in South Africa.

Bryson: A male deputy principal who holds an Advanced Certificate in Education and a teaching diploma majoring in Mathematics and General Science. He started teaching in 1981, took a break in 1990, and re-joined in 1999. He has 26 years of teaching experience. Bryson taught Mathematics, Science, and History in grades 7-9 and in 2013 started teaching Mathematics in grades 8 and 10.

Data Collection Methods

For the part of the study reported in this paper, data were collected through the use of open-ended questions in semi-structured individual interviews, often accompanied by further probing (Newcomer, Hatry, & Wholey, 2015) and field notes. The semi-structured interviews provided the researchers with an opportunity to deeply explore unforeseen issues more deeply through a guided interview protocol.

Data Analysis

Data in this study were analyzed through a qualitative content analysis approach. The objective in qualitative content analysis assisted the researchers to systematically transform a relatively large amount of text into a more organized and concise summary of key results. It is believed that this procedure added to the validity and reliability of the study and would enable different coders to arrive at similar results when the same body of material is examined (Erlingsson & Brysiewicz, 2017; Silverman 2011). Data were categorized into themes based on patterns that emerged from transcribed interviews and field notes.

Ethical Considerations

Permission was sought from all the relevant stakeholders. All the participants signed informed consent letters validating their willingness to participate in the study. After the findings were finalised, they were sent back to the participants to ensure that they had the opportunity to authenticate what was attributed to them. Furthermore, researchers should also take into consideration how they are going to ensure privacy and confidentiality. To ensure the anonymity and confidentiality of the participants, pseudonyms were used, and participants are consulted before any publication is submitted.

FINDINGS AND DISCUSSION

Strengths of the TLC Model

In the analysis of the data gathered from the participants, three key themes were identified and came to the fore as strengths in the TLC model in use, namely: structure of professional development, teacher collaboration, the content focus, what enables teaching in diverse classrooms, and teacher growth and confidence. These aspects are illuminated below.

Structure of professional development

Clustering in African states such as South Africa, Zimbabwe, Namibia, Republic of Guinea, Ethiopia, and many more have emerged as an important form of reaching teachers on PD. According to various scholars, for all these states (Maphosa, Mutekwe, Severino, Wadesango, & Ndofirepi, 2013; Mphahlele, 2012), the purpose of establishing this type of teacher-led PD is an alternative strategy to reach teachers due to the failure of the traditional approach of programs used for decades. The teachers agreed that CPD programs are structured in clusters by the department to reach out to smaller groups of teachers for improved teacher empowerment.

Tuma stated that: “We decided at district level to form circuit clusters and have cluster leaders. We organise a gathering for teachers for the various circuits at different times and share the content knowledge or teaching style we have received. They nominated us as science teachers by clustering schools so that we were not overcrowded.” Bryson explained: “Yes, there is a cluster activity going on. ... I was a cluster leader for approximately three to four years in Mathematics. I was given the duty by the department, in fact, both the department and the teachers entrusted me to be the person who would organise cluster meetings on Mathematics whenever needed.”

Tuma and Bryson voiced that the CPD program is organized in TLCs which group teachers together according to circuits to share knowledge and help develop each other’s practices. Mokhele (2013) also contended that the aspect of structure on the form of activity used may be of a reformed type, such as a study group or a teacher network, as opposed to the traditional workshop or conference. Furthermore, as an additional strength to the structure of the TLC programs, the teachers explained that the model uses group work activities that actively involve all the teachers. Bryson confirmed that “there are usually a lot of activities. The activities are conducted for a group of teachers with a lot of hands-on. It is a lot of hands-on. One other thing that inspires me is that we are involved hands-on. We are given opportunities to present also, to prepare a lesson and then present it.”

A similar sentiment was shared by Katongo, who pronounced that, “it was a very hands-on meeting. They do not come to impose on us, but they try to see to it that we can all engage in what has been identified as problem areas common in our schools. We were all having a say and very much actively involved.”

The teachers attested that the clusters make use of a group-work approach when the cluster activity is in progress thus getting teachers involved, which is an aspect the teachers are passionate and enthusiastic about. Darling-Hammond et al. (2017) confirmed that active learning engages teachers directly in designing and trying out teaching strategies, providing them with an opportunity to engage in the same style of learning they are designing for their students. Correspondingly, the last characteristic of high-quality professional development by Borko, Jacobs, and Koellner (2010) is structural characteristics, which represent structuring the activities of the PD to be ongoing, sustainable, providing teachers with opportunities to engage in cycles of experimentation and reflection.

The teachers further shared that the programs are led by cluster leaders but at times there would be visits from experts on certain concepts. The participant, Tuma, shared the following: “At times, an expert would be present to share new important concepts and pedagogies viewed as effective for their classroom practices. Someone good in the area to show us how to teach – they would lead the cluster meetings; for example, we also have a lot of misconceptions on terms, so we correct those misconceptions. One time, for example, we attended a workshop, as we usually call them, on balancing equations by a Mrs Zamdela from one of the Mthatha schools. We were then expected to go and use her method of teaching back at our schools and this helped us a lot.” Another participant, Somiso, stated that, “most of the programs are organised by circuit cluster leaders for Mathematics to be specific. Because I had a period when I was a cluster leader, until 2013, so I used to attend workshops organised by the DoE as a cluster leader so that I can

be able to filter the information to the other teachers at large. However, at times an expert would be present to share new important concepts and pedagogies viewed as effective for their classroom practices.”

Thus, it became clear from the teachers’ point of view that having a visit from an expert (even if it is a teacher from another school) brings in waves of hope and excitement. It was observed that for them, the visits mean more growth and development in their teaching and learning contexts. Such growth presents a series of positive and inspiring atmospheres in their classrooms, which help in reaching their desired outcome which is always an improved learner performance. The findings of the study align with Mokhele (2013) establishing that the network or cluster approach should be run by experts to cover content gaps as well as improve the pedagogical styles of teachers, create lasting opportunities for networking and for building professionalism to improve teaching and learning in schools. Interaction, as the teachers testified, brings a sense of mentoring and reliance on each other. As Mokhele (2013) positioned, it is therefore important to consider the structure of the program when planning a CPD intervention for teachers.

Teacher collaboration

In this theme, the teachers evidenced an atmosphere of teacher collaboration as one of the most significant strengths of the teacher-led clusters. Katongo explained: “Yes, they are very important for us to attend because we learn new methods. Now we are having new ideas from different people. So, there are a lot of things that we have to add to what we know already. So, we go there to refresh our minds and then see that we are on track.” Tuma believed that, “clusters are very important because it is where one voices their difficulties and it is where they get advice and they go back to classes being refreshed and revived. As we are facing the problem of shortage of teachers, especially in Maths and Science, having clusters help the disadvantaged schools because the teachers who teach those subjects get some advice on how to teach certain topics.” Another participant, Bryson explained why he thought TLC CPD programs are important: “When you start teaching, you do not know everything. You learn many things as you execute your duties. You learn a lot from your colleagues because of their experience, which you may not have.”

Interaction, as the teachers testified, brings a sense of mentoring and reliance on one another. Thus, the collaboration in a cluster program enables participating teachers to gain a substantial degree of ownership from their involvement in decision-making and by being regarded as true partners in the change processes experienced by teachers who can then confidently produce better performing learner achievements. The teachers’ experiences of teacher collaboration in TLC CPD programs, besides the specific content knowledge that the teachers discuss in their clusters, is the sharing and discussing of their problems regarding pedagogy and classroom practices. Stacey (2013) maintained that teachers in a collaborative setting have opportunities to share their expertise as classroom professionals, develop common practices, and assess how those practices improve student learning. Maphosa et al. (2013) argued that the common purpose of clusters or teacher communities is to operate on the premise that learning is a social process and that it requires people to collaborate and share information and ideas. As the scholar posited, the revelations of the teachers also defined collegiality between the teachers, allowing them the freedom and openness to interact with each other as best they could. Each teacher’s voice, therefore, is heard and given attention and as such, a sense of belonging and dependence on each other’s knowledge is promoted.

The content gap and pedagogical focus enables effective teaching

An important variation to the Mokhele model emerged in this theme as participants did not relate the TLC CPD programs to their contexts as specified in the model used. From the data collected, participants showed that the issue of rurality is not as relevant to their cluster programs, as most schools in the OR Tambo District are rural. The participants shared more on how the TLC programs focus on developing teachers on content mastery and pedagogical strategies they can use in their varied classroom contexts.

Tuma illustrated this: “In the cluster, a lot is covered. Like I said, we come together and discuss a theme as NS has four themes. We take one theme, although the time becomes against us sometimes, we make sure we cover the whole information needed to be known by a child on a theme. Per se, it is the curriculum, the teaching styles, remember we teach in schools with no resources, so we are shown how to improvise so that a lesson is simple. Sometimes we plan together one thing as we write common papers in June and December, set by the department, so we need our kids to be on the same level.”

Somiso felt the programs had made him a better teacher: “With me, I had a problem with teaching fractions and upon attending or having workshops on teaching fractions, through meeting with other teachers, they shared other strategies I didn’t know at all, and as a result, I am able to make my learners understand fractions. One other thing cluster programs have helped with is that most importantly, as early as grade four, I know that my learners must understand what fractions are. I am able now to show my learners the bottom line by looking at the real manner of fractions and not just telling.”

Whitehouse (2011) stated that a PD program ought to be driven by identified learning needs which involve an audit along the lines of what students currently know and how this is measured, followed by a statement of what the students need to know and a strategy for moving from the current state of students' knowledge to the desired state. The participants further shared that as individual teachers they do not hold all the answers, and as the syllabus changes now and then, there is a need to have their knowledge refreshed. Additionally, the advancement of their skills is always needed as they are committed to the best interests of their learners and their schools. The following reflection from Bryson illustrates this: "And also, the content gap is attended to and some new methods or approaches are applied, and I just get excited you know. That content gap thing must not be thrown away. It must always be there because I could see how the teachers get so inspired after they have attended a cluster meeting. And the level of confidence is lifted and boosted."

It is an accepted and commonly shared supposition that subject matter must be mastered by both new and older teachers for an effective teaching and learning environment. Whitehouse (2011) agreed that PD should be subject-specific as research shows that CPD is more likely to bring about improvements, particularly in teacher efficacy and pedagogical content knowledge, when it is subject-specific. Such development helps teachers to preserve a harmonious atmosphere in their classroom encounters and as such, the participant teachers emphasized that cluster programs do provide that. Bayar (2014) also brought to light the impact of high-quality teachers on student learning and achievement which has been debated, and the benefits that have been accepted over the last several decades by many researchers, educators, policymakers, and teachers' unions. Therefore, as Desimone and Garet (2015) stated, it is of significance to ensure that CPD programs consider the issue of alignment with lessons more deliberately, and include support, guidance, and practice for teachers to integrate the knowledge or pedagogy into their daily instruction, rather than leaving that burden to them when they return to the classroom. Interestingly, what the teachers presented in their experiences shows that the cluster activities they have been engaged in have preserved such mastering, as the content of the subjects has been a priority in the TLC CPD programs. Therefore, as scholars have further argued, to be effective, PD must provide teachers with a way to apply that which they have learnt directly to their teaching (Darling-Hammond et al., 2017).

Teacher growth and confidence

The growth the participants related to the TLC programs was of growing professionally which increased their confidence in teaching. In this theme, another variation to the Mokhele model emerged, as participants' experiences were of growing professionally rather than personally. The growth is related more to teacher efficacy and confidence than to their personal development. Such development, as shared by the participants, helped them to be able to endure the difficulties they encounter in teaching and work with confidence with their learners.

Tuma expressed her thoughts on her journey: "You know what, these gatherings grow us. You grow as a person; you gain more confidence with your teaching especially with us in our disadvantaged schools. A teacher, no matter how experienced you are, you need such confidence to improve your student's work and to stay motivated because iteaching sisi (sister) *iyagugisa* (makes one old)."

Bryson also felt that he had grown professionally: "I am old now and the experience I have is beyond because of such programs. When you start teaching you do not know everything. You learn many things when you are really in class. You learn a lot from your colleagues because of their experience which you do not have. So, the cluster workshops are a great gain in knowledge and skills needed in teaching."

It was evident from the extracts that the teachers are grounded by a belief that for them to be effective in their classrooms, they need to be continuously redefined and as such, that keeps them motivated. It is important to note that teachers are attracted to PD programs, not only because of the four aspects discussed earlier, but also because such programs have the potential to fundamentally change them for the better (Mokhele, 2011). The pride of knowing who they are as a teacher was shared by the participants as an important factor that can contribute towards effective teaching and learning as the above quotes suggest. Furthermore, the high stakes and testing demands of the classroom need a teacher who has all the necessary skills of being a professional teacher. Such skills, as the teachers shared, are not acquired immediately after college, but are gradually acquired through attending developmental workshops; hence, the clusters need to provide that. According to Stacy (2013), teacher-led PD can help overcome standardization by providing opportunities to enhance professional autonomy. Both novice and experienced teachers encounter the daunting environment of teaching various subjects they are often not familiar with but are expected to produce quality results. The cluster programs, as the above quotes related, have opened the doors to growth in skills and knowledge beyond their ability, thereby ensuring broader goals that aim at improving their teaching strategies and the future of their learners.

Weaknesses of the TLC Model

In the analysis of the data gathered from the participants, three more key themes were identified and came to the fore as weaknesses in the TLC model in use, namely: duration and frequency of engagement, weaknesses in monitoring and administrative support, provision of refreshments and transport services, and provision of resources. These aspects are illuminated below.

Duration and frequency of engagement

The teachers voiced dissatisfaction with the duration and frequency of the TLC CPD programs. The teachers shared that the cluster programs would run for a day only and were not held frequently. They pointed out that the short duration and lack of continuity limited the coverage of many important aspects whether it was subject matter content or pedagogical strategies.

Katongo explained how he would mitigate this: “If I were to plan or run a cluster program, I would start with time. I would take out the one-day workshop. Some things that I needed attention on were not done, so I realised that time was not adequate.” Tumi noted that, “normally, our workshops for a content gap, for example, run for a day only.”

The following extract from Somiso illustrates this further: “What I have observed in the past is that if the workshop was meant to span four hours, it is easy to organise a one-hour workshop and you are done. I think it is also important that in terms of time, clearly, one-day workshops are not giving enough information. ... These must be held continuously and not once in a year as what is currently happening.” Bryson noted that, “these clusters were also very good, but the problem was continuity like we would hold one workshop or none in a year.”

As such, as the participants shared, the goals that the clusters are planned to accomplish seem unattainable. The time allocated to the cluster activities as the teachers alleged portrays a weakness of the TLC from fulfilling their intended outcomes. According to them, the time allocated to these cluster programs is a constraint that manifests in various factors that lead to the ineffectiveness of the CPD programs. One of the four critical elements, developed by Dyer (2013), that help make teacher professional learning meaningful and worthwhile is that learning is incremental. In a more collected statement, Pitsoe and Maila (2012) agreed with such a statement as they claimed that PD is not a static concept but a social construct and fluid in nature. The time allocated for these cluster programs, therefore, contradicts what scholars have argued for in terms of how important it is that the time allocated be enough for all the aspects planned to be covered. It also contradicts what Pitsoe and Maila (2012) argued for when proposing that future teacher PD policy aimed at the South African education system, should be integrated with district goals, and guided by a coherent long-term plan. Murtaza (2010) contributed that PD of teachers does not take place in a once-off workshop but rather scholars have agreed that it is a continuous and dynamic process of learning opportunities. Mokhele (2011), therefore, established that CPD programs are viewed as systematic efforts to change the practices of teachers in the classroom, to change their attitudes and beliefs, and to change the learning outcomes of students. Such effectiveness, as the scholars have posited, is derived from the continuous implementation of PD programs as the participants aspire to for their clusters. Time is needed to challenge teachers’ theories of practice, to apply new practices in their classrooms, and to measure the effects (if any) of the new teaching practices (Whitehouse, 2011).

Weaknesses in monitoring and administrative support

One other weakness of the TLC model from the data analysis is that of providing close monitoring and administrative support to the cluster programs for fluid and effective progress. This theme modifies the Mokhele model, as it adds to what the participants would want to be engaged in, in their CPD programs. The data in the study showed consensus between the teachers who desperately need close monitoring of the cluster programs by the Department of Education officials. From the indications made by the teachers, insufficient planning, organisation, communication, monitoring and follow up from the Department of Education poses impediments to the effective growth process the cluster programs could bring to their teaching and learning. Somiso pronounced that, “in my view, I think the idea of organising clusters is a good one. However, the way they are organised and managed is problematic. I say so because sharing information is very good. But then, when those teachers meet in a workshop, someone must make sure that each teacher in that circuit attends the workshop. At times you find that there would not be good attendance because of logistical constraints. So, once the workshop is organised and educators come to the workshop, the cluster leaders become the sole drivers of the workshop or program, moving the plan, and organising all the materials and running the workshop.”

Tuma confirmed that “As educators, we see the need for workshops to be conducted more often. They must be monitored in a better way than what the Department of Education is currently doing. They must make it a priority as a platform for the professional development of educators.” Somiso further shared that, “if they are monitored, and you are not just thrown into the deep all by yourself, then it would work great. If there is no monitoring, you know educators

always feel like it's a holiday, it is a half-day, so they will push so that you finish early, but if it is monitored, it will be fine. Once that has been done, then a system of monitoring every school must be put in place."

The problems alleged by the participants of poor planning and lack of monitoring results in the cluster programs being non-continuous and consistently unproductive as there have been no changes for the better in most districts and the education system as a whole. Dyer (2013) claimed that supportive accountability within a PD program is essential. The scholar stated that changes in teaching practices are challenging and requires both support and accountability. Therefore, as cluster programs provide teachers with the opportunity to develop personal action plans, to report back to the group what happened as a result of implementing those plans, to reflect and receive feedback (support) from colleagues who are working on the same changes in practice, it becomes dire that they are monitored correctly (Dyer, 2013)

Furthermore, as voiced by one participant who has experience of being a cluster leader, the Department of Education shows weaknesses in even helping out the cluster leaders at times in officialising the correspondence, which often leads to poor planning of the cluster programs and poor attendance. The cluster leader, Somiso, shared that, "if I see a teacher and give that teacher a letter and it becomes a problem when the teacher submits the letter to the principal because one it is not seen as an official letter because it is written by you without the departmental logo. So, at times you find that there would not be good attendance, there would poor attendance because of those reasons or logistics in terms of organising the workshops."

The shortcomings in administration were defined by the participants as an aspect that leads to cluster leaders feeling unprotected and not wanting to drive these programs as expected. The burden of being thrown into the deep end without any assistance, therefore, promotes cluster programs that are just white elephants with no one to accelerate them as needed. Whitehouse (2011) supported what the participants shared as the scholar stressed that there must be effective organizational structures for PD to be effective. The scholar stated that at the school level, CPD needs to be planned and organized because, without this, teachers are effectively left to organize their own professional learning, which will only work for those who are highly self-directed. Hismanoglu (2010) also asserted that CPD programs should enlist the support of the school and district administration, students, parents, and the broader school community.

Catering for the personal needs of attendees

This theme is another prominent weakness and distinction of the currently used Mokhele model. The data analysis revealed a shortcoming in catering for the personal needs of the attendees regarding the provision of food and drink and transport services. The participants alleged that this distinction lies in acknowledging that a PD program must meet all the required elements that help hold the total focus of the teachers. For both these features, the participants stated that they should be acknowledged as important and taken into serious consideration as they asserted that sustenance and travel costs affect the effectiveness of TLC CPD programs as long distances have to be travelled that often take attendees away from their homes for long periods.

Katongo acknowledged: "One other thing is refreshments for teachers to motivate them to attend and enjoy the workshop because sometimes there's not even water in these meetings. Subsidise their transport because sometimes a workshop is called at a time where teachers do not have money, even if that is done by schools and be made compulsory. So, because of that, teachers do not feel motivated to attend the workshops. So that when they are there, they will eat there so that their mind is focused on the workshop and we are able to discuss anything."

These two features as the participants evidenced, tend to be a powerful influence on teacher PD as several of the participants elaborated that these aspects affect the number of teachers present and the time spent at cluster programs. As the participants claimed, availability of refreshments and subsidy of transport are the key factors that determine the time of departure and attendance statistics of a cluster program. In support, Bryson echoed that, "the refreshments also contribute a lot so they must always be available, or teachers will want to leave early."

Additionally, Tuma unreservedly portrayed in her statement how teachers feel when these human needs are catered to in PD programs: "While in Cape Town I attended a science project for grade 7 teachers, where we were trained how to conduct science experiments on electricity. They transported all the teachers teaching science in this grade to Bellville after school."

It is clear that the teachers' central focus changes to the information conveyed at PD programs if their personal needs are taken care of. Guskey (2002) has long argued that important questions for PD workshops and seminars also include, was the coffee hot and ready on time? Was the room at the right temperature? Were the chairs comfortable? However, to some, questions such as these may seem silly and inconsequential but experienced professional developers know the importance of attending to these basic human needs (Guskey, 2002). However, the European Commission (2011) asserted that states, districts, and schools often cut PD costs with the belief that shrinking budgets do not compromise the basic operation of the school's teaching and learning program. This perception contradicts the participants' perceptions who directly linked the fulfillment of basic human needs as determinants of an effective CPD

program. Therefore, to ensure the effective implementation of high-quality PD, provinces and districts must have a plan for financing the costs of professional learning activities (Archibald, Coggshall, Croft, & Goe, 2011).

Provision of resources

Desimone and Garet (2015) asserted that several states provide free videos which give examples of several ways to teach to particular state standards, and teachers can use these as real-time resources as they plan their daily lessons. The participants also suggested the importance of being provided with resources such as CDs and pamphlets from these cluster meetings as such resources help them when in the classroom and minimises the time spent away from the classroom. For example, Tumi shared that, “the only problem we face when running the cluster is that, while we are at cluster meetings, the kids are left alone and since there are a few teachers in our schools due to rationalisation, the school becomes chaotic and the kids become unruly. I would advise the department to give each school a CD to run on the computer where the training will be viewed at school instead of only just attending it at Trinet.”

Bryson felt that resources such as pamphlets could be used: “These pamphlets were very motivational; they showed various ways on how to teach Mathematics. So even though I did not attend the workshop, when I looked at those pamphlets, I was motivated myself.” Somiso also expressed the need for more resources: “You find that in order for the learners to understand certain concepts you need resources and yet there’s no provision out of what you have been developed in terms of having subject resources.”

The teachers shared that resources are needed when going back to their schools which could help them to balance the information received at TLC CPD programs with the classroom environment.

CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS

In conclusion, the study focused on hearing teachers’ voices in a selected rural area of South Africa regarding their views on aspects of the CPD programs they attend. The focus was to investigate if the teachers were satisfied with the model the CPD employed and if not, what changes needed to be considered. The findings revealed that the CPD programs are an essential tool that contributes to the advancement of educators’ instructional skills. The findings conferred as teachers shared their experiences led to uncovering three distinct aspects the participants voiced, they were satisfied with and therefore are strengths of the CPD model. Moreover, the findings conferred four weaknesses which are aspects the participants voiced they were dissatisfied with. Teachers’ voices and opinions play an important role in determining CPD that might work to fulfil the present and anticipated needs in their unique settings. To avoid rejection of these programs, there should be teacher consultations on program development so that teachers can continually give their input on what works and what does not in the current and future PD models. It is important, therefore, to listen to the teachers’ voices for effective CPD programs that teachers may want to enlist for. We recommend that workshops and negotiations with authorities to discuss a customized CPD/TLC model for rural schools should be conducted to implement an adapted model. Furthermore, the study recommends that further research be conducted with more teachers, especially from other rural areas in SA, as the population of the study was limited.

REFERENCES

- Amnesty International. (2020, February 11). *Broken and unequal: The state of education in South Africa*. Available: <https://www.amnesty.org/en/documents/afr53/1705/2020/en/>
- Archibald, S., Coggshall, J. G., Croft, A., & Goe, L. (2011). High-quality professional development for all teachers: Effectively allocating resources. *Research & Policy Brief*. National Comprehensive Center for Teacher Quality.
- Bayar, A. (2014). The components of effective professional development activities in terms of teachers' perspective. *Online Submission*, 6(2), 319-327. Available: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED552871.pdf>
- Bernadine, G. G. K. (2019). Challenges faced by educators in the implementation of Continuing Professional Teacher Development (CPTD): Gauteng Province. In *Teacher Education in the 21st century*. IntechOpen.
- Borko, H., Jacobs, J. & Koellner, K. (2010). Contemporary approaches to teacher professional development. In P. Peterson, E. Baker & B. McGaw (Eds.), *International Encyclopedia of Education*, 7, 548-556.
- Darling-Hammond, L., Hyler, M. E., & Gardner, M. (2017). *Effective teacher professional development*. Learning Policy Institute.
- Desimone, L. M., & Garet, M. S. (2015). *Best practices in teacher's professional development in the United States*. Available: <http://repositorio.ual.es/bitstream/handle/10835/3930/Desimone%20En%20ingles.pdf?sequence=1>
- Dyer, K. (2013). *Redefining professional development as teacher-led professional learning* [blog]. <https://www.nwea.org/blog/2013/redefining-professional-development-as-teacher-led-professional-learning/>

- Erlingsson, C., & Brysiewicz, P. (2017). A hands-on guide to doing content analysis. *African Journal of Emergency Medicine*, 7(3), 93-99.
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1-4. Available: <http://dx.doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- European Commission. (2010). *Teachers' professional development: Europe in international comparison. A secondary analysis based on the OECD's teaching and learning international survey*. Available: <http://dx.doi.org/10.2766/63494>
- Fobosi, S. (2013, January 24). Rural areas in the Eastern Cape Province, South Africa: The right to access safe drinking water and sanitation denied. *Polity Newspaper*.
- Guskey, T. (2002). Does it make a difference? Evaluating professional development. *Redesigning Professional Development*, 59(6), 45-51.
- Hanusch, M. (2018). *Republic of South Africa systematic country diagnostic: An incomplete transition overcoming the legacy of exclusion in South Africa*. World Bank: Washington, DC, USA.
- Hismanoglu, M. (2010). Effective professional development strategies of English language teachers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 2, 990-995.
- Kennedy, A., & McKay, J. (2011). Beyond induction: The continuing professional development needs of early-career teachers in Scotland. *Professional Development in Education*, 37(4), 551-569. Available: <https://doi.org/10.1080/19415257.2010.533598>
- Kennedy, M. M. (2016). How does professional development improve teaching? *Review of Educational Research*, 86(4), 945-980. Available: <https://doi.org/10.3102%2F0034654315626800>
- Luft, J. A., & Hewson, P. W. (2014). Research on teacher professional development programs in science. *Handbook Of Research on Science Education*, 2, 889-909. Available: <http://doi.org/10.4324/9780203097267.ch44>
- Maphosa, C., Mutekwe, E., Severino, Dr, Wadesango, N., & Ndofirepi, A. (2013). School clusters in Zimbabwe: What issues do clusters tackle? *International Journal of Educational Sciences*, 5(3), 293-300. Available: <https://doi.org/10.1080/09751122.2013.11890089>
- Mokhele, M. L. (2011). *Teachers' perspectives on continuing professional development: A case study of the Mpumalanga secondary science initiative (MSSI) project* (Unpublished doctoral dissertation). University of South Africa, Pretoria. Available: <http://hdl.handle.net/10500/4871>
- Mokhele, M. L. (2013). Empowering teachers: An alternative model for professional development in South Africa. *Journal of Social Sciences*, 341, 73-81.
- Mokhele, M. L., & Jita, L. C. (2012). When professional development works: South African teachers' perspectives. *Anthropologist*, 14(6), 575-585. <https://doi.org/10.1080/09720073.2012.11891283>
- Mphahlele, L. K. (2012). School cluster system: A qualitative study on innovative networks for teacher development. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 47, 340-343.
- Murtaza, K. F. (2010). Teachers' professional development through whole school improvement program (WSIP). *International Journal of Business and Social Science*, 1(2). Available: http://www.ijbssnet.com/journals/Vol._1_No._2_November_2010/17.pdf
- Ncanywa, T. (2014). The state of the Eastern Cape schools in a period almost the second decade of democracy. *Economic Research Southern Africa (ERSA) Working Paper No. 486*.
- Newcomer, K. E., Hatry, H. P., & Wholey, J. S. (2015). Conducting semi-structured interviews. *Handbook of Practical Program Evaluation*, 492. Available: <https://doi.org/10.1002/9781119171386.ch19>
- Ono, Y., & Ferreira, J. (2010). A case study of continuing teacher professional development through lesson study in South Africa. *South African Journal of Education*, 30(1): 59-74.
- Plagerson, S., & Mthembu, S. (2019). *Poverty, inequality and social exclusion in South Africa: A systematic assessment of key policies, strategies and flagship programmes*. National Development Agency.
- Pitsoe, V. J., & Maila, W. M. (2012). Towards constructivist teacher professional development. *Journal of Social Sciences*, 8(3), 318-324.
- Silverman, D. (2011). *Qualitative research* (3rd ed.). London, England: Sage.
- Stack, S., Beswick, K., Brown, N., Bound, H., Kenny, J., & Abbott-Chapman, J. (2011). Putting partnership at the centre of teachers' professional learning in rural and regional contexts: evidence from case study projects in Tasmania. *Australian Journal of Teacher Education*, 36(12), 1-20.
- Stacy, M. (2013). Teacher-led professional development: Empowering teachers as self-advocates. *The Georgia Social Studies Journal*, 3(1), 40-49.
- Statistics South Africa. (2016). *Quarterly labour force survey, quarter 3: 2016*. Available: <http://www.statssa.gov.za/publications/P0211/P02113rdQuarter2016.pdf>

- Tsotetsi, C. T., & Mahlomaholo, S. (2015). Exploring strategies to strengthen continuing professional development of teachers in rural South Africa. *Journal of Higher Education in Africa/Revue de l'enseignement supérieur en Afrique*, 13(1-2), 45-73.
- Whitehouse, P. (2011). Networked teacher professional development: The case of globaloria. *Journal of Interactive Learning Research*, 22(1), 139-165. <https://www.learntechlib.org/primary/p/31421/>
- Yin, R. K. (2014). *Case study research: Design and methods*. United Kingdom: Sage.

TEACHING WITH EDUCATIONAL GAMES IN SOCIAL STUDIES: A TEACHER'S PERSPECTIVE

Burcu KARAMAN
Gazi University
burcukaraman43@gmail.com

Harun ER
Bartın University
canantuncsahin@gmail.com

Oğuzhan KARADENİZ
Zonguldak Bülent Ecevit University
oguzhankaradeniz25@hotmail.com

ABSTRACT

The games that have existed from the day of humanity to the present have been known to have an important effect on the development of children. Educational games used in the academic process open opportunities to learn in a fun way, it is a teaching resource that makes learning more permanent and retainable. It is thought that educational games contribute to students' cognitive psycho-motor and psycho-social development. In this regard, it is important to review the teachers' perspectives on the use of educational games in their lessons. From this point of view, and according to this research, it is aimed to bring up the teachers' usage of educational games in social studies. Within the scope of this purpose, the basic qualitative research approach is adopted as a method. The research study group consists of 15 social studies teachers working in a public school affiliated with the Ministry of National Education in the 2020-2021 academic year. The data of the research were collected through a demographic information form and a semi-structured interview form. The data obtained from the research were analyzed using a content analysis technique in MAXQDA 2020 program. At the end of the research, it had been determined that social studies teachers approach positively to the usage of educational games in the academic process to a large extent. At the same time, these games had made significant contributions to learning when used in their lessons from time to time. Particularly, it's been expressed that using educational games increases children's interest in the lesson by having fun and this situation facilitates reaching instructional goals.

Keywords: Social Studies, Educational games, Teacher, Teaching.

INTRODUCTION

It can be stated that people's childhood includes a stage that can be described as "special" in their lives. Getting to know life, exploring the world, communicating with people by establishing relationships with objects are among the first stages of this period. In this process, while human beings try to prove their existence in one aspect. In the other aspect, they also begin to gain a social personality. In addition to all this, it is natural to live one's childhood in its purest form. The different emotions that are experienced in this childhood stage appear to us as tempting features. The education process comes into play in shaping one's life and gaining a personality as a social being that directs his life. The educational process plays a significant role in helping children perform their duties according to their nature and achieving the desired goals. In this case, "game" is one of the indispensables at the beginning of the basic points where children's unique structures intersect.

The concept of "game" which has been preserved from the past to the present is an important phenomenon for the history of humanity. First games that were presented in the early ages started with people imitating what they saw around them, and this systematically changed over time and turned into purposeful games that continued in diverse ways until today. The main feature of the games appeared in societies, it includes the characteristics of the society and carries cultural traces in this way. In this situation, games turned into a part of social daily life and became an important field of interest in human life. Game, in a sense, reduces the environment of the world we live in into the world of the child. A child provides opportunities to himself according to suitable games for his age to find answers to questions about the real world. (Er & Karadeniz, 2021). According to Vygotsky, symbolic situations in the game reflect the cultural characteristics, social skills, and communication of the child who spontaneously learns through game and the rules of the game. (Çeçen 2007). Thanks to games, children have different perspectives on many issues. In addition to this, the game is important in helping the child reflect on his thoughts, develop his vocabulary, and learn cultural values. Game allows the child to show interest in many situations and to be confident and active in different environments. In short, it can be stated that games have a great effect on the learning of the child (Russ, 2003; Yıldız & Şener, 2003; Zabelina & Robinson, 2010). Naturally, the child himself, his language, and thought in a sense is a game. The child's self-expression, recognizing the environment, establishing relationships with people, and even practicing his profession can also be considered as a game (Bardak & Topaç,

2019). There are many types of games that play such a key role in children's lives. One of these is the first step and most crucial factor for children to learn by having fun.

Educational games enable students to communicate positively with each other and gain the skills and abilities to understand their lessons which are important tools that are used in this process. (Güven & Özerbaş, 2020). These games can be used as an effective method in improving imagination creativity and problem-solving skills, it also enables students to gain experience through independent thinking. (Aykaç & Köğce, 2021). According to the students, the important feature of this method is that there is a relationship between the objectives of the game and the learning objectives which is seen as the most fun method for them. In this sense, within the scope of the educational game, the objectives of the game should support the learning objectives, otherwise, these games cannot go beyond being an activity and gain an educational identity (Alessi & Trollip, 2001). From this point of view, it is seen that educational games are both entertaining and supportive of learning. The contribution of these games is of significant importance for individuals to learn by doing, to observe by experience, and to develop a perspective with a holistic understanding. (Biter, 2019). It can be said that these games play a key role, especially in terms of establishing a connection between children's theoretical and practical learning. At the same time, it can be stated that it makes a great contribution to the concretization of abstract learning, reinforcement of teaching, and the formation of permanent learning. (Çamlıyer, 2009). Educational games not only play an intermediary role in gaining instructional goals but also contribute to the personality development of children. It can be considered as an important resource, especially in the acquisition of many different kinds of skills as behavior and the taking place of various values as personality traits.

Within the scope of education, children enter into a learning process for different fields in a planned and systematic way. In this period, the social studies course comes first among the fields that play a key role in individuals' self-expression as a social being, their socialization, and gaining a social personality. Social studies: It is of vital importance for individuals to complete their physical, mental, and emotional development and to position themselves in the social order. Considering the developmental periods of children and the 4th-7th grades of the social studies lesson. Considering that it is taught in classrooms, the impact of this course on the lives of individuals can be better understood. In this critical phase of transition from childhood to adolescence, it is obvious that teaching social studies with different methods and techniques will add richness to this course. One of the elements to be used in this context is educational games. Educational games have a facilitating effect in the teaching of this course, as in other courses, in achieving the desired goals. The fact that the social studies course has a rich structure that includes social sciences and has a flexible understanding can be seen as factors that increase the usability of educational games in this course.

When the literature is examined, it is seen that many studies involving the use of educational games for different fields have been carried out. In addition to studies on educational games in social studies education (Uygun, Akkeyik & Öztürk, 2018; Bakar, Tüzün & Çağiltay, 2008; Altınbulak, Emir & Avcı, 2006; Akkuş & Aslan, 2013; Bayram & Çalışkan, 2019; Savaş & Gülüm 2014) based on literature (Cop & Kablan, 2018; Güneş, 2015; Kaytez & Durualp, 2014) are available in conceptual studies. In addition, there are studies on value and skill acquisition (Izgar, 2020; Çelik, 2020). When these studies on the field are evaluated in general, it is striking that there is a lack of teachers' views on the use of educational games in social studies education. Considering that teachers are an important component of the practitioner position in the education system, it can be said that this study will make an important contribution to the field of study. From this point of view, the main purpose of the research is to examine the opinions of teachers about the use of educational games in the social studies teaching process.

METHOD

Research Model

This study is qualitative descriptive research aiming to investigate teachers' views on educational game usage situations in the social studies teaching process. Although it is not a criterion whether social studies teachers have the experience of using educational games, it is the main purpose of the research to examine and describe what the teachers understand from the concept of educational games and their views on the use of educational games in lessons. Since it serves this descriptive purpose, the descriptive research design was determined in this study. Qualitative descriptive research design is defined as describing the thoughts of individuals about events or phenomena (Willis, Sullivan-Bolyai, Knafl, & Cohen, 2016). According to Sandelowski (2010), qualitative descriptive research can have similar features with qualitative research designs such as phenomenology and grounded theory research. In this research, it is qualitative descriptive research that reflects the similar features of the phenomenology design, because social studies teachers who participated in this study shared their experiences about educational games when appropriate. However, since it would be more suitable for the nature of this research, it was determined as a qualitative descriptive research design, not phenomenology.

Working Group

The study group of this research consists of 15 (8 female, 7 male) social studies teachers working in secondary schools affiliated to the Ministry of National Education in the 2020-2021 academic year. Professional experience of teachers ranges from 1 to 23 years. A suitable sampling method was used to determine the study group of the research. This sampling method is expressed as the collection of data from the participants that the researcher can easily reach (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz & Demirel, 2017). The determination of the study group that will participate in the research was based on volunteerism. To protect the personal information of the participants in the study, the codes "K1, K2.." was given to the teachers. Information about the teachers participating in the research is presented in Figure 1 with MAXMaps below.

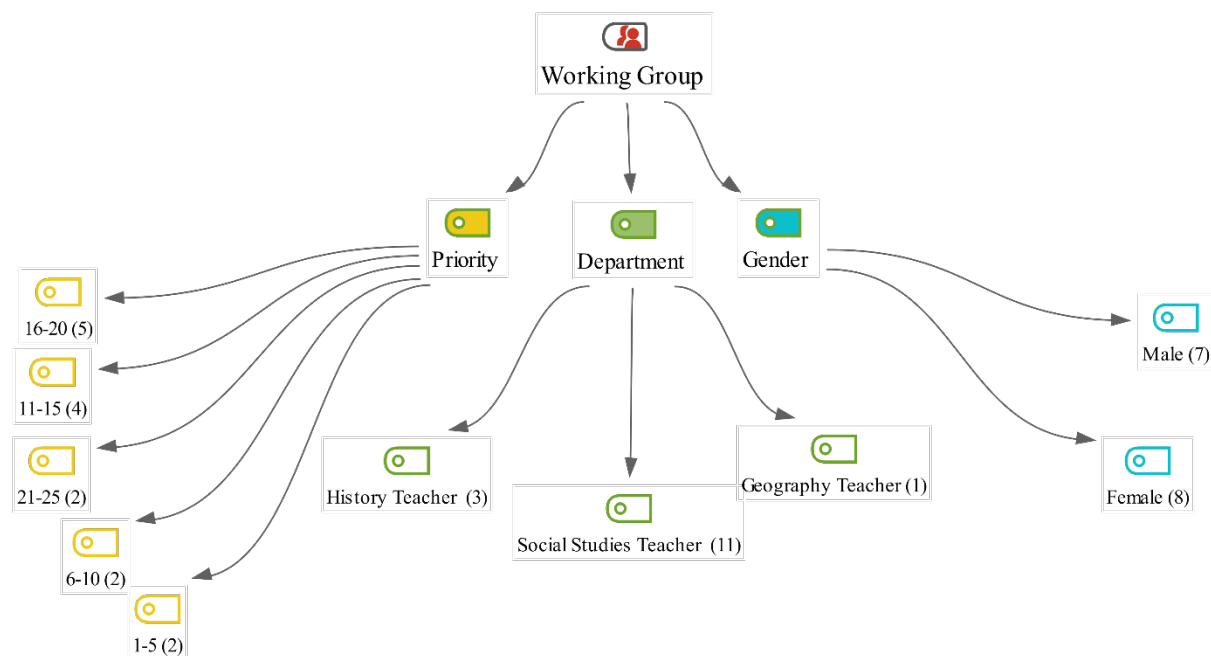


Figure 1. Information of the Teachers that participated in the Study

Data Collection Tool

The data of the research were collected in the 2020-2021 academic year. A demographic information form prepared by the researchers and a semi-structured interview form with 5 open-ended questions were used to collect the data. In order to determine the serviceability of the interview questions prepared by the researchers, expert opinions were obtained from two academicians and a Turkish teacher in the field of social studies education before the application. In line with the feedback received from the experts, the interview form was rearranged. Before the application, a pre-application was made with a social studies teacher who was not in the study group, and then the interview form was given its final form. The questions in the data collection tool are as follows:

- How would you describe the educational game?
- What is your educational game usage situation in your lessons?
- Are there any games you have designed to use in your lessons? If yes, can you tell us about the games you have designed?
- What do you think about the use of educational games in social studies lessons?
- What qualifications should the educational games designed for the social studies course have?

Data Collection and Analysis

The data obtained from the research were obtained from face-to-face interviews with teachers in a suitable environment. To prevent data loss in the research, the interviews were recorded with a voice recorder. A 25-page document was obtained from the audio recordings. These obtained data were analyzed using descriptive and content analysis techniques. In descriptive analysis, data are summarized and interpreted according to predetermined themes. In this study, the literature was examined and the questions in the data collection tool directed to the teachers were interpreted by using them as themes. The reason the content analysis technique is also used is that this method contributes to the establishment of conceptual connections between the obtained data and the goals (Büyüköztürk et al., 2017). According to Yıldırım and Şimşek (2016), "the main purpose in content analysis is to reach concepts and generalizations that can explain the collected data." With this analysis, an in-depth examination of the data and previously unknown codes, categories, and themes are obtained. It is analyzed

by bringing together related concepts and understandably interpreting them (Yıldırım & Şimşek, 2016; Büyüköztürk et al., 2017). The stages followed in order in the data analysis of the research are presented in Figure 2:

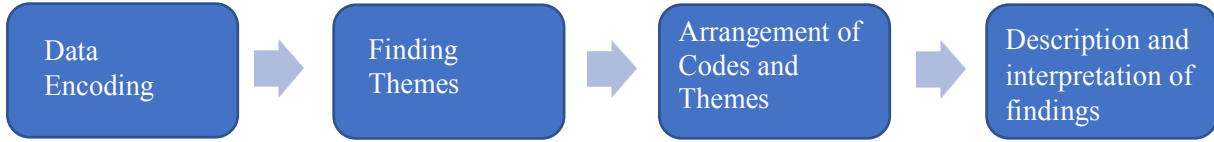





Figure 2. Stages Followed in Data Analysis

In the coding process of the data, the texts were analyzed using the MAXQDA 2020 qualitative data analysis program. The explanation of the visuals created to understand the figures stated in the findings of the research is given in Table 1 below.

Table 1. Expressions Used in Visualizing Data

 Kod	The code is the visual that expresses participants' views.
 Kategori	Category is visual that expresses the structures created by the codes coming together.
 Tema	The theme is the visual that expresses the meaningful whole created by categories.

To better understand the findings, direct quotations were made from the answers of the participants. To ensure the reliability of the data obtained from the research, the numbers of consensus and disagreement were determined in all comparisons on the coding made by the two researchers, and the reliability of the research was determined by the formula of Miles and Huberman (1994) ($\text{Reliability} = \frac{\text{Consensus}}{\text{Consensus} + \text{Disagreement}}$). In the study, this value was calculated as 0.92. According to Miles and Huberman (1994), a desired level of reliability is achieved when the agreement between expert and researcher evaluations approaches or exceeds 90%. The coding process ensures that the codes are clearly stated. In addition, this process contributed to the clarification of the definitions related to coding and the reliability of the research. Comparisons were made in the codes and themes obtained through these analyzes. As a result of these comparisons, the points of consensus and disagreement were determined, the necessary discussions were made, and the themes and categories were finalized.

RESULTS

The findings of the research were arranged according to the order of the questions in the data collection tool and the data analyzes were made into themes, categories, and codes in a way to form meaningful wholes, and the codes were listed according to their frequency values.

1. Educational Games from the Perspective of Teachers

In the interviews with social studies teachers in the research, firstly, the "How would you define educational game?" question was posed. The analysis of the answers given by the teachers to the related question is presented in Figure 3 with the MAXMaps Code-Subcode Sections Model.

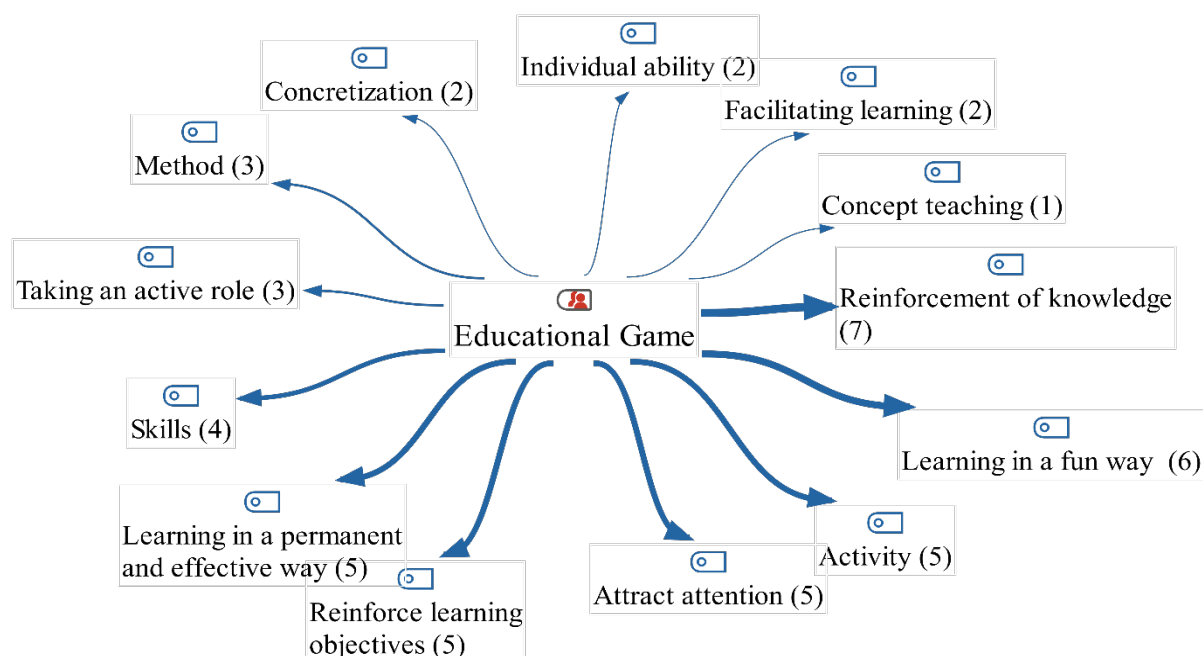


Figure 3. Educational Games from the Perspective of Teachers

In line with the answers and coding given by the teachers, 13 different codes were included under the "Educational game" category that could define the educational game. Consolidation of knowledge in the analysis of data ($f=7$), learning with fun ($f=6$), activity ($f=5$), attracting attention ($f=5$), reinforcing learning objectives ($f=5$), permanent and effective learning ($f=5$), skill ($f=4$), taking an active role ($f=3$), method ($f=3$), concretization ($f=2$), individual ability ($f=2$), learning facilitation ($f=2$) and concept teaching ($f=1$) codes were reached. When the definitions made by social studies teachers were evaluated, it was seen that they mostly emphasized the reinforcement of knowledge ($f=7$) and then learning by having fun ($f=6$). Only one teacher on the subject mentioned the concepts that should be taught to the students in the social studies course and talked about the concept of teaching ($f=1$). K2 expressed his thoughts on this subject as follows: "Educational games for a course that includes many concepts and has an intensive curriculum such as social studies course increases the interest of students in the course, eliminates conceptual confusion, provides more permanent learning and reinforcement of abstract concepts." Social studies teachers emphasized that in the definition of educational games, there are activities that enable students to gain knowledge, skills, and values, and to learn by having fun actively during the lesson. Direct quotations from the views of social studies teachers are as follows:

Educational game is a process in which the knowledge, skills and values that should be acquired by the students in the lesson can play an active role in the process, so that the students can become aware of their individual abilities, and they can acquire many skills such as communication, empathy and critical thinking by having fun.

K1: *Educational game is active in the process of learning the knowledge, skills, and values that should be acquired by the students in the course. Many roles, such as communication, empathy, critical thinking, where they can realize their abilities, it is a process where they can acquire the skill by having fun.*

K11: *It is an entertaining teaching technique that ensures the reinforcement of the learned information and the repetition of it in a more comfortable environment. Reveals and develops individual talents; In team games, it is an activation tool that teaches to follow the rules, to share the joy and sadness by gaining competitive ambition, and to train while playing.*

K12: *We can say that they are educational activities used in education for students to better understand and comprehend the subjects and achievements related to the course. It is a teaching method used by students to make unwanted boring subject repetitions more enjoyable while ensuring active participation of students in the lesson.*

2. Teachers' Use of Educational Games in Lessons

In the interviews with social studies teachers in the research, the second question posed was "How is your educational game use in your lessons?" The analysis of the answers given by the teachers to the related question is presented in Figure 4 with the MAXMaps Hierarchical Code-Sub Code model:

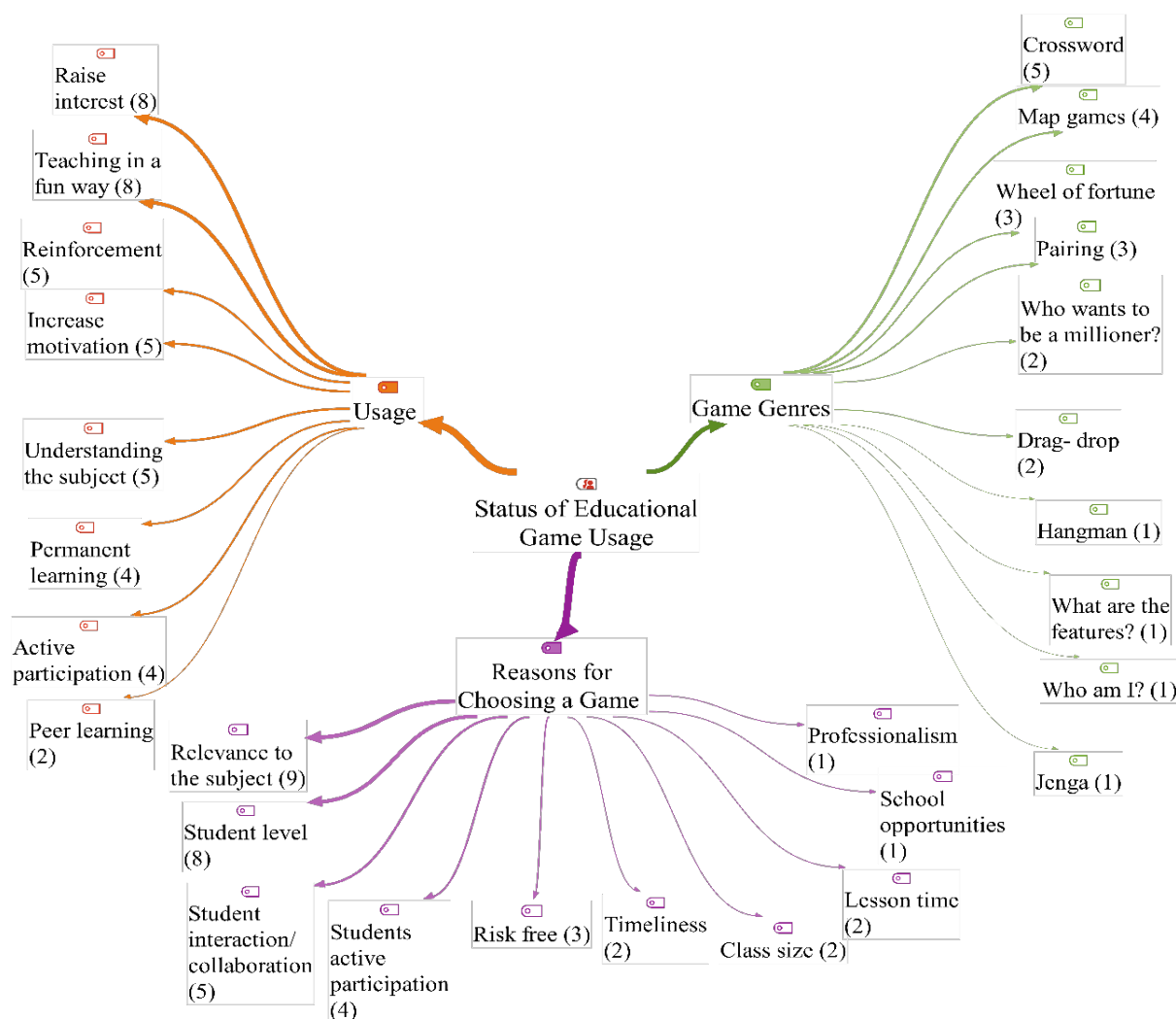


Figure 4. Teachers' Use of Educational Games in Lessons

In line with the answers and coding given by the teachers, under the category of "Use of educational games" A total of 37 different codes were included, which could form the sub-categories of educational game usage purpose, game types used and points to be considered in the reasons for choosing games.

• Purpose of Usage

In line with the answers given by the social studies teachers, 8 different codes were included in the category of usage. In the analysis of the data obtained Teaching with fun ($f=8$), increasing interest ($f=8$), reinforcement ($f=5$), increasing motivation ($f=5$), understanding the subject ($f=5$), active participation ($f=4$), permanent learning ($f=4$), and peer learning ($f=2$) codes were reached. When the answers given by the social studies teachers are evaluated, it is seen that they equally emphasize the subject of teaching by having fun and increasing the interest ($f=8$) in the purpose of use category. On this subject, K3 stated that it uses it to "attract the attention of the students, to both entertain and teach the students, to involve the students in the lesson with the game, to enable them to learn by doing and to teach by having fun". In addition to these, in the category of intended use, teachers are sequentially reinforced ($f=5$), increased motivation ($f=5$), understanding the subject ($f=4$), permanent learning ($f=4$), active participation ($f=4$), and peer learning. ($f=2$) were mentioned. Direct quotations from the views of social studies teachers are as follows:

K2: *While the students learn the abstract concepts in the learning areas permanently, active participation of the students in the lesson is ensured. In addition, by making the subject repetitions fun, I increase the interest of the students in the lesson.*

K4: *I use it to increase the motivation and interest of my students and to ensure that they learn the subject with fun and enjoyment. To increase the motivation and interest of my students and to enable them to learn the subject with fun and enjoyment.*

K11: *To increase the interest of our students in the lesson, to reinforce the learned information, to ensure permanent learning. To save the lesson from boredom. Trying to teach by having fun. To arouse interest and curiosity.*

• Game Types:

When the answers given by the social studies teachers were evaluated, there were 10 different types of games code in the category game types. It was observed that teachers mostly preferred puzzle (f=5) and map games (f=4). Direct quotations from the opinions of social studies teachers for this sub-purpose are as follows:

K3: *I usually use ready-made games, hook puzzles, word hunts, using dumb maps or map games, matching games, adapting orienteering sport to social studies lessons, etc. things like.*

K6: *I rather play the information bingo game that I designed myself. (I divide the class into three groups. From these three groups, students come to the board in order. The students choose the folded papers with scores on them from the bag and I ask them questions. If there are questions with a star in it and the student answers this question correctly, that student gets that star, and the group gets the score. The in-class performance grade of the student who accumulates 10 stars in a semester becomes 100.)*

K13: *Ready-made games used in digital environments. I use question and answer games prepared by students in cooperation.*

K14: *I use the Who am I and what am I game (scientists, sultans, mathematical location, continents and oceans, historical and touristic places).*

Game Selection Reasons:

When the answers given by the social studies teachers were evaluated, there were 10 different codes in the category of reasons for choosing games. Choosing games from teachers' appropriateness to the subject (f=9), student level (f=8), student interaction/cooperation (f=5), active participation of students (f=4), risk-free (f=3), timeliness (f=2), course hours (f=2), class size (f=2), school facilities (f=1) and being professional (f=1) codes were obtained. It has been observed that teachers pay attention to these issues. Direct quotations from the opinions of social studies teachers on this subject are as follows:

K4: *My priority is to make good use of the time since the social studies curriculum is intense and the course hours are short. I prefer educational games according to educational playtime. the chosen game should be suitable for the purpose in order words it must be suitable to the learning objectives.*

K6: *The size of the class, the level of the students, the course hours, and the learning period are important to me.*

K8: *When choosing a game, I pay attention to the fact that the game can be played in the classroom, that all students can participate, that it can be easily connected to the subject, that it allows students to learn by having fun, that it allows students to interact with each other, that it is suitable for students' level, and that it does not carry risks.*

K14: *Considering the possibilities of the school, I give priority to those who are adequately equipped at school in terms of tools and equipment to be used in the game. Since each student is different, I make a choice in the educational game to be played according to the student's gender, age, abilities, and physical characteristics. I pay attention to giving self-confidence-enhancing roles to non-social, recessive, introverted students.*

3. The Situation of Teachers in Designing Educational Games in Lessons

In the interviews with social studies teachers in the research, "Do you have any games designed to be used in your lessons? If yes, can you tell us about the games you have designed?" question was posed. Analysis of the answers given by the teachers to the related question is presented in figure 5 with the MAXMaps Hierarchical Code-Subcode Model.

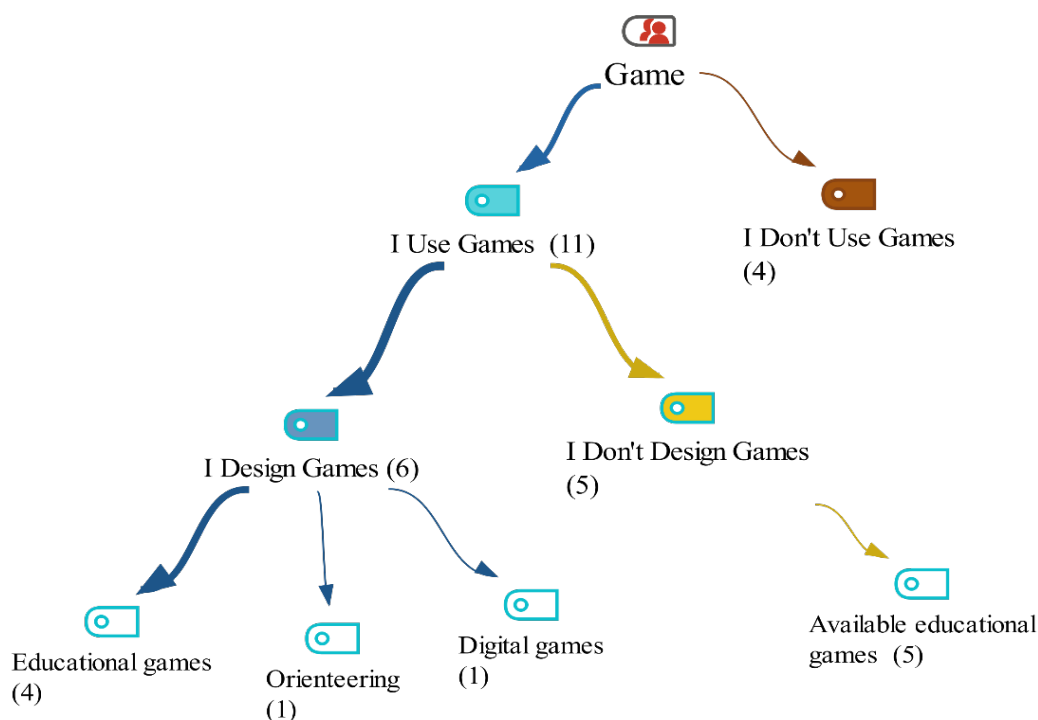


Figure 5. The Situation of Teachers in Designing Educational Games in Lessons

In the views of the social studies teachers participating in the research on the use of games in their lessons, it was determined that 11 teachers used games in their lessons and 4 teachers did not use games in their lessons. Afterward, it was found that 6 teachers designed games, and 5 teachers did not design games but was seen they benefited from the games in the existing literature. It is stated that teachers who design games mostly design educational games ($f=4$) followed by orienteering (1) and digital games ($f=1$). In this context, the opinions of some social studies teachers were obtained. Direct quotations are as follows:

K2: *I use educational games, intelligence games, traditional children's games, and digital games. There are ready-made digital games on many education pages, especially EBA.*

K3: *Other: I had the training of orienteering, it is a versatile sport both physically, mentally, and educationally. There are various types of this sport, and I used it in the repetition of the subject by adapting it to the social studies achievements.*

K8: *I use educational and digital games. I prepared a digital contest with questions over the Kahoot application to reinforce the subject of the students.*

4. Contribution and Limitations of Educational Games to Social Studies Teaching

In the interviews with social studies teachers in the research, "What do you think about the use of educational games in social studies?" question was posed. The analysis of the responses given by the teachers is presented in figure 6 with the MAXMaps Hierarchical Code-Subcode Model.

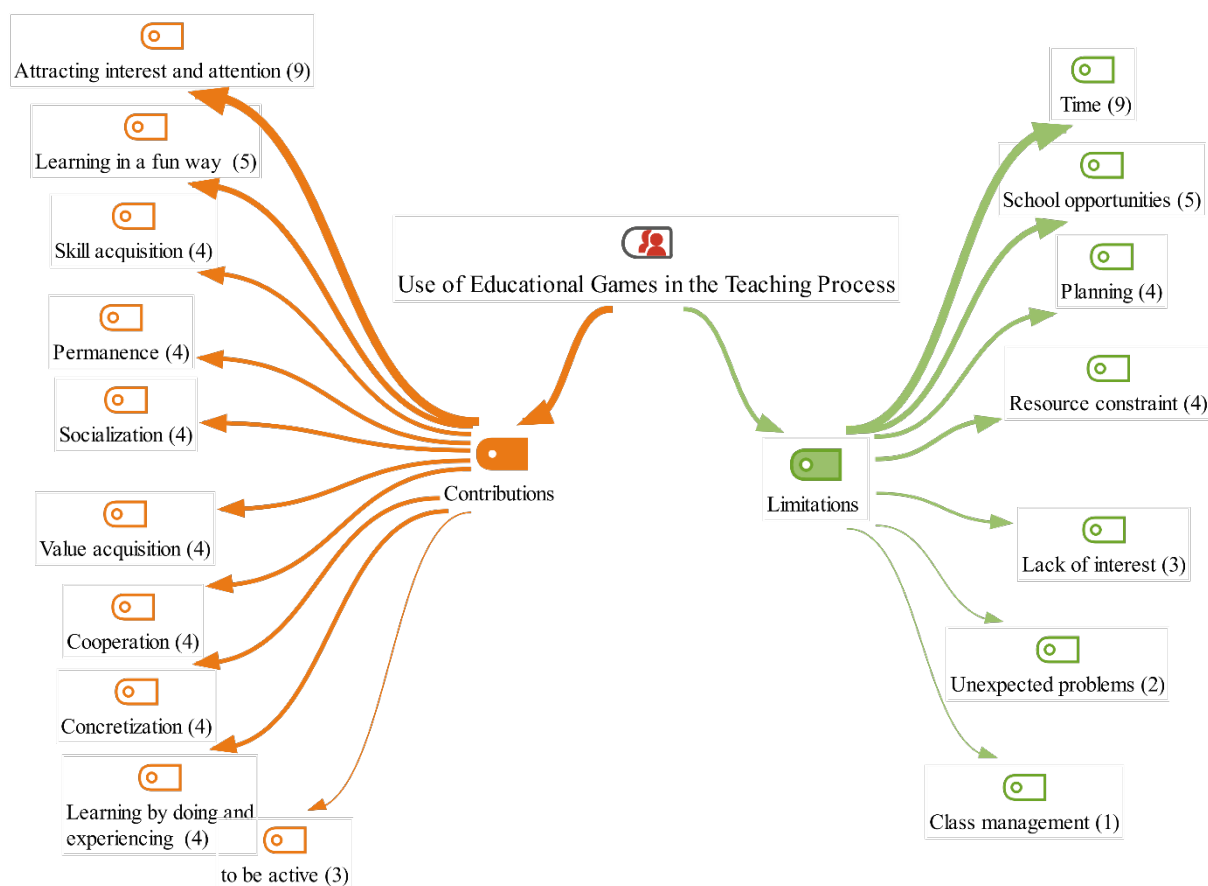


Figure 6. Contributions and Limitations of Educational Games to Social Studies Teaching

In line with the answers and coding given by the teachers, a total of 17 different codes were included under the category of "Use of educational games in the teaching process" that could form the sub-categories of contributions and limitations.

• **Contributions:**

When the answers given by the social studies teachers were evaluated, 10 different codes in the category of contributions were obtained. In the subcategory of contributions from teachers, attracting interest and attention ($f=9$), learning with fun ($f=5$), skill acquisition ($f=4$), permanence ($f=4$), socialization ($f=4$), value acquisition ($f=4$), cooperation ($f=4$), concretization ($f=4$), learning by doing ($f=4$) and being active ($f=3$) codes were obtained. It has been observed that teachers use educational games mostly to attract students' interest and attention to the lesson and at the least active points. Direct quotations from the opinions of social studies teachers on this subject are as follows:

K1: *The fact that the course includes abstract values and concepts makes it difficult for children in the concrete operational stage to understand the course. Educational games will be useful in gaining abstract values and concepts for students. With educational games, students realize permanent learning by doing and experiencing. Through games, students directly gain skills such as social participation, decision making, cooperation, critical thinking, empathy, communication, and self-control. Since it addresses all success levels, it prevents students with low success levels from making mistakes and ensures that they are active in the process.*

K7: *I think that it will contribute positively to the socialization of students and respect each other's rights.*

K8: *Even students who are passive in the classroom have the opportunity to socialize. Thanks to the entertaining and competitive features of the games, the student's perspectives on the lesson change and they are eagerly waiting for the lesson to come again. In terms of its contribution to remembering, it also allows what has been learned to be permanent.*

K11: *These games are very useful in terms of mobilizing children and creating cooperation. It is extremely useful for students to express themselves and to experience many emotions (success-sadness-excitement-appreciation, etc.).*

• Limitations:

When the answers given by the social studies teachers were evaluated, there were 7 different codes in the category of limitations. In the limitation's subcategory of teachers, time (f=9), school opportunities (f=5), planning (f=4), resource constraints (f=4), not attracting attention (f=3), unexpected problems (f=2) and classroom management (f=1) codes were obtained. Social studies teachers stated that the 3-hour social studies course, which is mostly included in the curriculum, has time inadequacies in terms of teaching with games. The least mentioned of the limitations expressed by the teachers is that classroom management is difficult while the students are playing games. Direct quotations from the opinions of social studies teachers on this subject are as follows:

K1: *The games take a lot of time because the weekly lesson hours are short. There may be difficulties in the supply of games that require materials.*

K2: *The fact that the social studies curriculum is intense, and the course hours are low are the most important factors that reduce the use of educational games in the course. The fact that educational games are not suitable in terms of school facilities (such as the garden, security for some games, small classrooms, digital inadequacies) and equipment affect the use of educational games in the course.*

K8: *The difficulty of finding suitable games for every subject, the fact that not every game can be played in the classroom, the time problem due to course hours, and the lack of games that provide equal opportunities for all students can be counted.*

K12: *We have time constraints to play the games and the course-specific resources related to these games are limited.*

5. Characteristics of Educational Games Designed for Teachers

In the interviews with the social studies teachers in the research, the last question "What qualities should the designed educational games for social studies have?" was posed. The analysis of the answers given by the teachers to the related question is presented in Figure 7 with the MAXMaps Code-Subcode Sections Model.

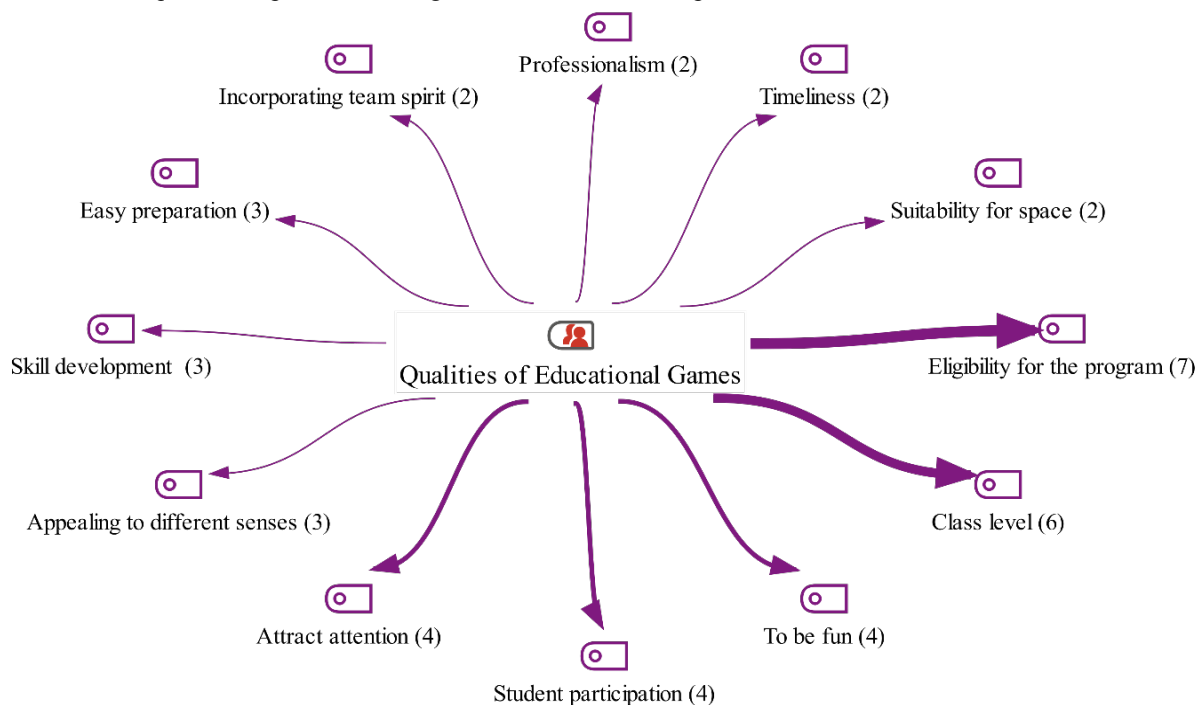


Figure 7. Characteristics of Educational Games Designed for Teachers

In line with the answers and coding given by the teachers, under the category of "Educational game qualities" There were 12 different codes. As a result of the analysis of the data, being suitable for the program (f=7), grade level (f=6), being fun (f=4), student participation (f=4), attracting attention (f=4), appealing to different senses (f=3), skill development (f=3), easy preparation (f=3), team spirit (f=2), professionalism (f=2), being up-to-date (f=2) and suitability for the place (f=2) codes were obtained. Social studies teachers emphasized that educational games should mostly be suitable for the program (f=7) and the grade level of the students (f=6) should be considered. Direct quotations from the views of social studies teachers are as follows:

K9: *It should be at a level that can provide students with abstract values and concepts that need to be taught. It should be applicable at all 5, 6, and 7th-grade levels. Games that require materials should be easy to prepare.*

K7: *It should be suitable for the class level of the student. Games should be designed in a way it helps the learning outcomes. Visuality is particularly important because it attracts students' attention. It should have the ability to contribute to the development of student skills.*

K6: *Materials should be prepared in a way that can be applied easily especially in crowded classes where students can show active participation and have fun. Otherwise, certain students in the class would be targeted.*

K8: *There should be no games that allow the teacher to lose control of the classroom while playing the game. While trying to achieve the targeted goals, the elements that will distract the students should not be included. Games that will keep their interests and desires at a high level should be included. Since games with a long teacher preparation process won't be preferred by teachers, games with a shorter preparation period should be designed.*

CONCLUSION and DISCUSSION

To investigate the opinions of teachers about the use of educational games in the social studies teaching process, 15 social studies teachers took part in this research. Participants expressed their opinions by answering five open-ended questions in a semi-structured interview form. The following conclusions have been reached in this direction below:

The elements that come to the fore in the views of social studies teachers on the definition of the educational game are mostly consolidation of knowledge, learning with fun, and other factors that make learning effective in diverse ways are listed. This result shows that teachers see educational games as a part of teaching and learning. They can be evaluated as they perceive it as an important source that helps them learn. As Güven, Ahi, Tan and Karabulut (2013) said the game-based learning technique, depending on the lesson achievements, allows the children to learn in the environment created by the teacher. It is an essential element of learning. At the same time, the diversity in the definitions of teachers can be interpreted in such a way that educational games can be beneficial from many different angles. The important point here is not game-oriented, but game usage in the context of the positive effect it has on students. At this point, Öztemiz and Önal (2013) said in their study that games are one of the most basic learning methods, especially for children. Each game can have a different effect on each student, and this allows for different learning and achievements.

In the opinions of social studies teachers about the use of educational games in their lessons, according to purpose, the views of increasing interest and teaching with fun stand out. These results can be interpreted in a way that shows that teachers' educational games are used as a facilitating tool in reaching the aims of the course in the teaching process. As Uberman (1998) states, the game is not just a time-filling tool. On the contrary, it is a valuable element to be used in the education process. The game can supply active participation and self-confidence in the lesson for the students who still are passive in the lesson or cannot express themselves. In Özgenç's (2010) study results, it was found that game-based activities increase students' participation and interest in the lesson. It is said that it affects positively and increases interaction. Every student's learning style is different. Because of the use of educational games in this sense, the positive contribution of educational games cannot be ignored. In the category of game genres, games such as puzzles, map games, wheel of fortune, and matching games are preferred. The result showed that teachers play different kinds of educational games to make the lesson more interesting. As it is pointed out in Yolageldili and Arıkan (2011), playing is a natural part of children's life. At this stage, besides ready-made games, it can be expressed that the games that are designed and prepared in cooperation with teachers and students create richness in use. The point to be considered here is that the games are per the aim courses, and the classroom climate and they should contribute to making the students happy rather than the source of the games. In the category of reasons for choosing a game, it can be said that the view of suitability to the subject and student level is preferred. When educational games are accepted as part of the in-class teaching process in the classroom, the teacher must consider many elements. Here, teachers' emphasis on the aims of the course/students can be seen as proof that they have teaching anxiety. In line with this finding as Uygun, Akkeyik and Öztürk (2018) said in their studies, in the purpose of choosing educational games, students' interest in the lesson will increase as well as it should not be forgotten that they will achieve a desired level of harmony through interaction. Similarly, in the studies of Topçu, Küçük, and Göktaş (2014), teacher candidates state factors to be considered in the selection of educational games, the first one being the criterion of suitability for student level. Another point here is that most of these reasons require the teacher to empathize with the student and create a structure that is compatible with the classroom atmosphere.

Opinions were looked for about the games they have designed if any about whether there are games that social studies teachers have designed to use in their lessons. In this direction, some of them state that they design games, and some of them state that they use the existing games in the field text. It is seen that teachers who design games mostly design educational games. This result is a sign that the participating teachers have a high tendency to use educational games. In today's increase in interaction and participation in the Education process, such an orientation of teachers in the understanding of education is one of the main factors that increase the usability of games. In support of this finding, Usta, Işık, Şahan, Genç, Taş, Gülay, Diril, Demir and Küçük (2017) As said in the results

of the study, when the achievements of the relevant subjects are taken into consideration and sufficient time and effort is spent, it is said that educational games can be designed according to class levels on any desired subject. It can be interpreted that the fact that teachers prefer educational games in designing games has a significant impact on the fact that these games supply convenience in classroom use and play a facilitating role in reaching the aims of the course. The fact that educational games are relatively suitable in terms of participation-interaction, feasibility-inclusivity compared to other game types can also be shown as reasons for preference. In this regard, Ding (2019) states that the elements to be emphasized in the game design process are decisive in integrating the game with education. It emphasizes that design features can have positive or negative results according to the physical and mental development level of the student. For this reason, he states that the games may need to be improved by re-examining them in line with the feedback to be received from the target audience at the end of the application. In addition, as an example of the opposite view, in Güneş (2010)'s study, teachers state that the process of designing a game is an economically costly and burdensome situation.

Contributions and limitations about the evaluations of the use of educational games by social studies teachers in lessons are explored. In the category of contributions, the view of attracting attention and learning by having fun comes to fore. On the other hand, in the category of limitations, time factors and school opportunities come to fore. The result regarding the contributions can be interpreted as those teachers see educational games both as strong support in terms of teaching and as an important factor that increases sympathy and participation in the lesson. In support of this finding, Uğurel's (2003) study emphasized that games have aspects that increase in-class interaction, enable learning by having fun, and keep the interest in the lesson at a high level. Similarly, in the study results of Kaya and Elgün (2015), the use of educational games in lessons is necessary and beneficial. It is stated that there are enjoyable activities that enable active participation in the lesson. In the results regarding the limitations, it can be said that the concerns about the in-class and extra-curricular elements come to fore and the participants care about the time factor because they prioritize the instructional goals. In the study of Usta et al., (2017), the participants stated that they had some difficulties in classroom control and time management in educational game applications. When viewed, the time factor is a determining factor that restricts the use of educational games in lessons and is far ahead of other limiting factors. In fact, overcoming this situation can be evaluated as other factors can be overcome more easily and limitations can be reduced. When we look at the opinions of the social studies teachers about the qualifications of the educational games designed for the lesson, it is seen that the elements of being suitable for the program and grade level are mostly preferred. Subsequently, it has been stated that many different elements are the qualities that should be found in educational games. In this situation, teachers' educational games are not only a game or a relaxing activity for students but rather a complementary element in the teaching process and contributing to the development of children in different ways can be considered as an activity that provides the study of Hazar and Altun (2018) in the results of the study, it was stated that the game should be suitable for the objectives of the course and the level of the students. supports the result. Ultimately, the quality of the games is a condition that also affects the quality of the course, so the quality of the teaching process requires that the educational games have a certain quality. In the light of all these evaluations, it can be said that the use of educational games as a teaching tool in social studies education will be an important resource. It can be stated that when this resource is used appropriately and efficiently, it will provide students with significant gains and contribute greatly to their development.

REFERENCES

- Alessi, S. M., & Trollip, S. R. (2001). *Multimedia for learning* (3 ed.). Boston, MA: Allyn and Bacon.
- Altınbulak, D., Emir, S., & Avcı, C. (2006). Sosyal bilgiler öğretiminde eğitsel oyunların erişime ve kalıcılığa etkisi. *Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 35-51.
- Aykaç, M., & Köğce, D. (2021). *Eğitsel oyunlar ile matematik öğretimi*. Ankara: Pegem Akademi.
- Bakar, A., Tüzün, H., & Çağiltay, K. (2008). Öğrencilerin eğitsel bilgisayar oyunu kullanımına ilişkin görüşleri: sosyal bilgiler dersi örneği. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* (H. U. Journal of Education), 35: 27-37.
- Bardak, M., & Topaç, N. (2019). *Oyun ve oyun materyalleri*. İstanbul üniversitesi açık ve uzaktan eğitim fakültesi ders notları. http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/cocukgelisimilisans_ao/oyunveoyunmateryalleri.pdf.
- Bayram, Y. T., & Çalışkan, H. (2019). Sosyal bilgiler dersinde kullanılan oyunlaştırılmış yaratıcı etkinlikler: bir eylem araştırması. *Journal of Individual Differences in Education*, 1(1), 30-49.
- Biter, M. (2019). *Sosyal bilgiler dersinde eğitsel oyunlarla değerler eğitimi: bir eylem araştırması*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2017). *Bilimsel araştırma yöntemleri* (23. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Cop, M. R., & Kablan, Z. (2018). Türkiye'de eğitsel oyunlarla ilgili yapılmış çalışmaların analizi. *Kocaeli Üniversitesi Eğitim Dergisi*, 1(1), 52-71. <http://dx.doi.org/>
- Çamlıyer, H. (2009). *Eğitim bütünlüğü içinde çocuk hareket eğitimi oyun*. Manisa: Celal Bayar Üniversitesi Matbaası.

- Çeçen, R. (2007). Bilişsel gelişim ve dil gelişimi. Deniz, M. E. (Ed.), *Eğitim psikolojisi* içinde. Ankara: Maya Akademi.
- Çelik, A. (2020). Sosyal bilgiler öğretim programında yer alan becerilerin öğretiminde kullanılabilecek geleneksel çocuk oyunlarının incelenmesi. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 9(1), 413-424.
- Ding, L. (2019). Applying gamifications to asynchronous online discussions: A mixed methods study. *Computers in Human Behavior*, 91, 1 -11. doi:10.1016/j.chb.2018.09.022.
- Er, H., & Karadeniz, O. (2021). Sosyal bilgiler öğretiminde eğitsel oyun kullanımı. Karadeniz, O. ve Er, H. (Ed.), *Eğitsel oyunlarla sosyal bilgiler öğretimi* içinde (s. 1-33). Ankara: Pegem Akademi.
- Güneş, F. (2015). Oyunla öğrenme yaklaşımı. *International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume*, 10/11. p. 773-786.
- Güneş, G. (2010). *İlköğretim ikinci kademe matematik öğretiminde oyun ve etkinliklerin kullanımına ilişkin öğretmen görüşleri (Kars ili örneği)*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Kafkas Üniversitesi, Kars.
- Güven, S., & Özerbaş, M. A. (2020). *Öğretim ilke ve yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Güven, G., Ahi, B., Tan, S., & Karabulut, R. (2013). Okul öncesi öğretmenlerinin kullandıkları öğretim yöntemleri hakkındaki görüşleri. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (34), 25-49.
- Hazar, Z., & Altun, M. (2018). Eğitsel oyunlara yönelik öğretmen görüşleri ve yeterliliklerinin incelenmesi. *CBÜ Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 13 (1), 52-72.
- Izgar, G. (2020). Eğitsel oyunların öğrencilerin değer kazanımlarına etkisi: Bir durum çalışması. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 18(40), s. 207-241.
- Kaya, S., & Elgün, A. (2015). Eğitsel oyunlar ile desteklenmiş fen öğretiminin ilkökul öğrencilerinin akademik başarısına etkisi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 23(1), 329-342.
- Kaytez, N., & Durualp, E. (2014). Türkiye’de okul öncesinde oyun ile ilgili yapılan lisansüstü tezlerin incelenmesi. *Uluslararası Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, Yıl:2, Sayı:2.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Thousand Oaks, California: SAGE Publications, Inc.
- Özgenç, N. (2010). *Oyun temelli matematik etkinlikleriyle yürütülen öğrenme ortamlarından yansımalar*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon.
- Öztemiz, S., & Önal, H. İ. (2013). İlkokul öğrencilerinin oyun tekniği ile okuma alışkanlığı kazanmasına yönelik öğretmen görüşleri: Ankara Beytepe ilkokulu örneği. *BEU SBE Dergisi*, Cilt: 2 Sayı: 1.
- Russ, S. W. (2003). Play and creativity: developmental issues. *Scandinavian Journal of Educational Research*, 47, 291-303.
- Sandelowski, M. (2010). What's in a name? Qualitative description revisited. *Research in Nursing & Health*, 33(1), 77-84. doi: 10.1002/nur.20362.
- Savaş, E., & Gülüm, K. (2014). Geleneksel oyunlarla öğretim yöntemi uygulamasının başarı ve kalıcılık üzerine etkisi. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:16, Sayı:1, s. 183-202.
- Topçu, H., Küçük, S., & Göktaş, Y. (2014). Sınıf öğretmeni adaylarının ilköğretim matematik öğretiminde eğitsel bilgisayar oyunlarının kullanımına yönelik görüşleri. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*. Vol.5 No.2, 119-136.
- Uberman, A. (1998). The use of games, Vol:36, No:1, <http://dosfan.lib.uic.edu/usia/E-IA/forum/vols/vol36/no1/p20.htm>. 20.09.2021.
- Uğurel, I. (2003). *Ortaöğretimde oyunlar ve etkinlikler ile matematik öğretimine ilişkin öğretmen adayları ve öğretmenlerin görüşleri*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Usta, N., Işık, A. D., Şahan, G., Genç, S., Taş, F., Gülay, G., Diril, F., Demir, Ö., & Küçük, K. (2017). The opinions of pre-service teachers on the usage of games in mathematics teaching. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(1), 328-344.
- Uygun, K., Akkeyik, U., & Öztürk, C. (2018). Eğitsel oyunların sosyal bilgiler öğretimine etkisi: Etkinlik örneği. *Araştırma ve Deneyim Dergisi (Adeder)*, 3(2), Aralık.
- Willis, D. G., Sullivan-Bolyai, S., Knafl, K., & Cohen, M. Z. (2016). Distinguishing features and similarities between descriptive phenomenological and qualitative description research. *Western Journal of Nursing Research*, 38(9), 1185-1204. doi: 10.1177/0193945916645499.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (10. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız, F. Ü., & Şener, F. (2003). *Okul öncesi dönemde yaratıcılık eğitimi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Yolageldili, G., & Arıkan, A. (2011). Effectiveness of using games in teaching grammar to young learners, *Elementary Education*, 10(1), <http://ilkogretimonline.org.tr>, 219-229. 13.09.2021
- Zabelina, D. L., & Robinson, M. D. (2010). Child’s play: facilitating the originality of creative output by a priming manipulation. *Psychology of Aesthetics, Creativity and the Arts*, 4(1), 57-65.

THE ADAPTATION OF THE INSTAGRAM ADDICTION SCALE (TIAS) INTO TURKISH: VALIDITY AND RELIABILITY STUDIES

Aylin TUTGUN ÜNAL

Assoc.Prof., Faculty of Communication, Üsküdar University, İstanbul, Turkey

aylin.tutgununal@uskudar.edu.tr

ORCID ID: 0000-0003-2430-6322

Nevzat TARHAN

Prof., Department of Psychiatry, Üsküdar University, NPIstanbul Neuropsychiatry Hospital, İstanbul/Turkey

nevezat.tarhan@uskudar.edu.tr

ORCID ID: 0000-0002-6810-7096

Patrizia MURADİ

Ph.D. Student, Department of Psychology, Üsküdar University, İstanbul/Turkey

patricia_muradi@yahoo.com

ORCID ID: 0000-0002-1099-9925

Ayşe Sena KURT

Ph.D. Student, Department of Psychology, Üsküdar University, İstanbul/Turkey

klunikpsikolog.aysesenakurt@gmail.com

ORCID ID: 0000-0001-5644-7571

ABSTRACT

In this study, the aim was to conduct Turkish linguistic equivalence, validity and reliability studies of The Instagram Addiction Scale (TIAS) developed by Sholeh and Rusdi (2019) so that it can be used in the Turkish sample. This measuring instrument consists of two scales namely Instagram Feed Addiction and Instagram Story Addiction compiled based on addiction components 1) Salience; 2) Mood modification; 3) Tolerance; 4) Withdrawal; 5) Conflict; and 6) Relapse. In this study, TIAS was applied to a sample of 587 people across Turkey. Positive and significant values were obtained as a result of the Pearson correlation coefficients made to examine the compatibility between the English and Turkish forms of both scales. As a result of the explanatory and confirmatory factor analysis, the 20-item Instagram Feed Addiction Scale, originally consisting of 6 factors, consisted of 4 factors in Turkish scale form.

It was revealed that Instagram Story Addiction, consisted of 6 factors in the original scale and 3 factors in the Turkish scale. 1 item in the original 22-item scale was eliminated from the Turkish scale due to its low factor load, and as a result of the EFA and CFA, a 21-item and 3-factor Turkish ISA was obtained. 1 factor in the scale was formed in the same structure as the original scale, while the other 2 factors were formed by the combination of some factors in the original scale.

As a result, the factor structure of both scales was modeled and confirmed by confirmatory factor analysis, and the goodness of fit values was found acceptable. The internal consistency coefficients of both scales ranged between .60 and .93. The scales are in 5-point Likert type, graded between “Strongly disagree” and “Strongly agree”. As a result, the factor structure of both scales was modeled and confirmed by confirmatory factor analysis, and the goodness of fit values was found acceptable. Thus, two scales in TIAS have been included in the scientific literature so that they can be used to measure Instagram Addiction of social media users of various ages.

Keywords: Instagram Addiction, Instagram Addiction Scale, Instagram Story, Validity, Reliability

INTRODUCTION

The fact that the interest in social media is increasing day by day brings with some negative factors. Instagram, one of the social media platforms, has become one of the indispensable applications of the new generation smart phones, and when the most used category is examined, it is seen that it occupies the 5th place in the world ranking (Tankovska, 2021).

Instagram addiction has begun to turn into an increasing problem socially, physically and psychologically (Sholeh & Rusdi, 2019). Surely, it is of great importance today to prevent the increasing use and dependencies related to not only Instagram but also many social networking sites (Griffiths & et.al. 2020; Spence & et.al. 2020; Tarhan & Tutgun-Ünal, 2021; Tutgun-Ünal, 2019, 2020a, 2020b, 2021; Tutgun-Ünal & Deniz, 2020).

Although the history of addiction generally included issues related to alcohol, cigarettes or a drugs, and the internet or addiction to it was initially expressed by experts in the context of a problematic behavior (Carbonell & Panowa, 2017; Deniz & Tutgun-Ünal, 2016; Tutgun-Ünal & Deniz, 2015, 2016; Young, 1998). However, the behavior changes the hormones secreted by the brain and its functions (Tarhan & Nurmedov, 2019). This state is characterized by some situations such as emotional discomfort, introversion, deterioration in social relations

(Dalvi-Esfahania & et.al. 2019), and it can also pose the danger of addiction (Leong & et.al. 2019), just like a double-edged knife.

The results of a survey conducted by the Kingdom's Royal Society for Public Health show Instagram as the application with the strongest out-of-control effect, such as anxiety and depression, decreased sleep quality, bullying and FOMO (Fear of Missing Out) (Cramer & Inkster, 2017; Metin, Pehlivan & Tarhan, 2017; Tarhan, Ekinci & Tutgun-Ünal, 2021). In addition, it is stated in studies that Instagram posts also trigger voyeurism as a sexual disorder (Amâncio & Doudaki, 2017).

When the scales for Instagram addiction were examined in the literature, the thesis study titled "Examination of the Relationship Between Instagram Addiction, Personality Traits and Self-Liking in University Students" developed by Kırçaburun (2017) was found. While measuring Instagram Addiction, the researcher carried out his research by choosing "Instagram" instead of "Internet" expressions in the Internet Addiction Scale developed by Young (1996) and adapted into Turkish by Bayraktar (2001). Kırçaburun and Griffiths, published two articles about problematic Instagram use and the role of perceived feeling of presence, escapism and self-liking (Kırçaburun & Griffiths, 2018, 2019). Then, a study called "A Research on Measuring Instagram Addiction" by Aslan and Ezin in 2018 was found and the "Instagram Addiction Scale" developed by Kırçaburun (2017) was used in the study. Lastly, it was seen that Instagram Addiction Scale (IAS) adaptation study of Kavaklı and İnan (2021), developed by D'Souza and colleagues (2018).

The first multidimensional developed scale for Instagram addiction is The Instagram Addiction Scale (TIAS) by Sholeh and Rusdi in 2019. TIAS itself consists of two scales; Instagram Feed Addiction and Instagram Story Addiction. Since linguistic equivalence studies have not yet been conducted in Turkish, it is considered important to bring these scales to Turkey. In this study, it is aimed to adapt the Turkish version of The Instagram Addiction Scale (TIAS) developed by Sholeh and Rusdi (2019), to be used in the Turkish sample and to carry out validity and reliability studies.

METHOD

Research Group

For the Turkish validity and reliability studies of The Instagram Addiction Scale (TIAS), the population was formed from people aged 15 and over. Accordingly, the sample of the study was composed of 587 people in Turkey. Since scale adaptation studies will be carried out, it has been tested whether the dataset is suitable for factor analysis.

When the sample is examined, 69.6% of the 587 participants are female and 30.4% are male. Their age distribution is between 15 and 70, with a mean age of 32. 50.7% of the participants are single, 41.6% are married. 51% of them have a university, 19.6% a master's degree, 15.4% a high school, 7% a doctorate, 6% a higher education level.

Data Collection Tool

The Instagram Addiction Scale (TIAS)

The research data required for Validity and Reliability studies were collected with The Instagram Addiction Scale (TIAS) developed by Sholeh and Rusdi (2019). TIAS includes two scales. Accordingly, the first scale named Instagram Feed Addiction (IFA) consists of 20 items and 6 dimensions. The second scale was named Instagram Story Addiction (ISA) and consists of 22 items and 6 factors. The factor names of both scales are the same. Accordingly, the factors of "Salience, Tolerance, Mood Modification, Relapse, Withdrawal, and Conflict" represent addiction components. The 5-point Likert-type scales form the TIAS as two separate scales. Although the factor names are the same, the number of items under the factors is not the same in the two scales.

Sholeh and Rusdi (2019) conducted validity and reliability studies of the scales in their research and found appropriate values. Cronbach Alpha values, which are the internal consistency coefficients of IFA, ranged from .65 to .92. The internal consistency of the factor named "Salience" of the ISA was found to be .34. This value indicates low reliability. The highest Cronbach Alpha value was found to be .88. On the other hand, exploratory factor analysis (EFA) was performed with both scales, but confirmatory factor analysis (CFA) was not performed. In order to eliminate these deficiencies in the Turkish form, the scales will be subjected to linguistic equivalence studies and factor structures will be modeled and verified with EFA and CFA studies.

Process

Translation Work: In order to obtain the Turkish form of the TIAS, the items in the original inventory were first translated into Turkish by an expert who is competent both in Turkish and English. Then, it was ensured that the sentences were understandable by checking them by two field experts who knew both languages well.

Application of TIAS: Ethical approval was given to the research by the Üsküdar University Non-Interventional Research Ethics Committee with the number of 61351342/NİSAN2021-27. Data collection process was carried out on a voluntary basis by using an online survey form in 1-10 May 2021. The study group sample was randomly selected and consisted of people aged 15 and over. IFA and ISA scales were administered to the participants via an online questionnaire and it took an average of 15 minute to complete the questionnaire.

Data Analysis

Pearson correlation coefficient was used for the linguistic equivalence of TIAS, which is to determine the consistency between the Turkish and English forms. In order to test the construct validity of the TIAS, factor analysis was applied to 287 sections of the dataset consisting of 587 people. Afterwards, confirmatory factor analysis was applied to the section of 300 people. The Cronbach Alpha internal consistency coefficient was tested in the reliability studies. SPSS 26.0 statistical program was used for the validity and reliability analysis. Further, modeling was made for the relationship and harmony of the dimensions with the AMOS program and the goodness of fit values (Chi-square/freedom of degrees, RMSEA, NFI, NNFI, CFI, GFI and AGFI) were calculated.

FINDINGS

In this part of the study, evaluations are made for The Instagram Addiction Scale (TIAS). In this context, the findings obtained as a result of validity and reliability studies are included.

Linguistic Equivalence Study of TIAS

The English and Turkish forms of the TIAS were administered to 25 postgraduate students at the department of Psychology from Üsküdar University three weeks apart in Turkish and English. After the applications, the Pearson correlation coefficient was calculated. The time interval between the two tests is specified as 2 to 4 weeks or 3 to 6 weeks according to different opinions in the literature (Ergin, 1995; Özgüven, 1994).

It was made for two applications with Instagram Feed Addiction and Instagram Story Addiction scales. When the Pearson correlation coefficients were examined, the lowest value for both scales was .40 and the highest value was .82, and the correlation coefficient between the total scores of the items in the Turkish and English forms was also found to be positive and significant ($r: .77; p < 0.001$). In addition, according to the independent group t-test for both scales, it was determined that there was no significant difference between the two applications ($t: .34; df: 23; p > 0.05$). The results obtained showed that the consistency between the two applications of the scales was at an acceptable level.

Validity and Reliability Study of TIAS

Exploratory Factor Analysis (EFA) is frequently applied as one of the statistical calculation techniques made in accordance with a large number of variables within the scope of the construct validity of scale development (Balci, 2001; Bryman and Cramer, 1997; Büyüköztürk, 2018; Hovardaoğlu and Sezgin, 1998; Kalaycı, 2010; Kleinbaum, Kupper and Muller, 1998). Before applying EFA, Bartlett test and Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) test were applied (Büyüköztürk, 2018). A KMO value of .90 and above is considered "excellent", between .80-.89 "very good", between .70-.79 as "good", between .60-.69 "moderate", .50-a range of .59 is considered "weak", and anything below that is considered "unacceptable" (Kalaycı, 2010; Sharma, 1996; Tutgun-Ünal & Deniz, 2015). Also, the Bartlett Sphericity value is expected to be significant. Accordingly, the KMO coefficient value of the Instagram Feed Addiction Scale was found to be .902. The result of the Bartlett Test of Sphericity was found to be significant ($X^2=2747,466, df: 190 p=0.000$). Whereas, the KMO coefficient value of the Story Addiction Scale was found to be .902. The result of the Bartlett Test of Sphericity was found to be significant ($X^2=2747,466, df: 190 p=0.000$). The results showed that the data were suitable for factor analysis (Sharma, 1996).

Construct Validity Study of Instagram Feed Addiction Scale

Factor analysis for the construct validity of Instagram Feed Addiction (IFA) started with 20 items in the original scale form. After EFA was applied, since values with an eigenvalue greater than 1 were accepted for factor formation (Tinsley & Tinsley 1987), a 5-factor structure emerged in the first stage in IFA. When the item and size distributions in the rotation table were examined, it was found that 4 dimensions in the original scale were formed in the same way, but the other 2 dimensions were mixed. Therefore, it was tested manually with 4-factor EFA whether the two dimensions could be combined or not. Compliance was achieved in the first stage in line with the Varimax Rotation Table. Accordingly, the item loadings were found to be the highest .859 and the lowest .456 for 20 items. The explained variance ratio was found to be 60,31. The item factor loading values of the 4-dimensional scale are given in Table 1.

Table 1. Factor Loading Values of Instagram Feed Addiction (IFA) Items

items		F1	F2	F3	F4
Relapse / Withdrawal / Conflict	18. I find it hard to share time for hobbies, rest, or exercise because I spend my time checking Instagram feed.	.756			
	17. I often see many contents of Instagram feed which cause me to neglect my work/lectures/study time.	.732			

	items	F1	F2	F3	F4
$(\alpha=.90)$	20. My family often complains because I spend too much of my time on Instagram (checking the feed).	.718			
	19. I find it hard to sleep early because I always see feed on Instagram.	.712			
	12. I decided to look at Instagram feed less often, but I did not manage to do it.	.692			
	16. I become anxious or I have problems if I am prohibited to check my Instagram (see the feed).	.689			
	13. I get easily irritated if I am prohibited from seeing the Instagram feed.	.647			
	11. I try to limit my time for Instagram (see the feed), but it does not work.	.627			
	15. I feel annoyed if someone else bothers me when I see Instagram feed.	.614			
	14. I often cancel appointments with other people because of Instagram (checking Instagram feed).	.537			
	10. I spend a lot of time looking at photo/video posts on Instagram feed.	.456			
	Mood Modification $(\alpha=.79)$	9. I see the contents of posts on the Instagram feed to reduce restlessness.		.859	
8. I see the contents of the Instagram feed to forget about personal problems.			.842		
7. I see the contents of Instagram feed posts to reduce feelings of guilt, anxiety, helplessness, or depression.			.615		
Salience $(\alpha=.71)$	2. I often think about what is happening on Instagram when I do not access it.			.722	
	3. I keep thinking and feel curious when I do not see the contents of the Instagram feed.			.688	
	1. I often think of any photos/videos posted by others on the Instagram feed.			.650	
Tolerance $(\alpha=.60)$	5. I commented on photos/videos posted by friends on Instagram feed to get feedback.				.695
	4. I post photos/videos on Instagram feed to attract others' attention.				.586
	6. I always think of what filters and captions for the photos/videos that I will post on Instagram Feed.				.557

When the item factor loading values were examined, the item loading values of the 4-factor structure of the scale took appropriate values. Items 1-10, which constitute separate factors in the original scale, formed a single factor together in the Turkish form. While naming the new factor, 3 words in the original scale were combined and named as "Relapse/Withdrawal/Conflict". Other factors were also found to be compatible. Accordingly, by adhering to the original scale, 1st, 2nd, 3rd items were named as "Salience"; 4th, 5th, 6th items were named as "Tolerance"; 7th, 8th, 9th items were named as "Mood Modification". On the other hand, while 10th item was under "Mood

Modification” in the original scale, it was under the factor of “Relapse/Withdrawal/Conflict” in the Turkish version. Considering the meaning of the item which describes excessive use, the distribution of this was found appropriate.

Then, in the confirmatory factor analysis performed with a different dataset of 300 people, the factorial structure obtained was tested. In other words, its accuracy and goodness-of-fit values were questioned by modeling. According to the findings obtained in the confirmatory factor analysis, Chi-square/degrees of freedom was: 3,14; RMSEA: 0,08; NFI: 0,81; NNFI: 0,88; CFI: 0,86; GFI:0,82 and AGFI: 0,77. Thus, these goodness-of-fit index values were found acceptable. It was concluded that the Turkish version of IFA consisted of 4 factors.

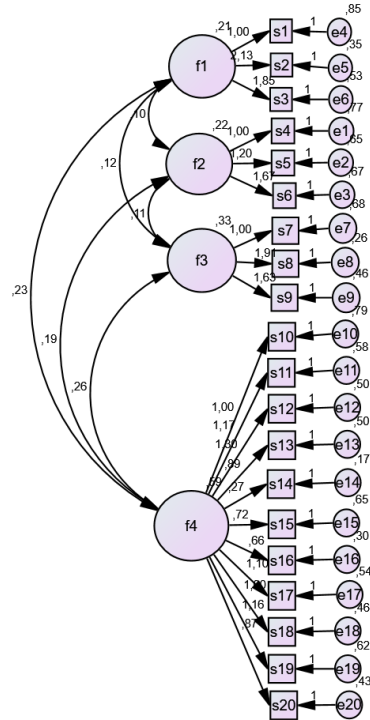


Figure 1. Confirmatory Factor Analysis of Instagram Feed Addiction

Construct Validity Study of Instagram Story Addiction Scale

Factor analysis was performed for construct validity studies with 22 items in the original scale. In the factor analysis performed without any intervention, the eigenvalue value created more than 1 factor and 4 factors emerged. However, in the comparison with the original scale, item factor distributions did not show an appropriate structure. For example, the 1st and 2nd items and the 3rd and 4th items formed a factor together in the original scale, and in this study, they were all distributed into separate factors. Similarly, the 18th item formed a factor together with the 2nd and 4th items. In order to obtain a more meaningful structure, EFA was performed manually with 3 factors. Accordingly, the factor loading of an item was found to be low. Item 1 was eliminated with a load of .29, and EFA was performed again without including Item 1 and the appropriate structure was obtained. The variance rate explained by the 1st factor with an eigenvalue of 9.49 is 45.20%. The variance rate explained by the 2nd factor with an eigenvalue of 1.99% is 9.49%, and the variance rate explained by the 3rd factor with an eigenvalue of 1.33 is 6.43%. The total explained variance rate was found to be 61.04%. Accordingly, the item factor loading values of the 3-dimensional scale are given in Table 2.

Table 2. Factor Loading Values of Instagram Story Addiction (ISA) Items

	Items	F1	F2	F3
	15. I tried to less watching others' Instagram stories, but it did not work.	.756		
Relapse / Withdrawal / Conflict ($\alpha=.93$)	14. I decide to see the contents of Instagram stories less often, but it didn't work.	.732		
	20. I watch Instagram stories too much that I neglect work/lectures/study time.	.718		

	Items	F1	F2	F3
	22. I find it hard to sleep early because I always check Instagram stories.	.712		
	21. I find it hard to spend my time into hobbies, rest, or exercise because of Instagram stories.	.692		
	8. I feel there is an urge to continue checking Instagram stories continuously.	.689		
	12. I spend a lot of time watching others' Instagram stories.	.647		
	16. I get irritated easily if I am prohibited from watching Instagram stories.	.627		
	10. I keep thinking and feel curious when I do not see Instagram stories.	.614		
	13. I check Instagram stories the first time I wake up.	.537		
	17. I feel annoyed if someone else is bothering me when I'm looking at the contents of Instagram stories.	.456		
	11. I feel bored if I do not see the contents of Instagram stories.			
	9. I often think about what others upload on Instagram stories.			
	19. I get nervous if I am prohibited from watching Instagram stories.			
Mood Modification ($\alpha=.89$)	6. I check the content of Instagram stories to forget personal problems.		.859	
	7. I see the contents of posts on the Instagram stories to reduce restlessness.		.842	
	5. I check the content of Instagram stories to reduce feelings of guilt, anxiety, helplessness, or depression.		.615	
Saliency / Tolerance ($\alpha=.67$)	2. I often plan to do a live stream (live stream) on Instagram.			.722
	18. I often cancel appointments with others because I see Instagram stories.			.688
	4. I give comment on my friends' Instagram stories to get feedback.			.650
	3. I make Instagram stories about my activities to get others' attention.			

The model confirmatory factor analysis created to confirm the 3-factor structure obtained after the EFA was verified. The CFA model made with a dataset of 300 people is shown in Figure 2. According to the findings obtained in the confirmatory factor analysis, Chi-square/degrees of freedom value was: 4,20; RMSEA: 0,08; NFI: 0,82; NNFI: 0,84; CFI: 0,88; GFI: 0,87 and AGFI: 0,78. Thus, these goodness-of-fit index values were found acceptable. It was concluded that the Turkish version of the ISA consisted of 3 factors.

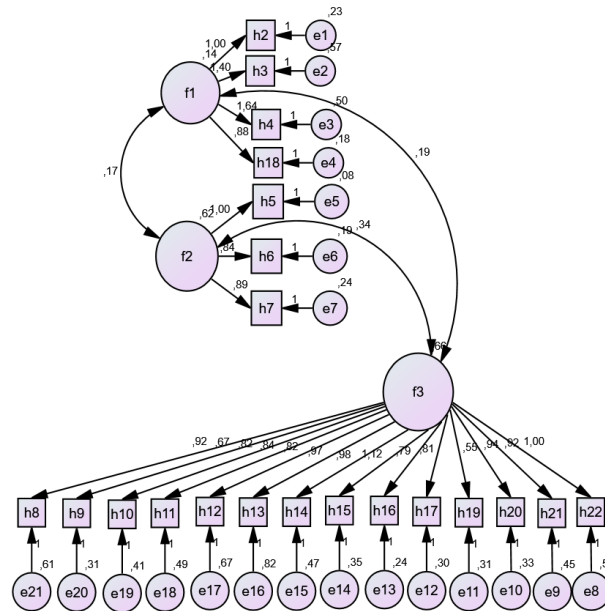


Figure 2. Confirmatory Factor Analysis of Instagram Story Addiction

CONCLUSION AND DISCUSSION

This study aimed to establish the validity and reliability of the Turkish version of The Instagram Addiction Scale (TIAS) developed by Sholeh and Rusdi (2019) in a Turkey sample. At the beginning of the study, linguistic equivalence studies of two scales named Instagram Feed Addiction and Instagram Story Addiction in TIAS were carried out. As a result of the exploratory factor analysis and confirmatory factor analysis, it was found that both scales partially paralleled the original scale structure, but differed in some points.

Firstly, the Turkish construct validity studies of the Instagram Feed Addiction Scale consisted of 20 items in the Turkish scale form. It was found that 6 dimensions in the original scale exhibited a structure as 4 dimensions in the Turkish scale, and the 4-dimensional scale structure was confirmed in the model established with CFA. Accordingly, in the Turkish scale form, 3 items constitute the “Salience” dimension, 3 items constitute the “Tolerance” dimension, 3 items constitute the “Mood Modification” dimension and the remaining 11 items constitute the “Relapse/Withdrawal/Conflict” dimension. As can be seen, 3 different dimensions in the original scale were combined into a single dimension in the Turkish form. The scale structure was found to be acceptable in the analyses made with EFA and CFA and the factors are related to each other. The Cronbach Alpha internal consistency coefficients of the factors were found to be the lowest .60 and the highest .90.

The other scale, Instagram Story Addiction, created a structure with 21 items in the Turkish form, although there were 22 items in the original form. Since the factor loading of the 1st item in the Turkish version of this scale was found to be low, it was eliminated from the scale. The 21-item Instagram Story Addiction Scale consisted of 6 factors in the original scale form, while some factors were combined in the Turkish scale form. It consisted of 3 factors and it was seen that one item was under a different dimension. Accordingly, the EFA results showed that 4 items constitute the “Salience/Tolerance” dimension, 3 items constitute the “Mood Modification” dimension, and the other 14 items constitute the “Relapse/Withdrawal/Conflict” dimension. With this structure, the model established in AMOS was validated with CFA and the reliability coefficients were found to be the lowest .67 and the highest .93. It was found that the 21-item and 3-factor structure of the ISA was relational and significant. The scales are in 5-point Likert type, graded between “Strongly disagree” and “Strongly agree”. All validity and reliability studies have shown that Turkish TIAS is a current, valid and reliable scale that can be used in studies to be conducted in Turkey.

REFERENCES

- Amâncio M. & Doudaki V. (2017). Put it in your story: Digital storytelling in instagram and snapchat stories, Uppsala University.
- Balcı, A. (2001). Sosyal bilimlerde araştırma: Yöntem, teknik ve ilkeler [Research in the social sciences: Methods, techniques and principles]. İstanbul, Turkey: Pegem Publishing.
- Bayraktar, F. (2001). The role of internet usage on the development of adolescent. Unpublished master’s thesis, Ege University, Social Sciences Institute, İzmir, Turkey.
- Bryman, A. & Cramer, D. (1997). Quantitative data analysis with SPSS for windows: A guide for social scientists. Routledge, New York.

- Büyüköztürk, Ş. (2018). Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı [Handbook of data analysis for social sciences]. Ankara, Turkey: Pegem Atıf Index.
- Carbonell, X. & Panova, T. (2017). A critical consideration of social networking sites' addiction potential. *Addiction Research and Theory*, 25(1), 48–57.
- Cramer S. & Inkster B. (2017). 'Status of mind: Social media and young people's mental health and wellbeing'. Access: <https://www.rsph.org.uk/static/uploaded/d125b27c-0b62-41c5-a2c0155a8887cd01.pdf>
- Dalvi-Esfahania, M., Niknafs, A., Kuss, D.J., Nilashi, M. & Afrough, S. (2019). Social media addiction: Applying the DEMATEL approach. *Telematics and Informatics*, 43, October 2019, 101250. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101250>
- Deniz, L. & Tutgun-Ünal, A (2016). Genelleştirilmiş problemli internet kullanımı ölçeği 2 (GPIKÖ2)'nin Türkçeye uyarlanması: Geçerlilik ve güvenirlik çalışmaları [The adaptation of generalized problematic internet use scale 2 (GPIUS 2) into Turkish: Validity and reliability studies]. *The Journal of Academic Social Science (ASOSJOURNAL)*, 4(23), 7–20.
- D'Souza, L., Samyukta, A., & Bivera, T. J. (2018). Development and validation of Test for Instagram Addiction (TIA). *The International Journal of Indian Psychology*, 6(3), 4-14.
- Ergin, D.Y. (1995). Ölçeklerde geçerlik ve güvenirlik [Validity and reliability of the scales]. *Marmara University Atatürk Education Faculty Journal*, 7, 125–148.
- Griffiths, M D., Van Rooij, A. J., Kardefelt-Winther, D., Starcevic V., Kraly O., Pallesen S., Müller K., Dreier M., Carras M., Prause N., King D L., Aboujaoude E., Kuss D J., Pontes H M., Fernandez O L., Nagygyorgy K., Achab S., Billieux J., Quandt T., Carbonell X., Jacobsen S.L., Barnes N. G., (2020). Social media, gen z and consumer misbehavior: Instagram made me to do it. *Journal of Marketing Development And Competitiveness*, 143(3), 51–59.
- Hovardaoğlu, S. & Sezgin, N. (1998). Eğitimde ve psikolojide ölçme standartları [Measurement standards in education and psychology]. Ankara, Turkey: Association of Turkish Psychologists and ÖSYM Publishing.
- Kalaycı, Ş. (2010). SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri [SPSS applied multivariate statistical techniques]. Ankara, Turkey: Asil Yayın Dağıtım.
- Kavaklı, M. ve İnan, E. (2021). Psychometric properties and correlates of the Turkish version of Instagram Addiction Scale (IAS). *Journal of Clinical Psychology Research*, 5(2), 86-97.
- Kırcaburun, K. (2017). 8bağımlılığı, kişilik özellikleri ve kendini sevme arasındaki ilişkinin incelenmesi [Investigation of the relationship between self-liking, big five personality and instagram addiction among university students]. Master Thesis, Sakarya University Educational Science Institute, Sakarya, Turkey.
- Kırcaburun, K., ve Griffiths, M. D. (2018). Instagram addiction and the big five of personality: The mediating role of self-liking. *Journal of Behavioral Addictions*, 7(1), 158–170.
- Kırcaburun, K., ve Griffiths, M. D. (2019). Problematic Instagram use: The role of perceived feeling of presence and escapism. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1–13.
- Kleinbaum, D. G., Kupper, L. L. & Muller, K. E. (1988). Applied regression analysis and other multivariate methods (2nd ed.). Boston: PWS-KENT Publishing. Kleinbaum, D. G., Kupper, L. L. & Muller, K. E. (1988). Applied regression analysis and other multivariate methods (2nd ed.). Boston: PWS-KENT Publishing.
- Leong, L.Y., Hew, T.S., Ooi, K.B., Lee, V.H. & Hew, J.J. (2019). A hybrid SEM-neural network analysis of Social media addiction. *Expert Systems with Applications*, 133, 296–316.
- Metin, B., Pehlivan, R., & Tarhan, K. N. (2017). Üsküdar Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeğinin geçerlilik ve güvenirlik çalışması [Reliability and validity of Uskudar Fear of Missing Out Scale]. *The Journal of Neurobehavioral Sciences - JNBS*, 4(2), 43–46.
- Özgülven, İ. E. (1994). Psikolojik testler [Psychological tests]. Yeni Doğu Matbaası, Ankara, Turkey.
- Sharma, S. (1996). Applied Multivariate Techniques. John Wiley&Sons Inc, New York.
- Sholeh A. & Rusdi A. (2019). A new measurement of Instagram Addiction: Psychometric properties of The Instagram Addiction Scale (TIAS), *Proceedings of the 11th CISAK*, ISBN/ISSN 9-772338-169001
- Spence, A., Beasley, K., Gravenkemper, H., Hoefler, A., Ngo, A., Ortiz, D. & Campisi, J. (2020). Social media use while listening to a new material negatively affects a short-term memory in college students. *Physiology & Behaviour*, 227, /doi.org/10.1016/j.physbeh.2020.113172
- Tankovska, H., (2021). 'Most popular social networks worldwide as of January 2021', ranked by number of active users. Access: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
- Tarhan, N., & Nurmedov, S. (2019). *Bağımlılık, sanal veya gerçek bağımlılıkla başa çıkma (7thed.) [Addiction, coping with virtual and real addiction]*. İstanbul, Turkey: Timaş Yayınları.
- Tarhan, N., Ekinci, Y., & Tutgun-Ünal, A. (2021). *Dijital sağlık okuryazarlığı: Dijital hastalıklar ve siberkondri [Digital health literacy: Digital diseases and cyberchondria]*. İstanbul, Turkey: DER Yayınları.

- Tarhan, N., & Tutgun-Ünal, A. (2021). *Sosyal medya psikolojisi [Social media psychology]*. İstanbul, Turkey: DER Yayınları.
- Tinsley, HEA., & Tinsley, DJ. (1987). Uses of factor analysis in counseling psychology research. *J Couns Psychol*, 34(4), 414–424.
- Tutgun-Ünal, A. (2019). İletişim Fakültesi öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının incelenmesi: Üsküdar Üniversitesi örneği [Social media addiction of communication faculty students: Üsküdar University sample]. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi [Kastamonu Communication Research Journal]*, 2, Spring 2019, E-ISSN: 2667-727X.
- Tutgun-Ünal, A. (2020a). A comparative study of social media addiction among Turkish and Korean university students. *Journal of Economy Culture and Society*, (62), 307–322. DOI: 10.26650/JECS2020-0064
- Tutgun-Ünal, A. (2020b). Social media addiction of New Media and Journalism Students. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 19(2), 1–12. ISSN: 2146–7242.
- Tutgun-Ünal, A. (2021). Social media generations' levels of acceptance of diversity. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 20(2), 155–168. ISSN: 2146–7242.
- Tutgun-Ünal, A. & Deniz, L. (2015). Development of the Social Media Addiction Scale. *Online Academic Journal of Information Technology (AJIT-e)*, 6(21), 51–70.
- Tutgun-Ünal, A. & Deniz, L. (2016). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının incelenmesi [Investigation of social media addiction of university students]. *Route Educational and Social Science Journal (RESSJOURNAL)*, ISSN: 2148-5518, 3(2), 155–181.
- Tutgun-Ünal, A. & Deniz, L. (2020). Sosyal medya kuşaklarının sosyal medya kullanım seviyeleri ve tercihleri [Social media usage levels and preferences of social media generations]. *OPUS-Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi [International Journal of Society Researches]*, 15(22), 125–144. DOI: 10.26466/opus.626283
- Young, K. S. (1998). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *CyberPsychology & Behavior*, 1(3), 237–244.

THE COMPLEX IMAGE OF TURKEY ON CHINESE MEDIA: THROUGH THE LENS OF XINHUA NEWS AGENCY

Austin AO

US Agency for Global Media

austinaoresearch@hotmail.com

ABSTRACT

The past decade saw the rise of Turkey as an influential regional power. Numerous international news platforms have increased their coverage of the country, including the Chinese media. As one of China's "Big Three" state-run news organizations, Xinhua News Agency offers comprehensive coverage of Turkey, reflecting the various ways China often perceives Turkey. Ankara's role—at times a strategic partner and advocate and at other times a critical geographical player and regional influencer—has contributed to Turkey's complex and sometimes conflicting image viewed by the Chinese audience. Previous research involving content analysis of the increased Chinese media coverage on the country has remained inconclusive. By analyzing Xinhua's news reports on Turkey at selected points throughout the ongoing Covid-19 pandemic, this paper discusses the framework Xinhua uses in its coverage of Turkey and how it may have shaped Turkey's complex national image in Chinese media. The implications of these findings will contribute to the sub-field of China-Europe relations and international journalism.

Keywords: Xinhua News Agency, News Coverage, National Image, Turkey, China, Sino-Turkish Relations

INTRODUCTION

The past decade saw the rise of Turkey as an influential regional power. The Turkish-speaking region, including Turkey and North Cyprus, connects the East and the West geographically, culturally, and economically. In the past decade, Turkey has received increasing media attention on numerous international news platforms. In the meantime, as China continues to expand its global influence, its interests in the region have significantly grown. Historically, the root of Sino-Turkish relations can be traced back 2000 years, long before most of today's modern countries came into existence. Nevertheless, this age-old connection is now rife with potential conflicts and disagreements against the backdrop of complex and ever-evolving international geopolitics, despite common interests between the two nations. On the one hand, China uses the Cyprus question as leverage to enhance its economic priorities in the region; on the other hand, the Uyghur issue is regarded as a "bottleneck" for bilateral relations. Strategically, Turkey is seen as a crucial player in China's "Belt and Road Initiative." However, the Chinese media has also paid attention to its recent military actions in Northern Syria. In fact, despite the tremendous effort from both sides to improve economic and trade relations, the two nations do not seem to have achieved the expected results.

The Year 2021 marked the 50th Anniversary of modern China-Turkey diplomatic relations. While celebrations are publicized on the official website of the embassies in Beijing and Ankara, ordinary Chinese citizens appear to have scant knowledge of Turkey, which may seem paradoxical. A survey conducted in 2017 shows that 76.3% of Chinese respondents consider themselves at least somewhat ignorant in regard to Turkey. Moreover, only 15.9% of respondents correctly named Ankara as its capital. Based on responses collected for this survey, the most recognized symbols of Turkey are Turkish kebab (27.5%), The Blue Mosque (12.8%), and Turkish coffee (10.6%). Since the 1980s, numerous communications scholars have examined the mass media's impact on public sensibilities. For example, Graber described the psychological processes for news audiences to choose and internalize information from the media. McNamara introduced the much-debated premise that media both reflect

and shape public opinion and government actions. In addition, the critical social theory raised by Stockett and Kekkonen has provided ground for framing this issue in the media.

For Chinese viewers, state-run media is the dominant source of international news. Consequently, assessing the framework of China's news coverage of Turkey provides a perspective on Chinese media's intentions, mechanisms, and Turkey's national image in China. Much of Western academia believe it is of minimal value to apply communication theories to Chinese mainstream media due to it being run by the State. However, some scholars argue that as an authoritarian regime, the Chinese government can benefit from a more sophisticated media control strategy, permitting reporters to work aggressively on exposing low-level malfeasance to improve governance. Thus, following the dynamics of Chinese media can enrich our understanding of the Chinese government's strategic direction concerning the Turkish-speaking region. Furthermore, it provides research facts for foreseeing future trends.

In the studies of Sino-Turkish political communications, scholars from China, Turkey, and the West have long recognized the significance of research areas such as the military, diplomatic relations, religion, and trade. In recent years, the public's view and national image has been the focus of a group of Chinese and Turkish scholars such as Liu Zuokui, Zao Tao, Ulas Basa Gezgin, and R. Kutay Karaca. Those scholars have discussed the lack of public recognition and knowledge for each other among Chinese and Turkish media viewers. On media coverage research, Chinese scholar Tang Qingye has asserted in his paper that China's coverage was "positive and objective" based on his analysis of three major Chinese newspapers. The framework of the research, however, remains incomplete without adequate supporting analysis from English language academia. To date, scholars have performed little research addressing the current conditions of Sino-Turkish relations, especially during major global affairs such as the Covid-19 pandemic.

METHODOLOGY

As one of China's "Big Three" state-run media organizations, Xinhua News Agency is the country's most prominent and most influential news organization. In terms of worldwide correspondents, it is also the largest agency globally. This paper relies on a content analysis of Xinhua News Agency's coverage of Turkey during four selected time frames. It explains how Chinese mainstream media has shaped the national image of Turkey. To do this, the quantity and content of Turkey-related reports are examined.

The main keyword used in the report search is the Chinese word for "Turkey" (土耳其). The final selection from a much larger number of reports is made based on four two-month time frames. On March 11, 2021, Xinhua News reported on Turkey's first Covid-19 case. Based on the rise and evolution of the COVID-19 pandemic, reports from 9/11/2019 to 11/10/2019 (six months prior to the first reported case), from 3/11/2020 to 5/10/2020 (first two months of the pandemic), from 9/11/2020 to 11/10/2020 (six months into the pandemic) and 5/30/2021 to 7/29/2021 (two months before the presentation of this paper) are selected. The Covid-19 period was set as an anchor point for time frame selection for three reasons:

1. Covid-19 has been a global health crisis since early 2020. Monitoring the development offers us a fresh perspective on the most recent reports from Xinhua News Agency.
2. The pandemic has impacted the Chinese media's editorial preference for Turkey in several ways. Observing and comparing reports produced during different phases of the Covid-19 pandemic will enable us to navigate the differences and results.
3. With the pandemic ongoing, this up-to-date analytical comparison will shed some light on the future trend of Xinhua News Agency's news framework.

Within the chosen time frames, 387 news reports on the official website of Xinhua News Agency are identified and collected for this content analysis.

Xinhua's News Coverage of Turkey*Table 1*

<i>Time Period</i> <i>Category</i>	<i>9/11/2019 to</i> <i>11/10/2019</i>	<i>3/11/2020 to</i> <i>5/10/2020</i>	<i>9/11/2020 to</i> <i>11/10/2020</i>	<i>5/29/2021 to</i> <i>7/28/2021</i>
<i>Total Number of News Reports</i>	144	80	68	95
<i>Covid</i>	0	56	7	5
<i>Sino-Turkish Relations</i>	16	6	2	14
<i>Politics</i>	14	2	21	6
<i>Military</i>	89	8	8	34
<i>Disaster and Emergency</i>	3	1	22	12
<i>Immigration</i>	7	4	0	1
<i>Culture and Technology</i>	5	2	2	1
<i>Economy</i>	5	1	4	5
<i>Sports</i>	5	0	2	17

Table 1 displays the categorization of news reports on Turkey across the selected time frames. Notably, Xinhua's reports of Turkey have been comprehensive and have covered basic categories in media reporting. The available content is reflective of Turkey's major domestic and international affairs, usually covered by other mainstream international media. For example, in October 2019, Turkey launched a military offensive in northern Syria, resulting in 89 reports published on Xinhua News, many reflecting China's interest in the region. Similarly, in the early stages of the Covid-19 pandemic, Xinhua News Agency mainly focused on the live updates of Turkey's Covid-19 case count. By and large, this content was refreshed every few hours. Moving toward the end of 2020, when an earthquake hit Turkey and Greece, 22 reports were produced covering the natural disaster and subsequent fatalities. Most recently, Xinhua News offered a wide range of coverage on Turkey's military actions, including its arms deal with Russia, involvement in Afghanistan, and several other regional issues. Xinhua's news coverage of Turkey serves its viewers beyond China's own national interests. The most frequent topics include Turkey's military actions, domestic/international politics, and regional immigration issues. A considerable number of these issues are not directly related to China and are unfamiliar to Chinese viewers.

TABLE 2

Country	Number of Reports	GDP Rankings
United States	10000 (maximum limit reached)	1
Japan	9408	2
Germany	7552	3
England	6687	5
Russia	6476	10
France	5611	6
India	4978	4
South Korea	4127	11
Iran	3974	25
Brazil	3493	7
Israel	3444	30
Italy	3123	8
Australia	2768	12
Turkey	2654	16
Spain	2135	13
Thailand	1927	24
Canada	1400	9
Mexico	1334	14
Saudi Arabia	1159	18
Belgium	1043	23

(1) The website of Xinhua News Agency typically maintains an archive of news reports for up to two years. This number reflects the search result at the point of this research. Moreover, these counts may include duplicate items due to reproduced reporting.

(2) The search results indicate that the number of news reports in the United States is 10,000 because it has reached the search engine's limit. The United States has significantly more reports than any other country.

Table A ranks the number of news reports produced for each of the major countries. Any discrepancies between the coverage ranking and the gross domestic product (GDP) ranking reflect whether or not a country's news coverage on Xinhua News is proportional to its economic status. While traditional global powers, such as United States, Japan, and Germany, garner the most attention, several other countries, including Russia, South Korea, Iran, and Turkey, have a higher exposure level than their GDP ranking might indicate. Unlike the other three countries, Turkey is not a traditional geopolitical partner to China. Moreover, the level of exposure has indicated Turkey's significant value to international news reporting for Xinhua News Agency.

Turkey's National Image on Xinhua News

Based on content analysis and peer discussions, conclusions can be drawn that the national images of Turkey on Xinhua News are as follows:

- Turkey is a partner of China (economic and cultural exchanges, Turkey's endorsement of China's vaccine program)
- Turkey is a key geographical player (military actions and regional conflicts)
- Turkey is a regional influencer (sports, culture, and technology development)

(1) Turkey as China's partner

Of the 144 reports from 9/11/2019 to 11/10/2019, 16 focus on the positive development of Sino-Turkish relations, highlighting Turkey's role as a partner of China and endorser of China's development programs. Three articles

presented interviews with pro-China Turkish interviewees to emphasize their approval of China's international position. Highlighting its pro-government propaganda, Xinhua News Agency's attention to China's development, which is presented as lauded by the rest of the world, is evident through their selection of pro-China commentary.

TABLE 3

专访：中国找到了正确的发展方向——访土耳其汉学家吉来	<i>Exclusive Interview: China has found the right direction for development—an interview with Turkish sinologist Giray Fidan</i>
专访：“不少国家都因能向中国大量出口而获益良多”——访土耳其学者阿尔泰·阿特勒	<i>Exclusive Interview: Many countries benefit from exporting to China—an interview with a Turkish scholar Altay Atli</i>
再次参加进博会旨在发掘中国大市场——访土耳其家电巨头倍科电器大中华区总裁	<i>We are participating in the CIIE again to open up the big Chinese market—interview with the Greater China CEO of Beko</i>

During the early phases of the pandemic, Xinhua's focus shifted to Turkey's domestic situation, with 56 reports on Coronavirus. Meanwhile, the reports on Sino-Turkish relations decreased to six from 3/11/2020 to 5/10/2020 and just two from 9/11/2020 to 11/10/2020. Until recently, Xinhua News Agency's coverage of Sino-Turkish relations increased to include fourteen articles, focusing on both governmental communications and civil affairs. As a result, Xinhua's coverage on the Covid-19 pandemic has decreased, with seven reports from 9/11/2020 to 11/10/2020 and five reports from 5/30/2021 to 7/29/2021. With the pandemic continuing, it is estimated that Covid-related coverage will remain at this level.

Based on the above summary of Xinhua's coverage on Sino-Turkish relations, it is clear that Turkey is portrayed as a supporter and partner of China. While pro-China scholars mostly support the narrative, any anti-China groups and political activities in Turkey are dismissed. Communication scholars have long agreed that the media's role in China is significantly different from that of the West. David Shambaugh pointed out that the Chinese media remains an essential instrument in the party-state's toolbox of control. At the same time, the system is being impacted by the Chinese public. This mechanism is evident in how Xinhua News reports emphasize the role of Turkey as China's partner and supporter.

The Covid-19 pandemic has brought another opportunity for Xinhua News Agency to enhance this framework. During the pandemic, Xinhua continues to stress that China, despite having its own challenges and difficulties, is helping Turkey fight the virus. For example, several reports during the early stage of Covid-19 highlighted talks between the two governments, indicating China's commitment to assisting Turkey with pharmaceutical supplies. Recently, a report introduced the clinical trial of China's Covid-19 vaccine in Turkey.

A central part of Turkey's role in Chinese media relies on the country's unique position on the international stage. As early as 2017, when the Turkish constitutional referendum was held, some scholars pointed out that Turkey, despite being a member of NATO, wanted to build leverage to force concessions from the US and Europe. The "directionless and friendless" approach has resulted in relations tightening between China and Turkey. As Turkey's image in Chinese media is depicted as a strong regional power favoring China's increasing influences, conflicts of interest between the two countries are often not within the news framework.

(2) Turkey as a key geographical player

In 2019, Turkey launched a military offensive in Syria, inciting criticism from major global powers. Although Beijing joined the global condemnation of attacks launched by Ankara, Xinhua's coverage, which typically reflects China's call on Turkey to halt the military incursion, is generally neutral. Out of 144 reports from 9/11/2019 to 11/10/2019, 89 focus on Turkey's military actions. Notably, among these reports, many news sources relied upon

Syrian media instead of Turkish media. These citations were crucial in forming an impression of Turkey's military actions. Compared to the reports on Sino-Turkey relations, Turkey is often depicted as an aggressive invader who brought tragedy to the Syrian people.

TABLE 4

叙媒：土耳其军队对叙东北部“叙利亚民主军”目标发动袭击	<i>Syrian media: Turkish army launches attacks on targets of "Syrian Democratic Army" in northeastern Syria</i>
叙媒：土耳其袭击“叙民主军”	<i>Syrian media: Turkey attacks "Syrian Democratic Army"</i>
叙利亚强烈谴责土耳其在叙北部展开军事行动	<i>Syria strongly condemns Turkey's military operations in northern Syria</i>
叙利亚谴责土耳其在军事行动中致平民死伤	<i>Syria condemns Turkey's military operations that caused civilian deaths and injuries</i>
叙外交部：土耳其在叙军事行动使土丧失阿斯塔纳担保国地位	<i>Syrian Ministry of Foreign Affairs: Turkey's military operations in Syria deprived Turkey of its status as a guarantor of Astana</i>
叙媒称土耳其占领叙北部边境重镇拉斯艾因	<i>Syrian media claim that Turkey occupied Ras al-Ain, an important town on the northern border of Syria</i>
叙利亚要求美国和土耳其立刻从叙撤军	<i>Syria demands that the U.S. and Turkey immediately withdraw their troops from Syria</i>

This coverage supports the framework of China's official position in the Turkish involvement in Syria. As a newcomer to the region, scholars believe that the Chinese government strives not to make the classic superpower mistake of being dragged into an interminable war in West Asia. As Xinhua News Agency directly mirrors the government's focus on the regional issue, the coverage reflects China's caution.

(3) Turkey as a regional influencer

An additional theme that connects Turkey and Chinese viewers is the attention to Turkey's soft powers, including culture, technology, and sports. Of all the selected time frames, there have been ten reports on culture and technology, and 24 on sports. Although the coverage on these topics is not as frequent as politics, military, and immigration, Xinhua News provides an incredible range of reports, such as the Turkish city that reads the most, 3D printing masks, and the successful test of Turkey's first "flying car."

For a long time, scholars of Turkish studies have seen explicit links between Turkey and its cultural influence in the Middle Eastern World. The term "Soft power" refers to piquing interest, capturing the imagination, and gaining admiration. In history, the role of soft power was discovered by Turkey's intelligentsia at an early point. The earliest generation of writers used the allure of consent and the might of persuasion to promote establishing a nation-state of the Turkification of language.

In modern times, Turkey seeks to promote its soft power, specifically in the Middle East and Central Asia. However, due to its involvement in international politics and military actions, the Turkish national image has been complex and sometimes biased in these areas. Some Turkish Scholars believe that Turkey's soft power strategy should be purely engaged in country branding. Such strategies should be based on Turkey's self-recognition and to what extent others view Turkey's complicated position. In addition, several scholars point out that Turkey should be cognizant of its potential and be capable of operationalizing and projecting its soft power to increase regional and global influences.

With the development of technology, the spread of culture, and the influence of sports, Turkey has extended its influences beyond the Middle Eastern and Central Asia. Its achievements in these areas have led to more exposure on media of other regions, including China's Xinhua News. As a Chinese state-run media, Xinhua's coverage of culture, technology, and sports traditionally focuses on major global powers and several neighboring countries of

China which have closer ties to Chinese viewers. Consequently, Turkey's increasing exposure will enhance the recognition of Turkey's national image among Chinese viewers.

CONCLUSION

Xinhua News Agency has adopted a unique approach in reporting on Turkey. Positive reports involve Turkey's advocacy for China to take on more responsibilities in global affairs. Conversely, negative rhetoric gets applied to Turkey's military actions in Syria. The coverage of Turkey is mainly dependent on the way China perceives its own national interests. Moreover, media coverage plays an essential role in forming Turkey's complex image in the eyes of the Chinese public.

Xinhua News Agency often discloses their selections of news sources; however, the interest-based editorial preference is evident. The media sources aim to indicate the discourse about China's perspectives on the news. The news coverage reflects and reinforces the government's and public's mixture of interest in relations with Turkey. The only exception is in soft power: culture, technology, and sports.

As the Sino-Turkish relationship evolves, the news coverage of China on Turkish media also needs to be further investigated. It is necessary that the comparison be observed and analyzed. In addition, analysis of Turkey-related content on the emerging Chinese media will offer a new perspective to this research.

REFERENCES

- Altınay, H. (2008). Turkey's soft power: An unpolished gem or an elusive mirage? *Insight Turkey*. (Vol. 10, No. 2): 55-66.
- Graber, Doris. (1988). *Processing the news: How people tame the information tide*. Addison-Wesley Longman Ltd.
- Horizon Technology, International Relations Division. (2016). Survey: Turkey in the eyes of Chinese people. (中国人眼中的土耳其调查).
- Lorentzen, P. (2014). China's strategic censorship. *The American Political Science*. (April 2014): 402-414.
- Manheim, J. and Albritton, R. (1984). Changing national images: International public relations and media agenda setting. *The American Political Science Review* (Sept. 1984): 641-657.
- Beng, Phar Kim. (2008). Turkey's potential as a soft power: A call for conceptual clarity. *Insight Turkey*. (Vol. 10, No. 2): 21-40.
- Shafak, E. (2006). Accelerating the flow of time: soft power and the role of intellectuals in Turkey. *World Literature Today*. (Feb. 2006): 24-26.
- Shambaugh, D. (2007). China's propaganda system: Institutions, processes and efficacy. *The China Journal*. (Jan. 2007): 25-58.
- Temiz, Kadir. (2018). An illustration of Sino-Turkish relations: The Cyprus question. *Insight Turkey* (Winter 2018): 81-98.
- Yellinek, R. (2017). Why are relations tightening between China and Turkey? *Begin-Sadat Center for Strategic Studies*. (Sept.1, 2017).

THE EFFECT OF THE FLIPPED CLASSROOM MODEL ON UNDERSTANDING AND ACCESS TO THE NATURE OF SCIENCE BY STUDENTS

Merve KAYA
mervee_kok07@hotmail.com

Dr. Öğr. Üyesi Fatih Serdar YILDIRIM
fsyildirim@akdeniz.edu.tr

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the effect of the flipped learning model (Staker & Horn, 2012), which is one of the types of rotation model in the sub-level of blended learning models, on students' understanding of the nature of science and their achievements. In the study, the mixed research method, which allows the quantitative and qualitative research methods to complement each other with the combined use of these methods, and the pretest-posttest control group design were used. The sample required for the application consists of 45 students, 22 in the experimental group and 23 in the control group, studying in the seventh grade in a public school in the Kepez district of Antalya province. While the application was carried out with the experimental group students following the flipped classroom model and the methods prescribed in the science program, it was carried out with the control group students following the methods prescribed in the science program for seven weeks. In order to obtain quantitative data, the VNOS-C scale developed by Lederman (2002), graded scoring key developed by Özcan (2013) and the Achievement Test prepared by the researcher, and the semi-structured interview form prepared by the researcher to obtain the qualitative data, were applied to the students, and the research implementer was interviewed. The data in VNOS-C used in the study were analysed by the content analysis method and converted into quantitative data under the guidance of the graded scoring key. Transformed data were analysed with the non-parametric Mann Whitney-U test, and the data obtained from the Achievement Test were analysed with the independent sample t-test. The data obtained from the Semi-Structured Interview Form and Teacher Interview Form were analysed by content analysis. In line with the quantitative findings obtained from the studies, it was determined that the application of the flipped classroom model positively affected the experimental group students' understanding of the nature of science and achievement. In line with the qualitative data obtained from the study, it was determined that the application of the flipped classroom model positively affected the attitudes of the students towards the course and the research implementer also had a positive opinion about the model, and it was determined that the application of the model would be more effective by improving some technical infrastructure.

This study belongs to Kaya's (2021) Master's thesis titled *The Effect of the Flipped Classroom Model on Students' Understanding of the Nature of Science and Achievement*.

INTRODUCTION

Science has undergone a rapid transformation as of the early 1900s and has become one of the most significant changes in world history. The change experienced has contributed to both the advancement of technology and the way individuals shape their views on life by affecting their mentality (Doğan, Çakıroğlu, Bilican & Çavuş, 2012; Doğan-Bora, 2005). Science aims to make individuals understand themselves and make sense of the life cycle that exists in the world (NRC, 1996; MEB, 2005). It is essential for individuals to be able to interpret the formation of scientific knowledge and its source so that they can make sense of science and reach the desired results (Lederman, 2004). For this reason, countries have given importance to science education and have changed the vision and mission of the science program. In our country, the science curriculum was changed in 2004, and its vision was determined as raising scientifically literate individuals (TTKB, 2005; TTKB, 2013). It is essential to make sense of the nature of science to become scientifically literate individuals. Because, according to Lederman and Niess (1998), the individual 'discovers the nature of science, understands its scope, can use scientific process skills and comprehends the importance of technology'.

Since the 1950s, the relationship of science with society and technology has gained importance, and new approaches have been introduced in science education (NRC, 1996; Bacanak, 2002; Bacanak, Karamustafaoğlu & Sacit, 2003). At the same time, the development of technology has been associated with the science education given to children during the school period. It has taken its place in the literature that the systematic science education given to the students will positively affect the development of their thinking skills by adapting with ease to the changes and innovations in the technological field with science education (Korkmaz, 2002). Within the framework of the studies carried out in the field of education in recent years, new regulations related to education have been included in our country. Various approaches have been identified with the active participation of students, considering the latest regulations (İnel & Balım, 2010). With the changes in learning and teaching methods, different teaching strategies and methods have emerged, and it has been tried to facilitate the learning-teaching process and make learning permanent (Çukurbaşı & Kıyıcı, 2017; İşman, 2011; Kertil, 2008; Yıldırım,

Yıldırım & Çelik, 2018). As a result of the examination of educational studies carried out by blending with technology, it has been observed that different learning approaches are formed with the use of various technological tools (Akgün & Atıcı, 2017; Yavuz & Coşkun, 2008; Ünsal, 2018; Kaya, 2018; Bolat, 2016; Görü-Doğan, 2015). Learning in the virtual environment, which started with distance education, later turned into web learning, e-learning, blended learning, mobile learning and finally flipped learning methods (Ünsal, 2018). The flipped learning method was introduced by Bergmann and Sams (2012) in order to provide permanent, effective and high-level learning in the course by swapping the lesson and homework in classical learning (Karaca & Ocak, 2016; Tucker, 2012; Staker & Horn, 2012; Musib, 2014). Various concepts (such as transformed classrooms, flipped classrooms, transformed learning, flipped learning) are used in the literature for the flipped learning model (Hayırsever & Orhan, 2018). It is thought that this is due to the different naming of the flipped learning model in the studies prepared by Lage, Platt and Treglia (2000) and Baker (2000) around the same time (Demiralay & Karataş, 2014). According to Guan (2013), the flipped learning model has been on the agenda for about twenty years, and it has been stated that the process in this model is realized by making pre-readings before coming to the lesson and that the development of technology has caused the preparation for the lesson to move from the reading dimension to different dimensions (Torun & Dargut, 2015). The main goal of the theory is to increase the quality of face-to-face education by using the time spent at school with maximum efficiency (Sam & Bergmann, 2013; Öztürk & Alper, 2018).

With the development of technology, the classical learning model has left its place to the contemporary learning model, and thus different teaching methods and techniques have emerged. Considering that today's students are the generation Z, it has become inevitable that classical curricula are insufficient to meet their differing expectations, and for this reason, curricula should be redesigned by allowing the use of innovative technologies (Somyürek, 2014). It is in the literature that the mentioned generation Z can adapt to new learning methods with ease and use technology easier compared to previous generations (Göğebakan Yıldız, Kıyıcı & Altıntaş 2016). On the other hand, understandings about the nature of science constitute the basic element of the notion of science-technology-society, which is one of the sub-dimensions of science literacy (Lederman, 2004). Thus, students use scientific knowledge to make it meaningful, structure knowledge, and easily identify the source and limits of knowledge (Köseoğlu, Tümay & Budak, 2008). When the literature is examined, it has been determined in many studies that students and teachers do not have a supportable understanding of the nature of science (Lederman, 1992; Köseoğlu, Tümay & Budak, 2008). On the other hand, it has been determined that the nature of science and the flipped learning model are not studied together in the literature. Based on this situation, it was planned to conduct this research based on the seventh-grade students' *Particle Structure of Matter* unit (Unit 4), the subject of *Atom* (Subject/Concept 1), *questioning how the ideas about the concept of the atom have changed from past to present* outcome (Outcome 2) (MEB, 2018). When the 2018 Science Curriculum (MEB, 2018) is examined, it is thought that the flipped learning model will be effective in the process of raising all individuals as science literate. In this context, the study aims to examine the effect of flipped learning model (Staker & Horn, 2012), which is one of the types of rotation model, a sub-dimension of blended learning models, on students' understanding and achievement of the nature of science.

The Problem of Study

In line with the purpose of the research;

Does the flipped learning model have a statistically significant difference in students' understanding of the nature of science and achievement?

1. Does the flipped classroom model have an effect on students' understanding of the nature of science?
 2. Does the flipped learning model have an effect on students' achievement?
- questions will be answered.

METHOD

Research Model

The method in which quantitative and qualitative data are used together to explain and make sense of the research problem in more detail is called the mixed research method (Creswell, 2017). In the study, the mixed research method, which allows the quantitative and qualitative research methods to complement each other with the combined use of these methods, and the pretest-posttest control group design were used. In order to obtain quantitative data, the VNOS-C scale developed by Lederman (2002) and the Achievement Test prepared by the researcher, and the semi-structured interview form prepared by the researcher to obtain the qualitative data, were applied to the students, and the research implementer was interviewed.

Study Group

A situation was selected from many situations in the universe considering the research problem, and a sample selection was made with the typical situation sampling method (Büyüköztürk, Kılıç-Çakmak, Akgün, Karadeniz

& Demirel, 2017) in the form of collecting information on this situation. The sample required for the study consists of 45 students, 22 in the experimental group and 23 in the control group, studying in the 7th grade in a public school in the Kepez district of Antalya province. While selecting the experimental and control group students, the selection was made based on the students' report card grades before the pandemic process.

Table 1 t-Test Scores for Students' Report Card Grades

Test	Group	N	\bar{X}	SS	P
Report card grades	Experimental	22	82.50	16.01	.14
	Group				
Report card grades	Control Group	23	74.78	18.91	

According to the results of the independent sample t-test performed in line with the data obtained from the students' report card grades, between the mean of report card grades of the experimental group ($\bar{X}=82.50$, $SS=16.01$) and the mean of report card grades of the control group ($\bar{X}=74.78$, $SS=18.91$), there was no statistically significant difference ($p>.05$). As a result of the analysis, it was determined that the students of the experimental and control groups were equal in terms of achievement.

Data Collection Tools

The data collection tools applied to the students in the study groups in this research are as follows.

- 1) Views of Nature of Science Questionnaire-VNOS-C (Lederman, 2002)
- 2) Graded Scoring Key (Özcan, 2013)
- 3) Semi-Structured Interviews
- 4) Achievement Test
- 5) Teacher Interview Form

Application and Data Collection

Before the research, the Science teacher, who was the application implementer, was given information about the application process by the researcher. Two equivalent classes were determined for the application by considering the student grades of last semester before the pandemic process. One randomly assigned class was determined as the experimental class and the other class as the control class. Views of Nature of Science Questionnaire (VNOS-C) was applied to the selected experimental and control classes as a pre-test before the application. The research implementer taught the course with the control group students as required by the curriculum. With the experimental group students, the video contents, which were determined in line with the units and outcomes, were sent to the students before each outcome, and the lessons were taught by enabling the students to watch the videos.

With the experimental group students, the lessons were taught as required by the flipped classroom model, and in the online classes held due to the pandemic; question-answer, fill-in-the-blank, multiple-choice questions, simulations and online activities were done about the topics and outcomes prepared by the teacher. After the application, VNOS-C and Achievement Test were applied to the experimental and control group students as a post-test. In addition to these measurement tools, a Semi-Structured Interview Form was applied to the experimental group students. The application implementer was also asked to fill in the Teacher Interview Form to determine the participation levels of the experimental group students.

Table 2 Measurement Tools Used in Data Collection Process and Sample Relationship

Application Process	Experimental Group	Control Group
Measuring Tools Used Before Application	Pre-Test VNOS-C	Pre-Test VNOS-C
Measurement Tools Used After Application	Post-Test VNOS-C Achievement Test Semi-Structured Interview Form Teacher Interview Form	Post-Test VNOS-C Achievement Test

Data Analysis

Strauss and Corbin (1990) stated that the data should be grouped in order to perform content analysis on the obtained data. Three coding types were determined as; coding made according to the concepts determined before the application, coding made in line with the concepts obtained from the data, and coding made in line with a scope (as cited in Yıldırım & Şimşek, 2011, p.229). In this research, the data obtained from VNOS-C were used with the coding technique made according to the concepts specified before the application, which is one of the coding types expressed by Strauss and Corbin (1990).

Since the Views of Nature of Science Questionnaire, which was used as a data collection tool in the research, is a measurement tool used for qualitative research, the analysis of the data obtained with this measurement tool was converted into quantitative data with the content analysis method. The analysis of the converted data was provided by using quantitative analysis methods (Mann Whitney U test from non-parametric statistics test) through the SPSS package program. Semi-Structured Interview Form, another data collection tool used in the research, is a measurement tool used for qualitative research. For this reason, for the analysis of the data obtained from this measurement tool, content analysis was carried out using the coding technique made in line with the concepts obtained from the data, which is one of the coding types expressed by Strauss and Corbin (1990).

The Achievement Test applied to students is a measurement tool used in quantitative analysis methods. In order to determine the effect of the application on the achievement of the students, the analysis of the data obtained from the measurement tool should be calculated as points. For this reason, the analysis of the data obtained from this measurement tool was carried out using the SPSS package program. Within the scope of the study, the researcher determined a generalizing question within the scope of the interview form for the Science teacher, who is the application implementer, and the teacher's views about the process were obtained by deriving sub-questions during the interview in line with the answers received. The reliability and validity of the interview form prepared by the researcher were obtained by taking expert opinion.

RESULTS

Findings and Comments on Students' VNOS-C Pre-Tests

Content analysis of the qualitative data obtained from VNOS-C was carried out in line with the specific concepts before the application, and the data were scored using the graded scoring key developed by Özcan (2013) to evaluate the data obtained from the VNOS-C, and the data was converted into a quantitative data format. In the graded scoring key, codings are discussed under three headings. Data were coded as unacceptable answers (0 points), partially acceptable answers (1 point), and acceptable answers (3.50 points).

Under this heading, the findings of the data obtained from the students' pre-tests of the VNOS-C, which were analysed using the Mann Whitney U test, which is a non-parametric statistical test, are included.

Table 3 Mean Ranks for Students' VNOS-C Pre-Tests

Test	Group	N	MeanRank	Sum of Ranks
Pre-test	Experimental group	22	23.86	525.00
Pre-test	Control group	23	22.17	510.00
Pre-test	Total group	45		

The Mann-Whitney U test was used to determine whether the scores of the groups from the pre-test differed significantly. The mean rank (MeanRank) and the sum of the mean ranks (Sum of Ranks) of the groups are as seen in Table 3.

Table 4 Mann Whitney U Test Results of Students' VNOS-C Pre-Test Data

Pre-test	
Mann-Whitney U	234.000
Wilcoxon W	510.000
Z	-.443
Asymp. Sig. (2-tailed)	.658

According to the Mann-Whitney U test results in Table 4, there was no significant difference between the mean rank of the groups ($Z=-0.443$, $P>0.05$). According to this result, there is no significant difference between the pre-test mean scores of the groups.

Findings and Comments on Students' VNOS-C Post-Tests

Under this heading, the findings of the data obtained from the students' post-tests of the VNOS-C, which were analysed using the Mann Whitney U test, which is a non-parametric statistical test, are included.

Table 5 Mean Ranks for Students' VNOS-C Post-Tests

Test	Group	N	MeanRank	Sum of Ranks
Post-test	Experimental group	22	33.91	746.00
Post-test	Control group	23	12.57	289.00
Post-test	Total group	45		

The Mann-Whitney U test was used to determine whether the scores of the groups from the post-test differed significantly. The mean rank (MeanRank) and the sum of the mean ranks (Sum of Ranks) of the groups are as seen in Table 5.

Table 6 Mann Whitney U Test Results of Students' VNOS-C Post-Test Data

	Post-Test
Mann-Whitney U	13.000
Wilcoxon W	289.000
Z	-5.471
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

According to the Mann-Whitney U test results in Table 6, there is a significant difference between the mean rank of the groups ($Z=-5.471$, $P<0.05$). According to this result, there is a significant difference between the post-test mean scores of the groups in favour of the experimental group.

Findings and Comments on Students' Achievement Tests

In this title, the findings and comments of the Achievement Test, administered to the students after the application, are given.

Table 7 t-Test Scores on Students' Achievement Tests

Test	Group	N	\bar{X}	SS	p
Achievement test scores	Experimental Group	22	88.18	11.47	.00
Achievement test scores	Control Group	23	62.95	20.93	.00

After the planned application process, according to the results of the analysis taken from the Achievement Test to determine the student achievement, the mean of the test score was calculated ($\bar{X}=88.18$, $SS=11.47$) for the experimental group and ($\bar{X}=62.95$, $SS=20.93$) for the control group. In other words, there is a statistically significant difference between the experimental and control group students in favour of the experimental group ($p<0.05$). In line with these results, it is concluded that the teaching model with the experimental group students has a positive effect on the students' achievement compared to the teaching model with the control group.

Findings and Comments on the Semi-Structured Interview Form of the Students

The analysis of the data obtained from the Semi-Structured Interview Form was made with the content analysis method. The analysed data were grouped by dividing into two themes. These themes are the effects of science teaching with flipped classroom model on students' cognitive domains and affective domains. The mentioned themes were categorized as cognitive domain and affective domain.

The findings of the cognitive domain theme support the quantitative findings of the study. Quantitative findings indicate that the application of the flipped classroom model positively affects students' achievement. The qualitative findings collected during the research process also support the quantitative findings.

Thanks to teaching with the flipped classroom model, since students who have trouble making connections between the information they encounter in the classroom for the first time have more or less information about the concepts through the videos about the subject sent by the teacher before the lesson, it becomes inevitable that the learned subject will be more meaningful. Student opinions on this situation are given below.

Student 6: ...What was written in the book and the videos I watched on the computer were useful in the lesson. At first, my mother forced me to watch it because it was homework. I always raised my hand because I knew the subject beforehand. Good thing my teacher sent us those videos. I understood the lesson better.

Student 10: ...There is little internet in our house. It runs out quickly. I could barely watch the videos my teacher sent. But my teacher made me rewatch the videos they sent in the live lesson, and then they repeated it, I understood the subjects immediately...

Student 15: ...While watching the video, I thought we were not going to have a live lesson with the teacher. I watched it as such. But when my teacher asked questions in the lesson, I realized that I understood a little of what I was watching. I was barely involved in the class. For the first time, I understood better in this unit. Even the questions were very simple.

Student 18: ... I have a cousin. They go to another school. They asked a question about this subject that they couldn't solve. I just solved that question. I learned the subject better.

Findings on the affective domain: Students' interest and participation in science lessons increased with the flipped classroom model. Student opinions on this situation are as follows.

Student 1: ...I never liked science class, but now I love it. Because I answered my teacher's question in the lesson and my teacher said well done to me. They also said always attend the class like this... I really liked these words.

Student 4: ...I wish lessons were like this all the time. My teacher solves more questions and experiments in class. I loved this application. I am very happy when my teacher makes an experiment...

Student 10: ...When I told my teacher in class that I didn't watch the video, they immediately showed the video again for me in class. I was very happy...

Student 22: ...I hope our lessons will always be like this. Science class means experiment. We have been doing more activities...

Findings and Comments Obtained from the Interview with the Teacher

At this stage, a general question was asked as 'What are your thoughts about the application process?' in order to determine the thoughts of the application implementer about the application. In line with the answer to this question, a detailed interview was provided by the researcher. The findings obtained from the Teacher Observation Form are stated as follows.

Table 7 Findings and Comments Obtained from the Interview with the Teacher

Preparation Phase of Implementing the Flipped Classroom Model	<ul style="list-style-type: none"> ● I need to have all the necessary information on the subject. ● I believe that the application should be used in face-to-face learning to increase its effectiveness. ● For the application to run smoothly, I believe that the students in the experimental group should have tools such as computers, tablets and the internet.
Difference of the Flipped Classroom Model Application from Other Applications	<ul style="list-style-type: none"> ● I think it is a new teaching model. ● I think the application process is not very difficult.
Views on the Flipped Classroom Model Application Period	<ul style="list-style-type: none"> ● The selection of the preliminary information to be sent to the student before the lesson took a lot of time. ● It was difficult to track whether the students watched the videos or not.
Views of the Flipped Classroom Model Application Process	<ul style="list-style-type: none"> ● The students who watched the videos actively participated in the lesson. ● It helped students of all levels to have more or less knowledge of the concepts that the videos used were clear and understandable. ● Students who did not attend the lesson were also helped to reflect on the subject. ● The majority of the class participated in the activities carried out with online education with pleasure and excitement.
Advantages of the Flipped Classroom Model Application	<ul style="list-style-type: none"> ● During the application process, I did not have any difficulties catching up to the outcomes on time. ● I could easily attend to students individually. ● I was able to analyze students' learning. ● I was able to do more activities on the subject. ● It allows students to explore their own learning.
Disadvantages of the Flipped Classroom Model Application	<ul style="list-style-type: none"> ● I made sure that the videos were watched by calling the students who did not watch the videos during the preparation phase of the lesson. ● During the filling process of the measurement tools required for the research by the students, I helped to collect the data in full by calling the students one by one. ● During the application process, I had difficulty in getting the students involved in the process because some students didn't have sufficient computers, tablets and internet equipment. ● There was a situation where students with limited internet followed the application process behind.

The data obtained as a result of the interview with the teacher were collected under six headings stated in Table 7. The most frequently discussed and the repeated issue of the Flipped Classroom Model application is that the application will be more effective in face-to-face learning, and students who do not have sufficient equipment for the application can be included in the process. The application implementer stated that the disadvantages experienced can also be eliminated with face-to-face learning.

In addition, in the interview with the application implementer, they expressed the following thoughts about the process in the cognitive domain.

Teacher: ...At first, I accepted it so that I could help the thesis student. How could I have known that there would be an incredible change in my students? Choosing the videos is a difficult process, but after my students learn better, the rest is empty. It is also simple to apply with students of all grades and levels...

In addition to this statement, the application implementer also has the following statements regarding the affective domain related to the process.

Teacher: ...Actually, I was scared at first, but when I saw that my lessons were more active and enjoyable, I decided to teach like this in every unit and class when the application period was over. Some students have technical infrastructure problems. I also make them watch the videos briefly before the lesson. Overall, I was satisfied with the application process. Due to the pandemic, I had difficulties in the application process and collecting data with distance education, but if we go back to the old system, there can be wonderful activities in the lessons...

CONCLUSION, DISCUSSION AND SUGGESTIONS

Conclusion and Discussion

In the study, the effect of the flipped classroom model on students' understanding of the nature of science and achievement were investigated. Under this title, it was supported by the literature, in line with the findings obtained from the study and within the framework of sub-problems.

In the research, the qualitative data obtained from VNOS-C were transformed into quantitative data by making content analysis with graded scoring key developed by Özcan (2013). The quantitative findings were analysed and interpreted in-depth. It was determined that the selected sample groups were equivalent with the VNOS-C applied as a pre-test. As a result of the planned application with the experimental and control group students, it was determined that the application of the flipped classroom model positively affected the students' understanding of the nature of science. There are many studies in the literature that support this result of the research. In one of these studies, conducted by Boran (2014), to investigate the effect of the argumentation-based science course on the views and epistemological beliefs of prospective science teachers about the nature of science, it was determined that there was a change in the views and epistemological beliefs about the nature of science in two out of three participants of the argumentation-based science education. A similar study was carried out by Çekbaş (2017). In this study, whose aim was to explain the effect of argumentation-based astronomy teaching on the nature of science, pseudoscience and epistemological beliefs of prospective science teachers, it was concluded that the argumentation-based astronomy teaching was influential in the separation of science from pseudoscience, epistemological beliefs and beliefs in the nature of science. In the study conducted by Gögebakan-Yıldız and Kılıcı (2016), where the effect of the flipped classroom model used in the History and Nature of Science course on the academic achievement, metacognitive awareness, and epistemological beliefs of prospective science teachers was examined, the result that it increased the achievement and metacognitive awareness of prospective teachers in the classroom, but did not have a significant effect on epistemological beliefs, was seen as a different result from our study.

As a result of the literature review, no studies were found that used the variables of the flipped classroom model and the nature of science. However, the flipped classroom model is a technology-based learning model. In this context, similar to the results of the study, there are various studies in the literature in which there are positive changes in the epistemological beliefs of learners as a result of the use of technology in education (Elgatait, 2015; Harteis, Gruber, & Hertrampf, 2010; Bendixen & Hartley, 2003). On the other hand, as a result of the literature review, various studies have been found that have similar results (Hibbard, Sung and Wells, 2016; MacKinnon, 2015; Prashar, 2015; Davies, Dean and Ball, 2013; Tune, Sturek and Basile, 2013; Wilson, 2013) to the study carried out.

The data obtained from the Achievement Test belonging to the research were analysed with the t-test. In line with the quantitative data analysed, it was concluded that the application of the flipped classroom model positively affected the achievement of the students in favour of the experimental group. Similar to this result of the study, in the study designed by Hava (2021) to determine students' perspectives, deep learning strategies and level of participation in the lesson on the flipped classroom model; it was found that the experimental group students used the deep learning strategy and their cognitive-affective levels more effectively than the control group students. Another study, which overlaps with the results of the study, conducted by Şahin (2020), to determine the effect of the flipped classroom model application on the academic achievement and attitudes of the students towards social studies courses, concluded that there was a statistically significant difference in achievement and attitude scores of students, in favour of the experimental group. In the same study, as a result of semi-structured interviews with students and parents, it was concluded that they generally liked the application of the flipped classroom model, they had positive feelings and thoughts towards the model, it positively affected the attitudes of the students towards the social studies course, and they wanted the application to become widespread. In the study of Akyol and Garrison (2010), in which the effect of the blended learning environment designed based on collaborative constructivism on students' learning was investigated, it was seen that the application made a significant contribution to students' learning. In addition, the study prepared by Banados (2006), which concluded that the use of an online interactive multimedia environment, which is one of the sub-types of blended learning environments, has a positive effect on students' English course success, supports the results of our study. As a result of the literature review, similar studies supporting the results of the achievement test used in the research were identified (Keskin, 2020; Koç-Akran & Bayrak, 2020; Say & Yıldırım, 2020; Yorgancı, 2020; Arslan & Kuzu, 2018; Çakır & Yaman, 2018; Akgün & Atıcı, 2017; Çukurbaşı & Kılıcı, 2017; Sakar & Uluçınar-Sağır, 2017).

In line with the findings obtained from the content analysis of the data acquired from the Interview with the Teacher and the Semi-Structured Interview Form made with the experimental group students, it was concluded that the application of the flipped classroom model increased the participation of the students in the lesson. In addition to this result, it was concluded that the application of the flipped classroom model was found to be interesting by the students, therefore, their interest in the science course and their motivation towards learning science increased. There are many studies in the literature that are similar to the results of the study. In the research conducted by

Kaya (2018), in which the effect of the application of the flipped classroom model in mathematics teaching on the participation of eighth-grade students in secondary school was examined, as a result of the analysis made by considering the affective, cognitive and behavioural domains, it was determined that the level of participation of the students in the lesson was statistically significant in favour of the experimental group. Similarly, in the study conducted by Koçak (2019), in which the effect of the flipped classroom model application on the academic achievement of the students in the English course was examined, it was determined that the application increased the success of the students in favour of the experimental group. In addition to this finding, it was stated that the application increased the participation of the students in the class, and they also had positive opinions about the English course. On the other hand, in the studies conducted by Chen, Lambert, and Guidry (2010) and Albrecht (2006), in which the effect of the use of blended learning environments in the learning process on the participation of the students in the course and the effect on the development of the students' experiences was examined, it was determined that the use of internet-based learning technologies had a positive effect on the participation of the students in the course and learning outcomes. In addition to the aforementioned studies, as a result of the literature review, similar studies were found that support the conclusion reached in the research (Aslan, 2020; Say & Yıldırım, 2020; Şahin, 2020; Jeong, Canada-Canada & Gonzalez-Gomez, 2019; Biederman, 2018; Sağlam & Arslan, 2018; Şenel & Kahramanoğlu, 2018; Demirel & Aydın, 2017; Saritepeci & Yıldız, 2014).

Recommendations

Considering the findings and results obtained as a result of the study carried out, the following suggestions were presented to the researchers.

- The research was limited to the application of the flipped classroom model. Apart from this, studies can be carried out based on different learning models.
- Similar studies can be done using blended learning techniques.
- This study, which is limited to the sample group and unit of the research, can be applied to various grade levels and various units.

If the flipped classroom model is introduced more effectively to teachers through in-service training and various courses and to teacher candidates in education programs in education faculties, it can be used in different courses.

REFERENCES

- Albrecht, K. (2006). *Social intelligence: The new science of success*. John Wiley & Sons.
- Akgün, M. & Atıcı, B. (2017). Ters-düz sınıfların öğrencilerin akademik başarısı ve görüşlerine etkisi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 25(1), 329-344.
- Akyol, Z. ve Garrison, D.R. (2010). Understanding cognitive presence in an online ve blended community of inquiry: Assessing outcomes and processes for deep approach to learning. *British Journal of Educational Technology*, doi: 0.1111/j.1467- 8535.2009.01029.
- Arslan, H., & Kuzu, A. (2019). Eba ders modülünün ve V sınıf yazılımının ters yüz sınıf modelinde uygulanabilirliğine yönelik öğretmen görüşleri. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 19(1), 20-36.
- Aslan, A. (2020). Ters yüz edilmiş sınıf öğretim modeli ve coğrafya derslerinde uygulanabilirliği üzerine bir değerlendirme. *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2), 51-69.
- Bacanak, A. (2002). *Fen bilgisi öğretmen adaylarının fen okuryazarlıkları ile fentechnoloji-toplum dersinin uygulanışını değerlendirmeye yönelik bir çalışma*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) KTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, Trabzon.
- Bacanak, A., Karamustafaoğlu, O., & Sacit, K. Ö. S. E. (2003). Yeni bir bakış: eğitimde teknoloji okuryazarlığı. *Pamukkale üniversitesi eğitim fakültesi dergisi*, 14(14), 191-196.
- Baker, J. W. (2000). The classroom flip. *Using web course management tools to become the guide by the side*. In J. A. Chambers (Ed.), *Selected Papers from the 11th International Conference on College Teaching and Learning* (pp. 9-17). Jacksonville, Florida Community College.
- Bañados, E. (2006). A blended-learning pedagogical model for teaching and learning EFL successfully through an online interactive multimedia environment. *CALICO journal*, 533-550.
- Bendixen, L., D. ve Hartley, K. (2003). Successful learning with hypermedia: The role of epistemological beliefs and metacognitive awareness. *Journal of Educational Computing Research*, 28, 15-30.
- Bergmann, J., & Sams, A. (2012). *Flip your classroom: Reach every student in every class every day*. International society for technology in education.
- Biederman, C., M. (2018). A quantitative study of student performance in an algebra 1 class utilizing the flipped classroom approach. *ProQuest LLC, Ed.D. Dissertation, Northcentral University*. Erişim adresi <https://eric.ed.gov/?id=ED600107>.
- Bolat, Y. (2016). The flipped classes and education information network (EIN) Ters yüz edilmiş sınıflar ve eğitim bilişim ağı (EBA). *Journal of Human Sciences*, 13(2), 3373-3388.

- Boran, G. H. (2014). *Argümantasyon temelli fen öğretiminin bilimin doğasına ilişkin görüşler ve epistemolojik inançlar üzerine etkisi*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Pamukkale Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Denizli.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç, Çakmak, E., Akgün, Ö., E., Karadeniz Ş. ve Demirel, F. (2017). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara, PEGEM Akademi, 23. Baskı.
- Chen, P., S., D., Lambert, A., D.&Guidry, K., R. (2010). Engagingonline learners: Theimpact of web-basedlearningtechnology on collegestudentengagement. *Computers&Education*, 54(4), 1222-1232.
- Creswell, J. W. (2017). *Araştırma deseni* (ÇevEdt: Demir, S. B.). Ankara: Eğiten Kitap.
- Çakır, E.,& Yaman, S. (2018). Ters yüz sınıf modelinin öğrencilerin fen başarısı ve bilgisayarca düşünme becerileri üzerine etkisi. *Gazi UniversityJournal of Gazi EducationalFaculty (GUJGEF)*, 38(1).
- Çekbaş, Y. (2017). Argümantasyon tabanlı astronomi öğretiminin fen bilgisi öğretmen adaylarının bilimin doğasına, sözde-bilim ve epistemolojik inançlarına etkisinin değerlendirilmesi.*ErzincanÜniveristesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3(19), 51-71.
- Çukurbaşı, B. & Kıyıcı, M. (2017). An investigation of theeffects of theeffects of problem-basedlearningactivitiesupportedviaflippedclassroomandlego-logo practices on thesuccessandmotivation of highschoolstudents. *International Online Journal of EducationalSciences*, 9(1).
- Çukurbaşı, B.,& Kıyıcı, M. (2017). Öğretmen adaylarının ters yüz edilmiş sınıf modeline yönelik görüşlerinin incelenmesi. *Bayburt Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12(23), 87-102.
- Davies, R. S., Dean, D. L., &Ball, N. (2013). Flippingtheclassroomandinstructionaltechnologyintegration in a college-levelinformationsystemsspreadsheetcourse. *EducationalTechnologyResearchand Development*, 61(4), 563-580.
- Demiralay, R. & Karataş, S. (2014). Evde ders okulda ödev modeli. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 333-340.
- Demirer, V. & Aydın, B. (2017). Ters yüz sınıf modeli çerçevesinde gerçekleştirilmiş çalışmalara bir bakış: içerik analizi. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 7(1), 57-82.
- Doğan Bora, N. (2005). *Türkiye genelinde ortaöğretim fen branşı öğretmen ve öğrencilerinin bilimin doğası üzerine görüşlerinin araştırılması*. Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Doğan, N., Çakıroğlu, J., Bilican, K. ve Çavuş, S. (2012). *Bilimin doğası ve öğretimi*. Ankara, PEGEM Akademi, 2. Baskı.
- Elgatait, H. E. A. (2015). E-Learning experience in promoting the development of epistemological beliefs amongst tripoli university students. *International Journal of Internet of Things*, 4(1A), 35-41.
- Gögebakan-Yıldız, D.,& Kıyıcı, G. (2016). Ters yüz edilmiş sınıf modelinin öğretmen adaylarının erişilerine, üstbilgi farkındalıklarına ve epistemolojik inançlarına etkisi. *Celal Bayar UniversityJournal of SocialSciences/Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(3).
- Gögebakan-Yıldız, D., Kıyıcı, G. & Altınbaş, G. (2016). Ters-yüz edilmiş sınıf modelinin öğretmen adaylarının erişimleri ve görüşleri açısından incelenmesi. *Sakarya UniversityJournal of Education*, 6(3), 186-200.
- Görü-Doğan, T. (2015). Sosyal medyanın öğrenme süreçlerinde kullanımı: ters-yüz edilmiş öğrenme yaklaşımına ilişkin öğrenen görüşleri. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 24-48.
- Guan, S. (2013). Flippedlearningdrivenbystudents: a casestudy of a foreignlanguageclass. In *ICERI2013 Proceedings* (pp. 464-468). IATED.
- Hartens, C., Gruber, H. Ve Hertrampf, H. (2010). How epistemicbeliefsinfluence e-learning in dailywork-life. *EducationalTechnology&Society*, 13(3), 201-211.
- Hava, K. (2021). Theeffects of theflippedclassroom on deeplearningstrategiesandengagement at theundergraduatelevel. *ParticipatoryEducationalResearch*, 8(1), 379-394. Erişim adresi<https://eric.ed.gov/?id=EJ1277142>.
- Hayırsever, F. & Orhan, A. (2018). Ters yüz edilmiş öğrenme modelinin kuramsal analizi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(2), 572-596.
- Hibbard, L., Sung, S. ve Wells, B. (2016). Examiningtheeffectiveness of a semi-self-pacedflippedlearning format in a college general chemistrysequence.*Journal of ChemicalEducation*, 93(1) 24-30.
- İnel, D.,& Balım, A. G. (2010). Fen ve teknoloji öğretiminde probleme dayalı öğrenme yöntemi kullanımına ilişkin öğrenci görüşleri. *Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi*, 1(1), 1-13.
- İşman, A. (2011). *Öğretim teknolojileri ve materyal tasarımı*. Ankara: Pegem Akademi.
- Jeong, J. S.,Cañada-Cañada, F. &González-Gómez, D. (2018). Thestudy of flipped-classroomforpre-service scienceteachers. *EducationSciences*, 8(163). Erişim adresi<https://eric.ed.gov/?id=EJ1201004>.
- Karaca, C.,& Ocak, M. A. (2017). Algoritma ve programlama eğitiminde ters yüz öğrenmenin üniversite öğrencilerinin akademik başarısına etkisi. *International Online Journal of EducationalSciences*, 9(2), 527-543.
- Kaya, D. (2018). Matematik öğretiminde ters yüz öğrenme modelinin ortaokul öğrencilerin derse katılımına etkisi. *Sakarya UniversityJournal of Education*, 8(4), 232-249.
- Kertil, M. (2008). *Matematik öğretmen adaylarının problem çözme becerilerinin modelleme sürecinde incelenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi) Marmara Üniversitesi, İstanbul.

- Keskin, E. (2020). *Ters yüz sınıf yönteminin 10. sınıf öğrencilerinin kimya dersi "Asitler, Bazlar ve Tuzlar" ünitesindeki akademik başarılarına etkisinin incelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Koçak, G. (2019). *Ters yüz öğrenmenin 7. sınıf öğrencilerinin akademik başarısına etkisi*. (Yüksek Lisans Tezi) İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Malatya.
- Koç-Akran, S. & Bayrak, F. (2020). Flipped öğrenme uygulamasının öğretmen adaylarının teknolojiyi kullanma becerilerine ve akademik başarılarına etkisi. *Anadolu Eğitim Liderliği ve Öğretim Dergisi*, 8(2), 70-89.
- Korkmaz, H. (2002). *Fen eğitiminde proje tabanlı öğrenmenin yaratıcı düşünme, problem çözme ve akademik risk alma düzeylerine etkisi*. (Doktora Tezi) Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Köseoğlu, F., Tümay, H., & Budak, E. (2008). Bilimin doğası hakkında paradigma değişimleri ve öğretimi ile ilgili yeni anlayışlar. *Gazi University Journal of Gazi Educational Faculty (GUJGEF)*, 28(2).
- Lage, M. J., Platt, G. J., & Treglia, M. (2000). Inverting the classroom: A gateway to creating an inclusive learning environment. *The Journal of Economic Education*, 31(1), 30-43.
- Lederman, N. G. (1992). Students and teachers' conceptions of the nature of science: A review of the research. *Journal of research in science teaching*, 29(4), 331-359.
- Lederman, N. G. (2004). Syntax of nature of science within inquiry and science instruction. scientific inquiry and nature of science. *implications for teaching, learning and teacher education*. Flick, L. B. ve Lederman, N. G. (Editörler). s. 301-317. Erişim adresi https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-1-4020-5814-1_14.
- Lederman, N. G., Abd-El-Khalick, F., Bell, R. L., & Schwartz, R. S. (2002). Views of nature of science questionnaire: Toward valid and meaningful assessment of learners' conceptions of nature of science. *Journal of Research in Science Teaching*, 39(6), 497-521.
- Lederman, N. G., & Niess, M. L. (1998). 5 Apples + 4 Oranges = ?. *School Science and Mathematics*, 98(6), 281.
- MacKinnon, G. (2015). Determining useful tools for the flipped science education classroom. *Contemporary Issues in Technology and Teacher Education*, 15(1), 44-55.
- (MEB) Milli Eğitim Bakanlığı (2005). *İlköğretim fen ve teknoloji dersi öğretim programı*, Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- MEB (2018). *Fen bilimleri öğretim programı*. Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- Musib, M. K. (2014). Student perceptions of the impact of using the flipped classroom approach for an introductory-level multidisciplinary module. *CDTL Brief*, 17(2), 15-20.
- National Research Council (NRC) (1996). *National science education standards*, Washington, D: C National Academy Press.
- Özcan, H. (2013). *Fen bilgisi öğretmen adaylarının fen içeriği ile ilişkilendirilmiş bilimin doğası konusundaki pedagojik alan bilgilerinin gelişimi*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Öztürk, S. & Alper, A. (2018). Programlama öğretimindeki ters-yüz öğretim yönteminin öğrencilerin başarılarına, bilgisayara yönelik tutumuna ve kendi kendine öğrenme düzeyine etkisi. *Bilim, Eğitim, Sanat ve Teknoloji Dergisi*, 3(1), 13-26.
- Prashar, A. (2015). Assessing the flipped classroom in operations management: A pilot study, *Journal of Education for Business*, 90 (3), 126- 138.
- Sağlam, D. ve Arslan, A. (2018). The effect of flipped classroom on the academic achievement and attitude of higher education students. *World Journal of Education*, 8(4), 170-176. Erişim adresi <https://eric.ed.gov/?id=EJ1189512>.
- Sakar, D., & Uluçınar Sağır, Ş. (2017). Eğitimde ters-yüz çevrilmiş sınıf uygulamaları. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(5), 1904-1916.
- Sams, A., & Bergmann, J. (2013). Flip your students' learning. *Educational Leadership*, 70(6), 16-20. Erişim adresi <https://eric.ed.gov/?id=EJ1015329>.
- Sarıtepeci, M., & Yıldız, H. (2014). Harmanlanmış öğrenme ortamlarının öğrencilerin derse katılım ve derse karşı motivasyonları üzerine etkisinin incelenmesi. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15(1), 207-223.
- Say, F., S. ve Yıldırım, F., S. (2020). Flipped classroom implementation in science teaching. *International Online Journal of Education and Teaching*, 7(2), 606-620. Erişim adresi <https://eric.ed.gov/?id=EJ1250573>.
- Somyürek, S. (2014). Öğretim sürecinde Z kuşağının dikkatini çekme: artırılmış gerçeklik. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 4(1), 63-80.
- Staker, H., & Horn, M. B. (2012). Classifying K-12 blended learning. *Innosight Institute*. Erişim adresi <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED535180.pdf>.
- Şahin, Ş. (2020). *Ters yüz sınıf modeli uygulamalarının, ortaokul yedinci sınıf öğrencilerinin sosyal bilgiler derslerine yönelik akademik başarılarına ve tutumlarına etkisi*. (Yüksek Lisans Tezi) Sakarya Üniversitesi, Sakarya.

- Şenel, M., & Kahramanoğlu, R. (2018). İlkokul İngilizce dersinde ters yüz sınıf (flippedclassroom) modeli uygulamasının değerlendirilmesi. *Disiplinlerarası Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 28-37.
- Talim ve Terbiye Kurumu Başkanlığı (TTKB) (2005). İlköğretim fen ve teknoloji dersi öğretim program ve klavuzu, 4-5. Sınıflar. MEB-Ankara.
- Talim ve Terbiye Kurumu Başkanlığı (TTKB) (2013). İlköğretim fen bilimleri dersi öğretim program ve klavuzu, 3-8. Sınıflar. MEB-Ankara.
- Torun, F., & Dargut, T. (2015). Mobil öğrenme ortamlarında ters yüz sınıf modelinin gerçekleştirilebilirliği üzerine bir öneri. *Adnan Menderes Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 6(2), 20-29.
- Tucker, B. (2012). The flipped classroom. *Educationnext*, 12(1), 82-83. Erişim adresi <http://educationnext.org/the-flipped-classroom/>.
- Tune, J., D., Sturek, M., ve Basile, D., P. (2013). Flipped classroom model improves graduate student performance in cardiovascular, respiratory, and adrenal physiology. *Advances in Physiology Education*, 37(4) 316-320.
- Ünsal, H. (2018). Ters yüz öğrenme ve bazı uygulama modelleri. *Gazi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 4(2), 39-50.
- Wilson, S., G. (2013). The flipped class: a method to address the challenges of an undergraduate statistics course. *Teaching of Psychology*, 40, 193-199.
- Yavuz, S. & Coşkun, E. A. (2008). Sınıf öğretmenliği öğrencilerinin eğitimde teknoloji kullanımına ilişkin tutum ve düşünceleri. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 34(34), 276-286.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık (8. Baskı).
- Yıldırım, G., Yıldırım, S. & Çelik, E. (2018). Uygulayıcıların ters yüz edilmiş sınıf uygulamalarına yönelik deneyimleri. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 8(2), 192-211.
- Yorgancı, S. (2020). Matematik derslerinde öğrenci performansını artırmaya yönelik bir ters yüz öğrenme modeli. *Necatibey Eğitim Fakültesi Elektronik Fen ve Matematik Eğitimi Dergisi*, 14(1), 348-371.

THE EFFECTIVENESS OF BLENDED LEARNING ON STUDENTS ACHIEVEMENT AT SQU

Mohamed E. AMMAR
College of Education, SQU, Oman,
amar@squ.edu.om

Ali S. Al MUSAWI
College of Education, SQU, Oman,
asmusawi@squ.edu.om

ABSTRACT

This study aimed to investigate the effectiveness of using Blended Learning (BL) in developing students' Achievement. The research methodology was based on a pre-post control group experimental research design. The sample consisted of 31 students in the control group and 30 in the experimental group, who were enrolled in an introductory educational technology course (TECH3007) at Sultan Qaboos University (SQU). The data collection instrument was an achievement test. The results revealed that there are a statistically significant difference at the level of 0.05 between the mean scores of the experimental group students in the post application of the achievement test in favor of the post application. In light of these results, a set of recommendations were presented, such as: paying attention to spreading BL among both students and faculty members at SQU, preparing the infrastructure, and spreading awareness towards the using of BL in all university courses.

Keywords: Blended learning, Achievement, SQU, Oman

INTRODUCTION

It becomes obvious that the nature of the present time is knowledge expansion and technological development and their increasing impact on education systems. Depending on the traditional single-source model of teaching and learning has become unacceptable for its inadequacy. There is a need to use modern and sophisticated instructional strategies supported by innovative technologies especially e-learning resources and forms. Indeed, most educational institutions have realized the importance of e-learning courses delivery and their effective provision through the Internet (Azmi, 2014). However, Blended Learning (BL) is a common denominator between different e-learning styles. It is based on integrating learning methods and strategies with e-learning tools (Abu Mousa et al, 2014). Usually combining technologies in the instructional process improves its quality and enables the teacher to generate new learning environments (Al-Azawi & Shakkah, 2018).

Al-Mukhaini (2017) defines BL as "an educational method related to the integration of both the the traditional and technology-based environment in various forms" (p. 31). Pachler & Daly (2011) indicate that BL means the combination of different technologies based on the Internet, and different teaching approaches (p. 24). Al-Sharman (2015) believes that it is "a type of education that combines the traditional method of teaching with e-learning through the Internet" (p. 30). Richey (2013) defines it as "an educational design formula that combines face-to-face and e-learning, so that they are organized together as an educational method that benefits learning in different ways" (p. 23). Littlejohn & Pegler (2007) define BL as "a model for learning focuses on student learning through the provision of e-learning along with specific elements within the traditional course (p. 22). Milheim (2006) defines it as "a learning style that combines traditional classroom education and online learning features in an integrated model taking advantage of the possibilities available to each of them the instructional process (p.44). Therefore, it could be said that all the previous definitions agreed that the main feature of BL is the combination of traditional teaching methods and Internet based methods. The current research looks at BL as a type of learning in which e-learning where its elements and features are integrated with the elements and features of traditional f2f education using Internet tools of Moodle® platform to achieve learning activities for lectures, practical lessons, and training sessions in both traditional and virtual classrooms.

BL has distinctive characteristics (Abdel-Aty, 2016, pp. 22-23; Kaur, 2013, p. 615) as follows:

1. Integrated learning style where traditional education and e-learning are merged together in the design of educational situations using traditional AV aids and online learning.
2. Communication based learning style where a combination of synchronous and asynchronous communication exists between teacher and student.

3. Functional learning style as it employs technology and selects appropriate educational means to solve classroom's problems in terms of management and activities.
4. Balanced meaningful learning style as it combines and focuses, at the same time, on the appropriate application of educational technology, and the improvement the of objectives' and learners' achievement.
5. Systematic learning style by following the systems approach in teaching and learning and having different inputs, outputs and processes.

In addition, the use of the BL style in the field of education and training achieves multiple educational benefits which were identified in the literature (Al-Sharman, 2015, pp. 39-48; Kuteit, 2015, p. 159; Hew & Cheung, 2014, p. 9 -10; Kaur, 2013, p. 614-615). It was found that BL saves time, effort and cost compared to traditional education alone or electronic education alone. It raises motivation, improves the students' academic achievement and takes into account the individual differences among them. The literature shows that BL eases forms of delivery and application in various places and environments and links learning inside and outside the classroom. It also enables the teacher to follow up on the students' performance by keeping opportunities available for them to meet each other.

In this study, the experimental treatment of BL may contribute to achieve a set of advantages by easing the communication with students, providing a continuous feedback and interactive environment that maintains the students' motivation, overcoming both traditional and e-learning styles' shortcomings and enabling the students to freely express their ideas and participate within their pace and ability to learn. Further, the blended learning environment of the current research is described as a teaching and learning style that is:

1. Meaningful that combines traditional and e-learning education in order to develop the students' achievement at the College of Education, SQU.
2. Integrated that combines traditional education using a computer lab, and e-learning through the university's Moodle® platform prepared for this purpose.
3. Asynchronous that provides e-learning content anywhere, at any time, and on any device connected to the Internet.
4. Interactive that allows f2f interaction with the teacher during traditional teaching and learning time.
5. Individualized that presents teaching and learning depending on the student's ability to learn the content according to his/her pace, attention and achievement.

Study Problem

At SQU, the introduction to educational technologies (TECH3007) course is the basic service courses to prepare the College of Education undergraduates in the field of technology. It aims to provide students with an understanding of innovative and latest technological applications with a special focus on studying theory and practice related to Internet applications so they acquire the basic skills in integrating these applications in teaching their various disciplines (SQU, 2021). Despite this well stated objective, the course implementation experiences many difficulties as evinced through the analysis of the course surveys conducted by the students at the end of each semester. A significant number of students expressed their dissatisfaction with the course pointing out the shortage in practical skills due to the short time of the practical sessions which does not commensurate with the required skills' training. They went on to attribute this difficulty to the different self-paced learning time required by students, insufficient time necessary to interact with their teachers in addition to the multiplicity of skills within each unit. The teachers, on the other side, complained that they do not have the privilege of enough time to individualize their students' learning and to train them separately because of the lack of time, and the large number of students. To further investigate the causes of the problem, the two researchers interviewed a sample of (31) students and the results showed low skills to integrate computer software and Internet technologies in their discipline, the gap between the learned skills and the those which are required for their field teaching practice, in addition to the predominance of the theoretical side over the practical. The students repeated the same previously-mentioned reasons as the main causes for these difficulties. Based on this pilot study, the researchers sought the results of specialized studies to find an appropriate educational strategy that have proven to be effective in developing technological skills and academic achievement; a strategy that may be useful in treating the aforementioned research problem.

The researchers found that BL has unique features which makes it the best strategy to investigate for its effectiveness to provide solutions for some of the pre-mentioned difficulties. First, it merges traditional teaching with e-learning according to the educational situation requirements without a limit for blending options of e-learning tools and traditional methods (Al-Mukhaini, 2017). Second, BL is also characterized by a balanced focus between the appropriate application of educational technology, and the achievement of educational goals (Yalcinkaya, 2015). Third, it saves time, efforts and cost, stimulates motivation and prevents boredom (Al-Sharman, 2015). Kuteit (2015) adds that BL is easy to apply in various places and environments as it can be adapted to the learners' individual

differences and special needs to their academic achievement. Many studies such as; Al Musawi & Ammar (2021); Issa (2020); Adli, (2020); Al-Hiyari (2019); Ansiu (2018); Al-Sayed (2016); Hamid (2016); Khalifa (2015); Al-Hinnawi (21014); Marin & Nieto (2012); Poon (2012) have proven the effectiveness of using blended learning in developing many skills and improving achievement of undergraduate students. They have recommended the adoption of BL model for university education. It was also recommended for adoption at higher education level by conferences such as the 1st international conference of the Omani Society for Educational Technologies (OSET, 2010) and the 3rd World Conference (AWERC, 2012).

Study importance

The study is important in terms of raising the students' performance, professional competence and technological skills in faculties of education by showing the extent to which BL is effective on their academic achievement. The results of the research may contribute to direct attention of the universities and MOE in Oman and elsewhere to the importance of using blended learning in education and training.

Study objective, question and hypothesis

The current study aims to find out the effectiveness of BL on students' achievement at the College of Education of SQU. In particular, it seeks to answer the following question: "how effective is using blended learning in developing the achievement of students of the College of Education at SQU?". The current research seeks to verify the following hypothesis: "There are statistically significant differences at the 0.05 level between the mean scores of the experimental group students and the mean scores of the control group students in the post application of the academic achievement test in favor of the experimental group."

METHODOLOGY

Method

The study applied quasi-experimental method of an experimental/control group with pre and post measurement.

Study design

The research experiment was conducted according to the steps shown in Table 1.

Table 1. Study design

Item	Pre-application	Treatment	Post-application
Arrangements	Sunday 20/2/2019	3 Weeks 4 hrs./week, divided over two days 1 researcher taught both groups	Wednesday 6/3/2019
Experimental group	Achievement test	BL method using Moodle® platform	Achievement test
Control group		Traditional teaching method in a computer lab	

Study Community and Sample

The study population is all the College of Education, SQU the students who were registered to study in TECH3007 course during the Spring semester 2019; and numbered at 143 students, divided into four sections. Two sections (10 and 20) students were selected as a research sample. Their number was 61 students. Section 10 was the experimental with 30 students, and section 20 was the control group with 31 students.

Research tool

The academic achievement test was the research tool used in this study and prepared by the researchers as described in the following procedures:

1. The preliminary form of the test was first prepared consisting of (25) multiple choice items with four alternatives for each item. The number of items was chosen by determining the relative weight of the course skills. The grade assigned to each question was one.
2. The test was then applied to an exploratory sample of the research, with the aim of verifying the validity and reliability of the test.
3. The validity of the test was calculated in two ways:

- a. Logical validity: the test was presented to five reviewers specializing in educational technology from faculty members at the College of Education, SQU to survey their views on the extent to which the test vocabulary is appropriate for its objectives, the course content, clarity and accuracy of its instructions. The percentage of the concordance coefficient between the reviewers' responses was calculated, and it resulted in 80% of the reviewers agreeing to delete five items due to the similarity between them and other items. After making the proposed modifications in the wording of some test items; the final test form became (20) item.
 - b. Internal consistency validity: after the test application to the exploratory sample, the researchers calculated the degree of correlation of each item with the total test score. The results showed that all the values of the calculated correlation coefficients are statistically significant at the 0.05 level. This confirmed the validity of the test.
4. The reliability of the achievement test was calculated using the Kuder–Richardson formula (KR-21) after applying it to the exploratory sample. Table 2 shows the statistical data of the test.

Table 2. Reliability statistical data of the achievement test

No. of responses	Means	SD	Variance	KR ₂₁ Coefficient
20	15.3	4.51	20.3401	0.9148

Table 2 shows that the test reliability coefficient value equals (0.9148), which is a large value that can be trusted. It is also possible to be assured of the results that will be obtained after applying the experimental treatment to the research sample.

1. To calculate the duration of the test time, the response time of each student was recorded. Then, the highest and lowest quartiles were separated for these times, and the average performance time was calculated for each of the two quartiles. The value of the two averages was (46), (26) minutes respectively. Then, the average performance time was calculated for each of the two quartiles and the result indicated that the test performance time value is (36) minutes. This time was raised to (40) minutes to be the approved test time.
2. To calculate the ease and difficulty coefficients, the correct answers and the wrong answers were calculated for each test item. The values of the corrected ease coefficients were then calculated using correction-for-guessing formula. The values of the calculated ease coefficients ranged between the two values (0.41), (0.72) which are acceptable average values for the ease and difficulty coefficients.
3. To calculate the discriminatory coefficients, the UL (upper vs. lower 27% technique) Index was applied where the scores of the students were arranged in descending order and (27%) of the scores of the sample students were separated to the highest quartile, and (27%) of the scores of the sample students were separated to the lowest quartile. It was found that the values of the discriminatory coefficients ranged between (0.42), (0.71), which indicates that the test items has a discriminatory degree that can be trusted.
4. The final form of the test was prepared based on the opinions of the reviewers and the modifications made to it. It included the name/data of the student, date/time of the test and the overall test score. Then the test items were 20 items.

BL environment design and development

The researchers relied on the model Huang & Zhou (2005, p. 303,) to design and produce the blended learning environment for this experiment as shown in Fig. 1.

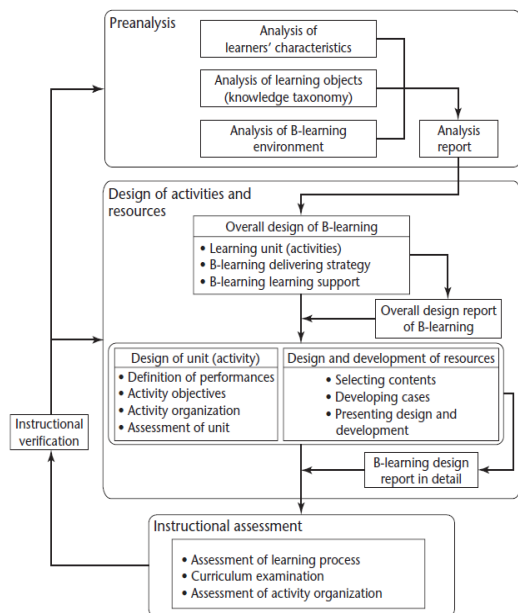


Fig. 1. Huang & Zhou model (2005) used to design and develop BL environment of the current research

Research variables

1. The independent variable: BL.
2. The dependent variable: achievement.

Research limitations

This research was limited to the following:

1. Students of the College of Education at SQU who are registered in sections (10) and (20) to study (TECH3007) Course in the Spring semester of the academic year 2018/2019.
2. Use of Moodle® as a platform to present the e-learning resources used in teaching students.

RESULTS AND DISCUSSION

To answer the main research question and test the validity of the research hypothesis, the achievement test was applied to the students of both the experimental and control groups. The mean scores were then calculated as well as the standard deviations. Table 3 presents the descriptive statistics, and the "t" value for the scores of the students of the two groups in the post application of the achievement test

Table 3. Descriptive statistics, and the t-test of the post application of the achievement test

Group	N	Mean	SD	t- value	df	Sig.	Effect size (di)
Experimental	30	17.1	1.37339	9.153	12.057	0.00	1.7
Control	31	10.7667	2.52823				

Table 3 findings indicate that the difference between the mean scores of the students of the experimental and control groups in the post application of the achievement test is statistically significant at the 0.05 level, in favor of the students of the experimental group. Thus, the validity of the main hypothesis of the research is verified and accepted. The effect size (di) was also calculated and the results shown in Table 3 indicate that the value of di equals to (1.7) which means that the performance mean of the experimental group exceeds the performance mean of the control group by (1.7) of standard deviation units; and the effect size is large. The researchers attribute this result to a number of reasons, including:

1. Diversity of e-learning resources provided in the BL environment and used by the students of the experimental group were not available to the students of the control group. This allowed the experimental group students to have multiple alternatives, allowing them to select according to what suits them.

2. Availability of resources to the students of the experimental group on the Moodle® platform at anytime and anywhere which wasn't the case for the students of the control group. This setting has facilitated and helped the students of the experimental group in accessing information, re-explaining the topics, and repeating the explanation and presentation more than once according to their abilities and pace of learning; this contributed significantly to the increase in their academic achievement.
3. Classroom meeting time in the experimental group was more focused on discussion, dialogue, and implementation of skills, as a large part of their basic learning was conducted through Moodle® whereas it included basic explanation of ideas, discussions and activities. This in turn needs more time to clarify in order to complete their achievement of the learning objectives and skills acquisition.
4. Individual differences among students in the experimental group were better met as they learned in a BL environment that was suitable for their learning characteristics. This may have contributed positively to the improved achievement by these students as compared to their colleagues of the control group.

This result is consistent with the findings of Al Musawi, & Ammar (2021) study regarding the effectiveness of BL at its various blending ratios in developing the academic achievement of students of the College of Education at SQU. It also substantiates the results of Adli (2020), Al-Hiyari (2019) and Ansiu (2018) studies which have proved the effectiveness of BL in developing the cognitive achievement of female students and English language and geography learners. (), which confirmed its results. This result also confirms Hamid (2016) study findings in that statistically significant differences exist between the mean scores of the BL class group and the traditional class group in the post application of the achievement test for students of the College of Education in favor of the BL class group

CONCLUSION, RECOMMENDATIONS AND SUGGESTIONS

The current study aims to find out the effectiveness of BL on students' achievement at the College of Education of SQU. It was thought that BL can solve some existing problems as it combines the traditional teaching with e-learning tools strengths while maintaining the students' motivation and improving their achievement. The study found that this is evident by conducting a field experiment and supports many previous studies findings on both global and regional levels. Therefore, it seems it is in the interest of the policymakers at the Omani universities and educational institutions to spread, plan and implement BL among both students and faculty members. This becomes obvious specifically in the education and other programs characterized by theoretical and practical knowledge that requires more time to elaborate on discussion and inquiries.

We recommend that these educational institutions should focus on the technological infrastructure but more importantly they need to emphasize the awareness and change acceptance towards the recognition of BL in university courses. It is needless to say that these institutions should assess the training needs of their academic communities and design programs based on the BL environment using the Huang and Zhou (2005) model explained in this study. Learning programs based on the BL environment should be designed using active and self-learning theories. Colleges of Education are in need to update and develop their students' skills to use and interact with BL techniques. Taking in consideration the study limitations, we suggest that researchers investigate the effectiveness of BL in developing students' skills and attitudes in various courses and specializations, in addition to studying the features and techniques of e-learning in activating BL strategies. We also suggest to expand the use of the BL environment to develop various research variables related to the academic courses of the university.

REFERENCES

- Abdel-Aty, M. (2016). Blended Learning Technology. Alexandria: Educational Library.
- Abu Mousa, M., Al-Sous, A. & Abdel Salam, S. (2014). Blended Learning Between Traditional and E-Learning. Amman: Academics Press.
- AWERC- Academic World Education and Research Center (2012, October). 3rd World Conference on Learning, Teaching and Educational Leadership. Brussels, Belgium.
- Adli, A. (2020). The effects of a program based on integrating blended and flipped learning on achievement, self-efficacy, and learning to swim on belly crawl for beginners, *Journal of Comprehensive Education Research*, 1, 1-27.
- Al-Azawi, M. & Shakkah, R. (2018). Embedding augmented and virtual reality in educational learning method: present and future. In 2018 9th International Conference on Information and Communication Systems (ICICS). pp. 218-222.
- Al Musawi, A. and Ammar, M. (2021). The effect of different blending levels of traditional and e-learning delivery on academic achievement and students' attitudes towards blended learning at SQU, *Turkish Online Journal of Educational Technology*, 20(2), 127-139. Available: <http://www.tojet.net/articles/v20i2/20213.pdf>

- Al-Hinnawi, H. (2014). The effect of using collaborative blended learning strategy in developing the skills of producing computerized educational lessons and their innovative design among technology students in Gaza, *Journal of Scientific Research in Education*, 15(3), 235-281.
- Al-Hiyari, L. (2019). The effect of using the blended learning strategy on the achievement of University of Jordan students in English language, *Educational Sciences Studies*, 46(2), 23-34.
- Ali, A. (2017). The effect of using blended learning and problem-solving strategies in developing the skills of using cloud computing applications in scientific research among graduate students. *Arab Research Journal of Specific Education*, 8, 175-220.
- Al-Mukhaini, M. (2017). *Utilizing Blended Learning in Designing Educational Websites*. Amman: Safa Press.
- Al-Sayed, I. (2016). The impact of the use of blended learning in teaching a computer course on the development of some PowerPoint skills of female students of the General Diploma, Industrial Materials Division, and their attitudes towards it, *Faculty of Education Journal*, 27(106), 1-56.
- Al-Sharman, A. (2015). *Blended Learning and Flipped Learning: Blended Flipped Learning*. Amman: March Press.
- Ansiu, A. (2018). The effect of using the blended learning strategy on the achievement of University of Jordan students in the subject of Jordan's geography, *Jordanian Educational Journal*, 3 (4), 26-45.
- Azmi, N. (2015). *E-learning Technology*. Cairo: Arab Thought Press.
- Hamid, A. (2016). The effectiveness of flipped and blended classes in developing the skills of designing educational webpages for female students of the College of Education, Islamic University of Gaza, (unpublished master's thesis), the Islamic University, College of Education, Palestine.
- Hew, K.F. & Cheung, W.S. (2014). *Using Blended Learning: Evidence-Based Practices*. New York: Springer. Available: <https://www.springer.com/gp/book/9789812870889>
- Huang, R. & Zhou, Y. (2005). Designing Blended Learning focused on Knowledge Category and Learning Activities-Case Studies from Beijing Normal University, In the Book of Blended Learning. Available from: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.92.194&rep=rep1&type=pdf>.
- Issa, J. (2020). The effect of using blended learning on the development of e-learning applications among students of the University of Bisha and their attitudes towards it, *Egyptian Society for Educational Computers Journal*, 8(1), 1-37.
- Kaur, M. (2013). Blended learning - its challenges and future. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 93, 612–617. doi: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.09.248>
- Khalifa, Z. (2015). The effect of the electronic interaction pattern in blended learning on acquiring the skills of using and producing some technological innovations and attitudes towards it among non-native Arabic language diploma students in light of their needs, *Educational Technology Studies and Research*, 1-93.
- Khan, B. (2005). *Managing e-Learning Strategies: Design, Delivery, Implementation and Evaluation*. Hershey, PA, USA: Idea Group Inc. doi: <http://dx.doi.org/10.4018/978-1-59140-634-1>
- Kuteit, G. (2015). *Modern Learning and Teaching Technologies*. Amman: Culture Press.
- Littlejohn, A. & Pegler, C. (2007). *Preparing for blended e-learning*. London: Routledge. Available: <https://www.routledge.com/preparing-for-blended-e-learning/Littlejohn-Pegler/p/book/9780415403610>
- Marin, D.P. & Nieto, I.P. (2012). A Case Study on the Use of Blended Learning to Encourage Computer Science Students to Study. *The Journal of Science Education and Technology*, 21, 74-82. doi: <https://doi.org/10.1007/s10956-011-9283-6>
- Milheim, W.D. (2006). Strategies for the Design and Delivery of Blended Learning Courses. *Educational Technology: The Magazine for Managers of change in Education*, 46(6), 44-47. Available: <https://www.jstor.org/stable/44429352>
- OSET- Oman Society of Educational Technology (2010, December). Recommendations of the First Omani International Conference on Educational Technologies "Blended and Mobile Learning: Potential and Challenges", Muscat, Oman.
- Pachler, N. & Daly, C. (2011). *Key issues in e-learning: Research and practice*. London: Continuum Publishing. Available: <https://www.amazon.com/Key-Issues-Learning-Research-Practice-ebook/dp/B00OG4DZJ4>
- Poon, J. (2012). Use of blended learning to enhance the student learning experience and engagement in property education, *Property Management*, 30(2), 129-156. doi: <https://doi.org/10.1108/02637471211213398>
- Richey, R.C. [Ed.] (2013). *Encyclopedia of Terminology for Educational Communications and Technology*. New York: Springer. Available: <https://www.springer.com/gp/book/9781461465720>
- SQU- SQU (2021). TECH3007 Course Description. Retrieved from website <https://portal.squ.edu.om/web/guest/course-description>
- Yalcinkaya, D. (2015). Why is blended learning for vocationally oriented language teaching? *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 174, 1061 – 1068. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.795>

THE EFFECTIVENESS OF PUBLIC EXPENDITURE ON HIGHER EDUCATION AND THE EMPLOYMENT IN MEXICO

Rubén Macías ACOSTA

Doctor in Government and Public Administration. Head of the Economics Department of the Autonomous University of Aguascalientes (UAA). Aguascalientes, México, email: ruben.macias@edu.uaa.mx, ORCID <https://orcid.org/0000-0003-4097-745X>

ABSTRACT

Higher education is the most important element to achieve the redistribution of wealth in a country, for that reason its public spending is a subject to study, also the studied professions, the demanded professions by the market and the salaries received by them, because citizens must be able to attend the principal needs of the nation, thereby increasing their income and achieve a decent life. The objective of the document is to analyze the educational proposal considered in the National Development Plan (PND) 2019-2024 in Mexico, specifically in the objective: “2. Guarantee employment, education, health and welfare” analyzing the proposal “5. Young people writing the future, this is a national program aimed to young people who are enrolled in a center of higher education”. In the methodology, it is made a descriptive analysis of the expenditure on education, that information is published by the Chamber of Deputies in México also analyze the information of the Occupation by Economic Sectors generated by National Institute of Statistic and Geography (INEGI). The results of the study showed the dismantling of the occupation of the companies with the proposal of higher education issued by the government, because the expenditure made is mostly destined to the attention of saturated professions, and careers with greater needs have fewer graduates, there is an unsatisfied demand for professionals in these areas, it shows that students focus on studying over saturated professions earn less and have a demotivation in work in its area. It concludes by analyzing the great challenge of increase the enrollment in the careers that cover the national needs in some areas of the labor market and generate an effective redistribution of wealth and higher salaries.

Keywords: Public spending, educational policy, employment, salaries.

INTRODUCTION

Education is a variable that increases the human development of people, the citizens that studies can be hired in better jobs because they have more training. Therefore, education is an element of great importance for people to increase their standard of living, in addition to the fact that education allows them to integrate into the social and productive changes in the world.

In Mexico, one of the government's objectives is to encourage the education of citizens to redistribute wealth. More and more organizations hire workers with higher level of studies, because they have a lot of requirements for its quality certifications. An essential element to achieve is the increasing of educational opportunities in Mexico, it is necessary the effective public policies that allow people with fewer resources, being integrated into universities because they need to acquire the skills to achieve higher-paying jobs.

Public spending on education is important to provide education for people with fewer resources and allow them to integrate in the organizations positions with higher salaries, being a need for companies to hire personnel with enough qualification to made the job. Educational policies must be integrated as an essential element in schools supporting the educational quality in schools, allowing the curriculum to be relevant at the end of the studies, then the citizens can be hired in activities that need greater training, in this way it will be achieved the social welfare.

THEORETICAL FRAMEWORK

Employment is a variable of great importance in the economy because it generates well-being in people. People who work are valuable by adding value to the type of work and the place where they do it (MOW, 1987). Considering work as a set of psychosocial functions that allow people to integrate into society (Dakduk and Torres, 2013). Work dignifies people because they can cover their expenses and improve their standard of living. Work allows people to have social well-being (Romero, 2017).

The elements that consider people's productivity are experience, education and age (Durán, 2005). There is a positive relationship between the reservation salary and the level of education of the workers (Monte, Ramalho and Pereira, 2011). Employees have different job skills, this is a factor that determines their productivity and salary (Méndez, 2015). For this reason, companies pay higher wages to people with higher skills (Yellen 1984).

Education is important so that people have greater social well-being. Education increases job opportunities and reduces poverty. Education ensures that people have jobs with higher wages by increasing the purchasing power of families. It is necessary to establish educational policies that allow the integration of people in universities, including those with lower incomes. Thus, it is possible to include people with lower incomes in the educational environment. A need for public policy is that all people have the same opportunities to study (Monzón, 2015). Policies are decisions made by the government aimed at improving the welfare of the people (Aguilar, 1993). Public policies must be equitable in order to promote social justice (Cohen and Franco, 2010). It is necessary to establish public policies focused on the inclusion of people in higher paying jobs. Public spending is an essential element so that actions can be established for the benefit of people. In society there are factors of social exclusion, such as the place of birth, among others that must be addressed through inclusive public policies. The government needs to redistribute wealth through spending on education (Monzón, 2015).

The freedom of the people is an element that allows the development of citizens, being a necessary element spending on education so that people who have less income can enable themselves and establish social change (Sen, 2000). Social exclusion is generated by the lack of opportunities to study and stay in school. The government must establish actions to reduce the inequality study opportunities (Monzón, 2015). Social progress is shown with the education of people, and the education budget is a necessary element to achieve it. International organizations suggest the promotion of public policies that include the entire population (Barragán, 2016).

It is necessary to have the appropriate conditions in schools so that the teaching-learning process can be carried out properly, in order that students end up qualified for the labor field (Monzón, 2015). The educational policy actions allow solving the needs of the problem in the countries considering the educational quality (Acuña and Pons, 2016).

It is necessary that educational quality is oriented towards universal education, the improvement of educational quality in all institutions and the financing of education through public spending (Tooley, 2002). It is necessary to consider the necessary capacities of the country to design effective economic and social policies that allow improving education. It is necessary to guarantee educational quality and education for all. The standard of living of people affects academic success and equal opportunities for citizens. Students with fewer resources find difficulties in the success in school because they have less cultural capital (Monzón, 2015). The educational policy must consider objective education, considering the inclusion of all students (Barragán, 2016). It is necessary that educational policies be evaluated to establish actions that benefit people with fewer resources (Escudero, 2010).

It is necessary to establish effective educational services in Mexico, because there is a lack of budget for infrastructure and a lack of commitment from workers to improve educational quality (Sánchez-Juárez, 2018). Government intervention is necessary in the establishment of effective public policies in educational matters for citizens (Molina & Gantier, 2017). Public spending is necessary for effective social results to be achieved (Pinilla-Rodríguez, Jiménez and Montero, 2018). Public spending allows the goals of education, productivity and work to be achieved in a nation (Brito-Gaona and Iglesias, 2017).

In the work of Jiménez (2018) entitled “the effect of the minimum wage on labor transitions in Argentina. Evidence from a quasi-experiment”, it is evaluated the impact of the minimum wage on the quality of employment is considered, showing that the increase in the minimum wage reduces the change from work to quality jobs by informal salaried workers, reducing the objective of education for people.

In the work entitled "The minimum wage and employment: International evidence and possible impacts for the Mexican case" by Campos (2015), the literature on the minimum wage and its impact on the price increase is reviewed, showing that the effects of the increase the minimum wage increases the standard of living of people with few income, without having a significant impact on informal workers.

In the document by Méndez (2015), entitled “Efficiency wages in a context of heterogeneous agents and limited rationality”, an artificial labor market is analyzed determining efficiency wages with heterogeneity in workers, showing that the higher skills workers have more opportunities to achieve jobs with higher salaries, the education is an element that allows them to achieve the training of citizens.

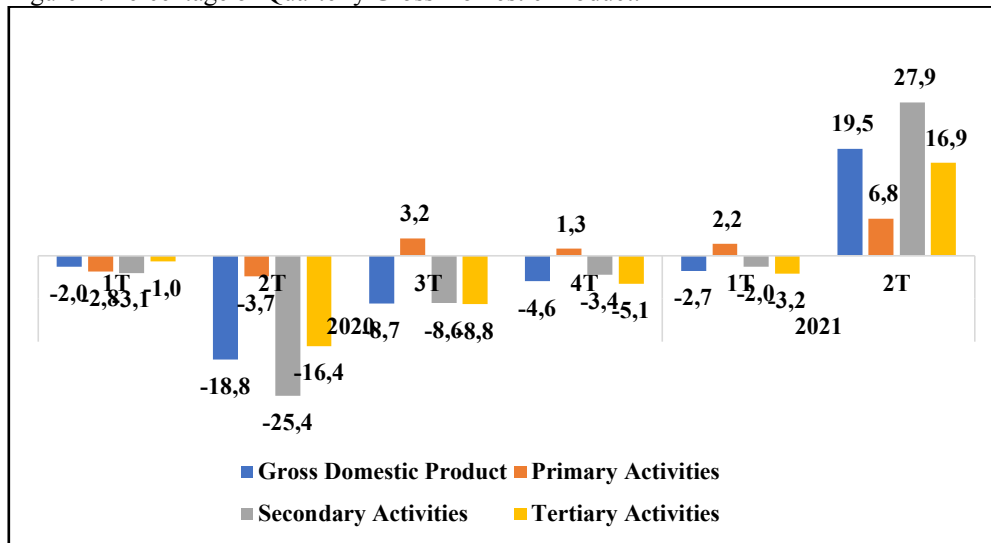
METHODOLOGY

In this study, a descriptive analysis of spending on education and occupation of people with higher education is carried out. Education expenditure statistics from the Ministry of Finance and employment statistics from INEGI were used.

RESULTS

The quarterly Gross Domestic Product (GDP) in Mexico has had important changes since 2020, showing negative growth in the first quarter and a large drop in the second quarter due to the pandemic protection measures, showing a negative percentage of -18.8%. (Figure 1). The negative percentages were maintained in the secondary and tertiary sector, while in the primary sector they were positive. The Gross Domestic Product in the first quarter in Mexico of the year 2021 has had a great recovery and the sectors that have the highest growth have been the secondary and tertiary sectors, the primary sector has shown a continuous growth (Figure 1).

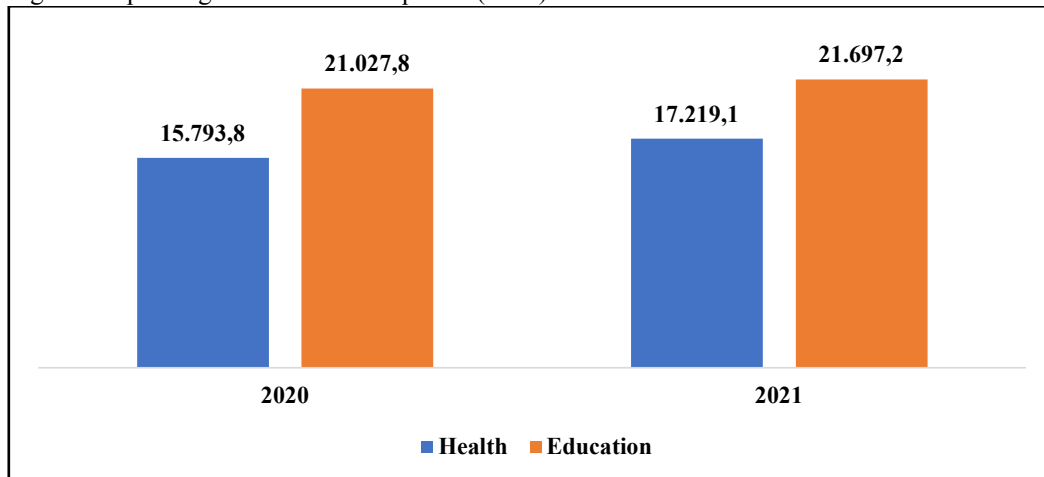
Figure 1. Percentage of Quarterly Gross Domestic Product.



Source: INEGI (2021).

The spending on social development in Mexico related with education has remained almost constant during 2021. Health spending shows a substantial increase, due to the pandemic, it was necessary to purchase supplies to assist citizens, in order to accomplish with sanitary measures (Figure 2).

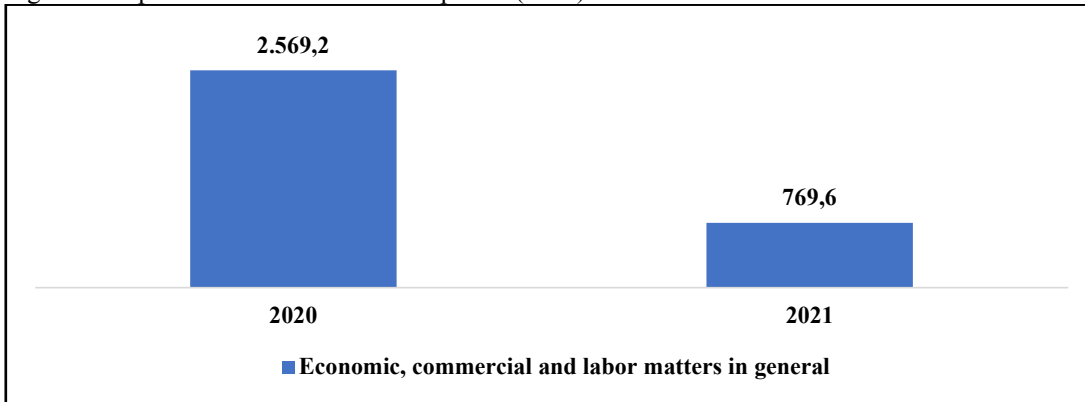
Figure 2. Spending on Social Development (USD).



Source: SHCP (2021).

Spending on economic development shows a decrease from 2020 to 2021, due to the pandemic, because resources were used to improve the health sector in order to provide vaccines for the population; therefore, spending on labor, commercial and economic issues decreased drastically (Figure 3).

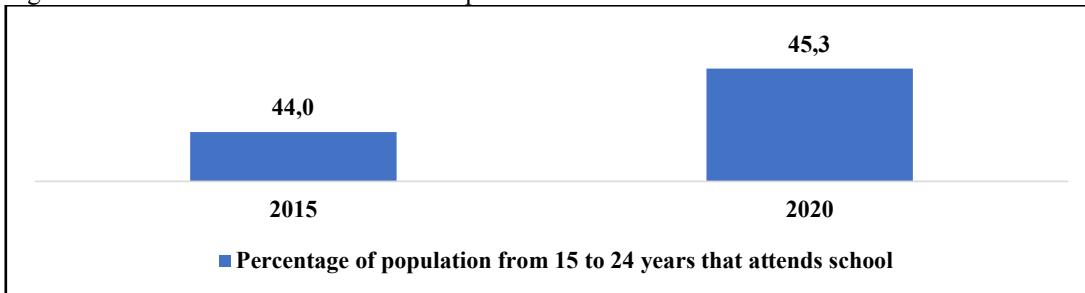
Figure 3. Expenses on Economic Development (USD).



Source: SHCP (2021).

The educational characteristics of the population show that the percentage of people who attend school from 15 to 24 have increased 1.3% from 2015 to 2020, showing a slow progress in the indicator, because it practically remain constant in a large period of time, showing a stagnation (Figure 4).

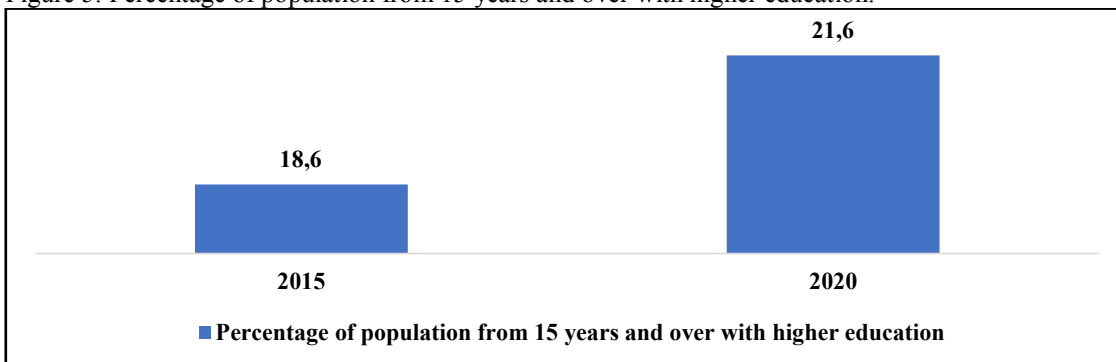
Figure 4. Educational Characteristics of Population.



Source: INEGI (2021).

The percentage of the population with higher education increased 3% in a period of 5 years, taking 2015 as the initial year and 2020 as the final year. This shows that there is a slow progress in the empowerment of people with higher education, being an important opportunity for people to have better opportunities to increase their quality of life with higher paying jobs (Figure 5).

Figure 5. Percentage of population from 15 years and over with higher education.

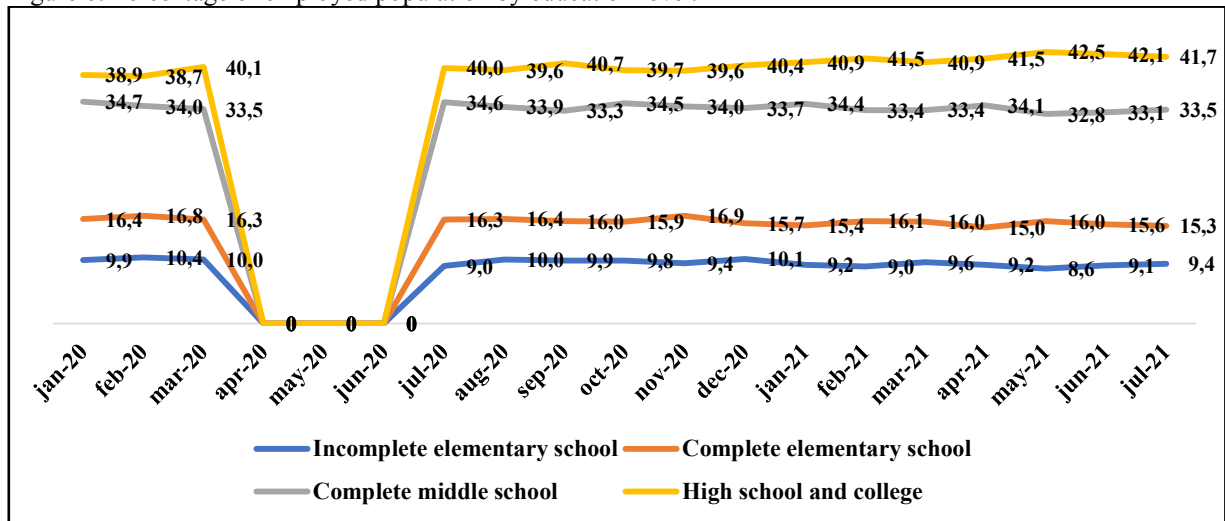


Source: INEGI (2021).

The percentage of employed people by educational level shows that people with high school and college degrees are the most employed. The highest employability is related to the highest level of education, while people with

secondary education are in the second place of employability, then those with elementary education and finally those who did not complete elementary education. (Figure 6).

Figure 6. Percentage of employed population by education level.



Source: INEGI (2021).

CONCLUSIONS

The productive processes of the companies demand people with a higher degree of studies to do the job. The population with a high school and higher education has greater possibilities of being chosen by companies. This situation shows the need of the organizations to employ trained workers to maintain their quality certifications in the processes.

Therefore, education acquires relevance as a transcendental factor in the redistribution of wealth. Citizens with higher education improve their living conditions when they find themselves working for organizations, increasing the number of people who work formally and contribute with the government paying taxes.

Spending on education and health is very important in the current pandemic, because it is a priority to preserve the welfare of the population, being a need to look for strategies that allow citizens to study higher education. That is a way to redistribute the wealth in the country, support people to study higher education and be employed in companies. In addition, the training of the population in various skills increases the attractiveness for investors, by having people who can do the job.

Also, the education of people is a benefit for the government and for citizens, this helps to prevent that the citizens work informally and not paying taxes. Therefore, public policies that promote education need to be analyzed, in order to integrate to the citizens in the formal jobs.

Among the obligations of the government that are established in the Mexican Constitution, it is a citizen right to have free education, being necessary to increase public spending, in this way the purpose is to increase the number of people with studies and cover the needs of the companies, improving the public spending.

The fall in the Gross Domestic Product of the pandemic reduced the quality of life of the people, in addition to generate a reduction in employment as a consequence of the stop of the productive activities to attend to the protection measures against COVID-19, being obligatory due the danger by the pandemic.

REFERENCES

- Acuña, Luis y Pons, Leticia (2016). Calidad educativa en México. De las disposiciones internacionales a los remiendos del Proyecto Nacional. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 12(2),155-174.
- Aguilar, Luis (1993). *El Estudio de las Políticas Públicas*. México: Miguel Ángel Porrúa.
- Barragán, Bernardo (2016). Políticas educativas y escolarización: subjetividades alternas. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, (48),171-182.
- Brito-Gaona, Luis y Iglesias, Emma (2017). Inversión privada, gasto público y presión tributaria en América Latina. *Estudios de Economía*, 44(2),131-156.

- Campos, Raymundo (2015). El salario mínimo y el empleo: Evidencia internacional y posibles impactos para el caso mexicano. *ECONOMIA UNAM*, 12(36),90-106.
- Cohen, Ernesto y Rolando Franco (2010). *Gestión Social, cómo lograr eficiencia e impacto en las políticas sociales*. México: CEPAL Siglo XXI.
- Dakduk, S. y Torres, C. (2013). Los Nuevos significados del Trabajo. *Debates IESA*, 18(2), 25-28.
- Durán, Julián (2005). ¿Determinantes del salario de reserva en el mercado laboral de Cali en el 2004?. *Documentos de Trabajo del CIDSE*, (85),1-21.
- Escudero, T. (2010). Evaluación de las políticas educativas: cuestiones perennes y retos actuales. *Fuentes: Revista de la Facultad de Ciencias de la Educación*, (10),8-31.
- Feldfeber, M., y Saforcada, F. (2005). *La educación en las Cumbres de las Américas. Un caso crítico de las políticas educativas de la última década*. Argentina: Miño Dávila.
- Ferrada, Donatila y Paz, Eddy (2018). Políticas educativas y su impacto en las comunidades. *Polis, Revista Latinoamericana*, (51),311-317.
- INEGI (2020). Banco de indicadores. Retrieved of <https://www.inegi.org.mx/app/indicadores/?t=255&ag=00>
- Jiménez, Mónica (2018). EL EFECTO DEL SALARIO MINIMO SOBRE LAS TRANSICIONES LABORALES EN ARGENTINA: EVIDENCIA A PARTIR DE UN CUASIEXPERIMENTO. *Revista de Análisis Económico*, 33(1),55-88.
- López-Ruiz, María (2018). Empleo y trabajo: (De)construyendo realidades. *Arch Prev Riesgos Labor*, 21(2),75-77.
- Méndez, Jhon (2015). Salarios de eficiencia en un contexto de agentes heterogéneos y racionalidad limitada. *Sociedad y economía*, (29),203-232.
- Méndez, Jhon (2008). Adaptación de algoritmos genéticos en la simulación del comportamiento estratégico de los agentes contaminadores ante el cobro de tasas retributivas. *Cuadernos de Administración*, 21(35),165-187.
- Molina, Germán & Gantier, Marcelo (2017). El Gasto Público y su Efecto en la Economía Boliviana: Periodo 1990-2015. *Perspectivas*, 20(39)7-42.
- Monzón, Martha (2015). Una política educativa: la equidad. *RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 5(10),1-17.
- Monte, Paulo, Hilton Ramalho y Márcia Pereira (2011). O salário de reserva e a oferta de trabalho: evidências para o Brasil. *Brazilian Journal of Applied Economics*, 15(4),613-639.
- MOW (1987). *The Meaning of Working*. England: Academic Press
- Pinilla-Rodríguez, Diego, Jiménez, Juan de Dios y Montero, Roberto (2018). GASTO PÚBLICO Y SALUD EN EL MUNDO, 1990-2012. *Revista Cubana de Salud Pública*, 44(2),240- 258.
- Pulido, Omar (2017). Política pública y política educativa: una reflexión sobre el contexto. *Educación y Ciudad*, (33),13-28.
- Romero, Martha (2017). Significado del trabajo desde la psicología del trabajo. Una revisión histórica, psicológica y social. *Psicología desde el Caribe*, 34(2),120-138.
- Sánchez-Santamaría, José & Espinoza, Oscar (2015). Evaluación de las políticas educativas desde la Informed-Policy: Consideraciones teórico-metodológicas y retos actuales. *Foro de Educación*, 13(19),381-405.
- Sánchez-Juárez Isaac (2018). Gasto público, índice de competitividad y política social en México. *Revista Problemas del Desarrollo*, 192(49),109-138.
- Sen Amartya (2000). *Desarrollo y libertad*. España: Planeta.
- SHCP (2021). Estadísticas Oportunas de Finanzas Públicas. Retrieved of <http://presto.hacienda.gob.mx/EstoporLayout/estadisticas.jsp>
- Tooley, James (2002). Justificación de las soluciones de mercado en educación. *Nuevas tendencias en políticas educativas*. Argentina: Temas/Fundación Gobierno & Sociedad.
- Velázquez, Daniel (2015). EL EFECTO DEL GASTO PÚBLICO EN EL CICLO ECONÓMICO: UNA VISIÓN ALTERNATIVA. *Estudios Económicos*, 30(1),93-140
- Yellen, Janeth (1984). Efficiency Wage Models of Unemployment. *American Economic Review Papers and Proceedings*, (74),200–205.

THE EVALUATION OF HONG KONG STUDENTS' PERCEPTION OF ONLINE TEACHING PRACTICE IN HIGHER EDUCATION

Hon Keung YAU
City University of Hong Kong
Department of Advanced Design and Systems Engineering
Kowloon Tong, Kowloon, Hong Kong
honkyau@cityu.edu.hk

Chung To AU
City University of Hong Kong
Department of Advanced Design and Systems Engineering
Kowloon Tong, Kowloon, Hong Kong
chungtoau2-c@my.cityu.edu.hk

ABSTRACT

During the coronavirus pandemic, online learning practice has been adopted by universities in Hong Kong. It becomes the major teaching and learning method throughout these years. At the beginning of the epidemic, all stakeholders such as colleges, students, professors are not familiar with the online learning platform. The teaching quality and learning experience are being doubted, which would affect the public confidence in higher education. Therefore, universities have started to develop online learning practice in a systematic way. It is aimed at helping students to overcome the challenges, which could help to improve the learning experience. During the online learning and teaching period, online lectures or tutorial with live streaming through ZOOM or other online learning platforms such as Microsoft Teams, Blackboard Collaborate, and Panopto have been implemented. It may probably become a practice to replace face-to-face classes in the future. As the students' needs should always be the first priority of a university, the learning outcomes to students should be maximized. So, students' perceptions on the Online Teaching Practice should be considered.

The students' perceptions on the Online Teaching Practice could be influenced by different factors. In this project, the factors that have an impact on students' perceptions on the online teaching practice would be surveyed and discussed to investigate the effectiveness of online learning. By using different methods to analyze the survey data, the main factors that affected students' perceptions of online teaching practice could be shown. The findings of this project would provide valuable insight to academic units of universities in providing effective distance education.

INTRODUCTION

In recent years, especially after the outbreak of COVID-19, the usage of online teaching practice grows rapidly. In this social distancing era, online activities including online education are rapidly evolving (Arch Pathol Lab Med, 2020). Traditional teaching activities occur in classrooms or lecture halls. However, it is changing under the pandemic. The development of online teaching becomes a highlighted topic in universities. Most of the classes in higher education of Hong Kong have been changed from face-to-face to online distance classes. The way of teaching practice has been changed significantly. In this new generation of higher education, we will apply different technologies in our regular learning. For examples, live streaming software, online meeting software, recordings platforms. These learning tools are parts of higher education and provide effective learning environment to students. In this paper, some dimensions are based on the technology acceptance model and Information System Success Model developed by Davis in 1989 and DeLone & McLean in 1992, respectively. These dimensions are used for investigating students' perception of online teaching practice in higher education. The result could help the public and universities to understand university students' attitudes toward online teaching practice and provide some factors that have consequential impacts on students' perception on the teaching mode.

Three sub research questions are formulated in response to the research question:

- 1) Do student's personal backgrounds such as gender, age, GPA performance, way of learning online and prior online learning experience affect students' perception of online teaching practice in higher education?
- 2) What are the relationships between the factors in the technology acceptance model (TAM) and students' perception on online teaching practice?
- 3) How is the attitude of students toward online teaching practice?

THE STUDY

Technology Acceptance Model (or TAM)

TAM is developed by David (1986). TAM could be used to explain or predict people's acceptance on technology. It is a model that has been used by many researchers to study the people's perception toward different technologies or system.

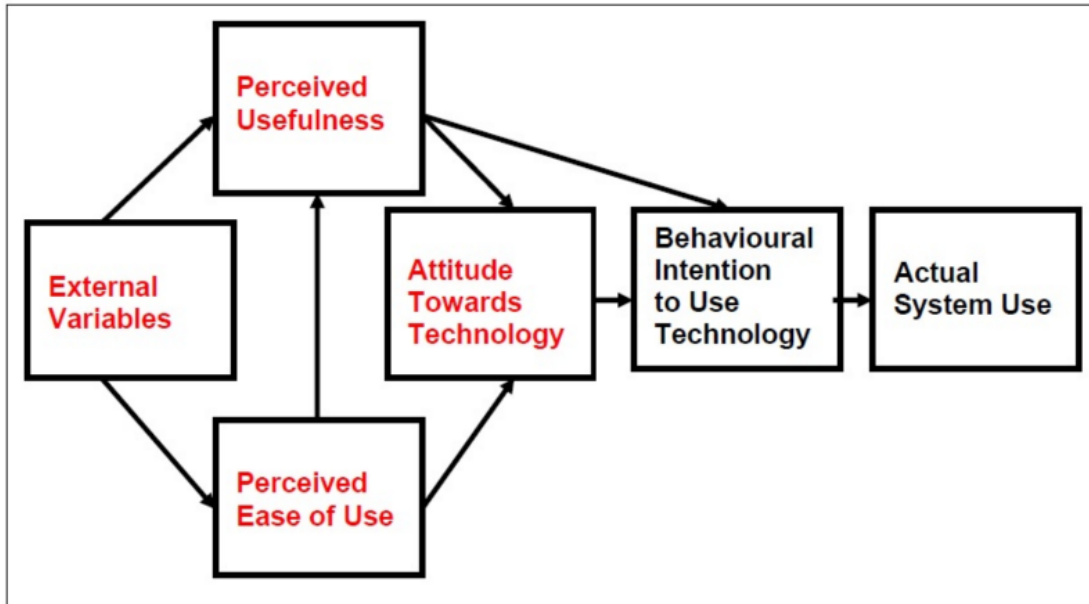


Figure 1.1 The Technology Acceptance Model (Davis 1989)

Information System Success Model

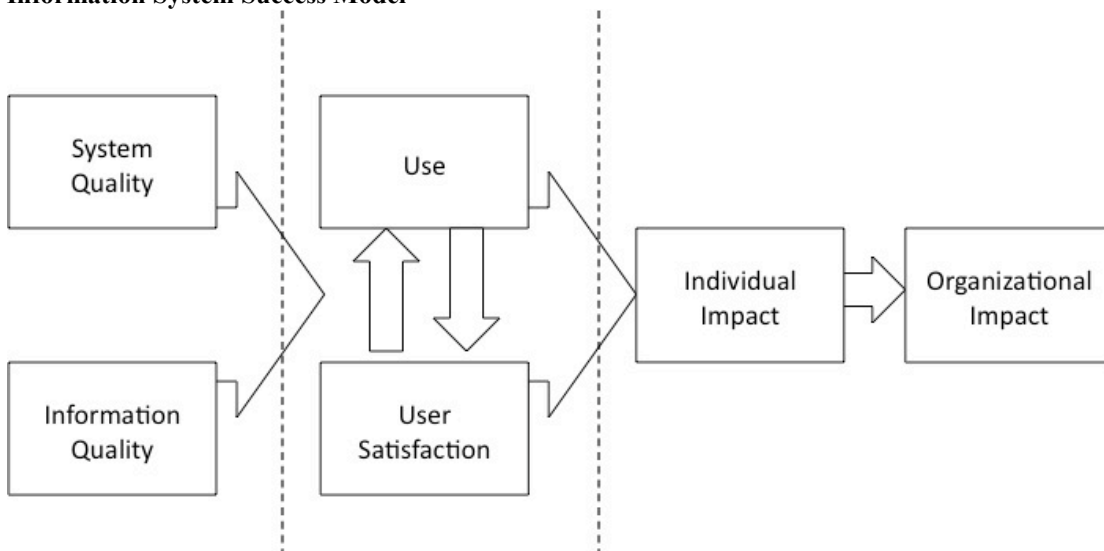


Figure 1.2 Information Systems Success Model (DeLone & McLean 1992)

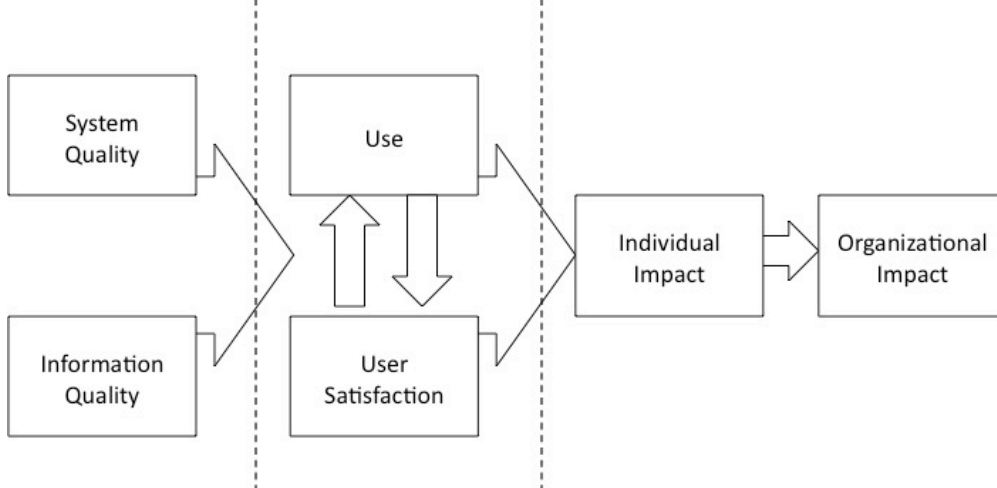


Figure 1.3 Information Systems Success Model (DeLone & McLean 2002, 2003)

According to the updated model proposed by (DeLone & McLean) in 2002 and 2003, there are 6 items: information, system and service quality, intention to use, user satisfaction, and net benefits. The 6 items affect each other as shown as above. A system consists of information, system quality and service. They could affect the intension of using the system. Finally, users would decide the system is good or not by seeing the benefits.

Combined model

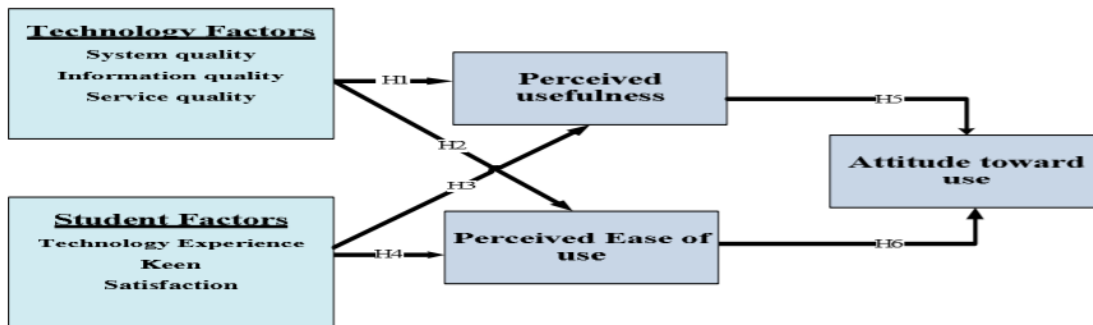


Figure 1.4 Combined Research Model (Al-Momani, 2014)

From the figure 1.4, the external factors include Technology Factor and Student Factor. Technology factor could explain as quality of the technology. In this project, the quality of the software used in online teaching practice would be treated as technology factor. TF and SF will influence the PU and PEU and then influence the ATT. In this study, this model will be a reference for further analysis.

Development of Hypothesis

Different factors may affect the student's perception toward online teaching practice. Also, there may contain some relationship among each factor. Al-Momani provided some hypothesis in 2014 that the perception could be affect by multiple external factors. I am going to make some hypothesis below which are for the analysis in this study. The details would be discussed in Chapter 5 after analysis.

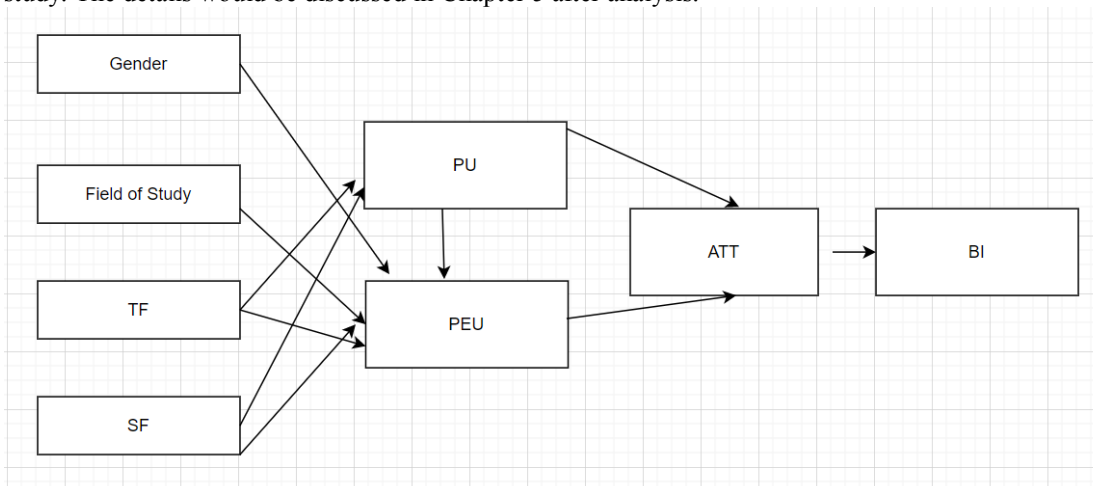


Figure 1.5 Research model in this study

Gender:

H1: Male students rate higher in PEU of online teaching practice

Field of Study:

H2: Science/Engineering Students rate higher in PEU of online teaching practice

Technology Factor:

H3: Technology Factors (TF) have a positive effect on the Perceived Usefulness (PU) of online teaching practice

H4: Technology Factors (TF) have a positive effect on the Perceived Ease of Use (PEU) of online teaching practice

Student Factor:

H5: Student Factors (SF) have a positive effect on the Perceived Usefulness (PU) of online teaching practice

H6: Student Factors (SF) have a positive effect on the Perceived Ease of Use (PEU) of online teaching practice

PU and PEU:

H7: There is a positive relationship between Perceived Ease of Use (PEU) and Perceived Usefulness (PU) in online teaching practice

ATT:

H8: There is a positive relationship between Perceived Usefulness (PU) and Attitude (ATT) toward online teaching practice

H9: There is a positive relationship between Perceived Ease of Use (PEU) and Attitude (ATT) toward online teaching practice

BI:

H10: There is a positive relationship between ATT and BI

FINDINGS

The concept of the questionnaire used in this study is based on a model which has been used to investigate the factors that affect the acceptance of information technologies. The model is known as technology acceptance model (TAM) (Davis, 1989; Davis, Bagozzi, & Warshaw, 1989). Students' perceived ease of use, usefulness and their attitude toward a particular technology would be measured in the questionnaire. Also, the questionnaire also examines two groups of factors which are technology factors and student factors.

Population and Sample

Since the questionnaires are distributed and collected digitally, the target of this study is to collect 200 completed questionnaires. The questionnaires which are invalid would not be used to analyzed.

Personal background data of respondents

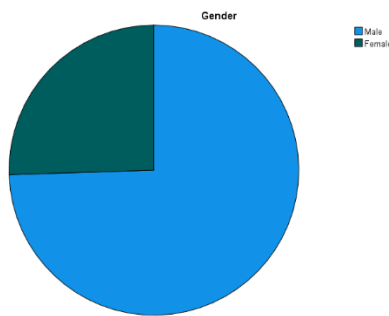


Figure 2.1 Pie Chart of Gender

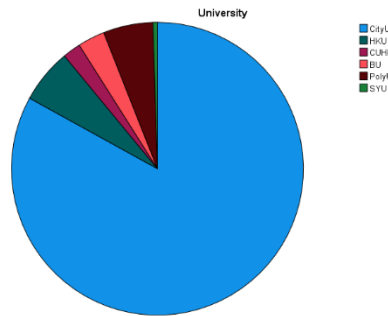


Figure 2.2 Pie Chart of Respondent's University

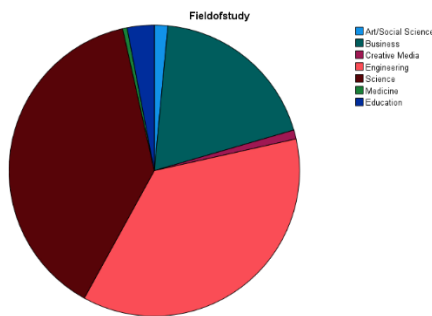


Figure 2.3 Pie Chart of Field of Study

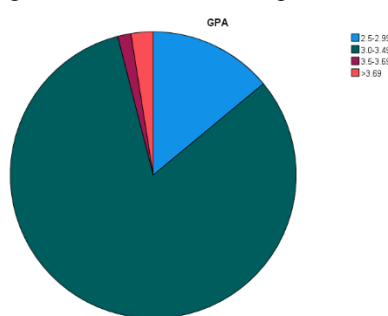


Figure 2.4 Pie Chart of Respondent's GPA

ANALYSIS OF RESULT

1. Relationship between Gender and PEU

		Levene's Test for Equality of Variances				Independent Samples Test				
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
PEU	Equal variances assumed	41.681	<.001	7.390	198	<.001	2.27083	.30729	1.66484	2.87681
	Equal variances not assumed			5.251	56.984	<.001	2.27083	.43245	1.40485	3.13680

Table 3.1: T-Test for Gender on PEU

From table 4.17, the significance value under Levene's Test is less than 0.05. It means that the variances between two groups are assumed not equal. Then, the value of significance under is less than 0.01 which less than 0.05. Therefore, there are a significant difference between the male and female from the data of this study, which means males and females have different perceptions on the ease of use toward online teaching. Also, from table 4.16, the mean of male is higher than the mean of female.

Therefore, the hypothesis *H1: Male students rate higher in PEU of online teaching practice* is supported/accepted.

2. Relationship between Field of Study and PEU

ANOVA

PEU

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	304.576	6	50.763	16.281	.000
Within Groups	601.744	193	3.118		
Total	906.320	199			

Table 3.2: one way ANOVA for Field of Study on PEU

Firstly, according to Table 4.19, the value of significance is smaller 0.05. It means the field of study group has a significant different on PEU. Secondly, according to table 4.18, Engineering and Science students get the highest mean on PEU.

Therefore, *H2: Science/Engineering Students rate higher in PEU of online teaching practice* is supported/accepted.

3. Relationship between TF and PU

According to Table 4.1, Pearson correlation coefficient is + 0.485 with p-value smaller than 0.01. It shows that the relationship between TF and PU is positive and significant. Therefore, *H3: Technology Factors (TF) have a positive effect on the Perceived Usefulness (PU) of online teaching practice*, is accepted/supported.

4. Relationship between TF and PEU

According to Table 4.1, Pearson correlation coefficient is + 0.882 which is larger than 0.5 with p-value smaller than 0.01. It shows that the relationship between TF and PEU is strongly positive and significant. Therefore, *H4: Technology Factors (SF) have a positive effect on the Perceived Ease of Use (PEU) of online teaching practice*, is accepted/supported.

5. Relationship between SF and PU

According to Table 4.1, Pearson correlation coefficient is -0.254. It shows that the relationship between SF and PU is negative. Also, the value of the coefficient is relatively low. Therefore, *H5: Student Factors (SF) have a positive effect on the Perceived Usefulness (PU) of online teaching practice* is rejected.

6. Relationship between SF and PEU

According to Table 4.1, Pearson correlation coefficient is 0.228. It shows that the relationship between SF and PEU is weakly positive. However, the value of the coefficient is relatively low which is lower than 0.3. Therefore, *H6: Student Factors (SF) have a positive effect on the Perceived Ease of Use (PEU) of online teaching practice* is rejected.

7. Relationship between PU and PEU

According to Table 4.1, Pearson correlation coefficient is + 0.632 which is larger than 0.5 with p-value smaller than 0.01. It shows that the relationship between PU and PEU is strongly positive and significant. Therefore, *H7: There is a positive relationship between Perceived Ease of Use (PEU) and Perceived Usefulness (PU) in online teaching practice*, is accepted/supported.

8. Relationship between ATT and PU

According to Table 4.1, Pearson correlation coefficient is + 0.935 which is larger than 0.5 with p-value smaller than 0.01. It shows that the relationship between PU and ATT is strongly positive and significant. Therefore, *H8: There is a positive relationship between Perceived Usefulness (PU) and Attitude (ATT) toward online teaching practice*, is accepted/supported.

9. Relationship between ATT and PEU

According to Table 4.1, Pearson correlation coefficient is + 0.643 which is larger than 0.5 with p-value smaller than 0.01. It shows that the relationship between PEU and ATT is strongly positive and significant. Therefore, *H9: There is a positive relationship between Perceived Ease of Use (PEU) and Attitude (ATT) toward online teaching practice* is accepted/supported.

Correlations

		Technology_Factor	Student_Factor	PU	PEU	ATT
Technology_Factor	Pearson Correlation	1	.308**	.485**	.882**	.492**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200
Student_Factor	Pearson Correlation	.308**	1	-.254**	.228**	-.258**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	.001	<.001
	N	200	200	200	200	200
PU	Pearson Correlation	.485**	-.254**	1	.632**	.935**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200
PEU	Pearson Correlation	.882**	.228**	.632**	1	.643**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.001	<.001		<.001
	N	200	200	200	200	200
ATT	Pearson Correlation	.492**	-.258**	.935**	.643**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	200	200	200	200	200

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Table 4.1 Result of Pearson Correlation
Result model of the correlation among variables

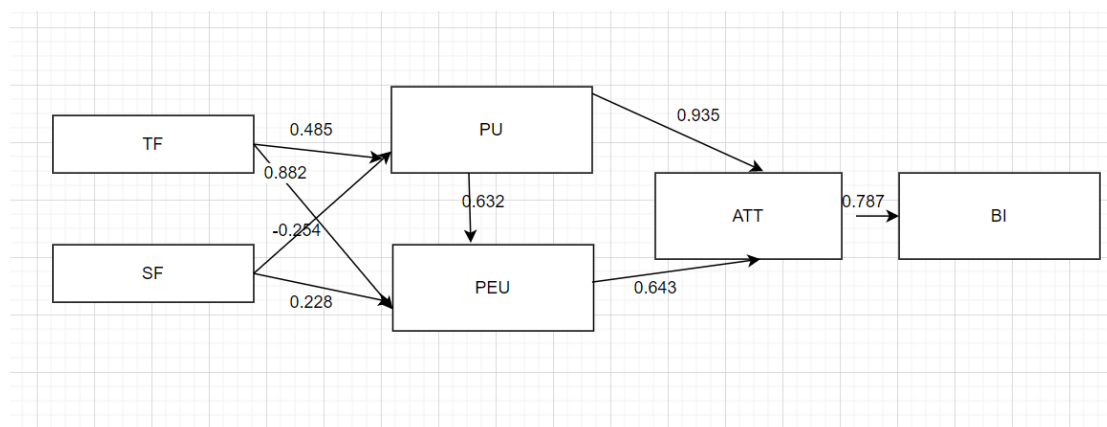


Figure 4.2 Result model of the correlation among variables

DISCUSSION AND CONCLUSION

1 Discussion on Gender Difference

From the result in this study, the hypothesis H1 is supported. It is found that male may probably tend to think that the online teaching software is user-friendly and easy to use. From the study written by Shaouf & Altaqqi (2018), they claimed that there are differences on attitude, and satisfaction toward technology-related and internet-related activities with different gender. In fact, there are research showing that biological and characteristic differences exist between different gender (Kadijevich, 2000; Li & Kirkup, 2007). Why females tend to think that the technologies in online teaching practice is not easy to use?

Females are probably less interested to technology. In school, the number of female students in a technology course is relatively lower than the number of males. It is found that females are less enjoyable to learn the usage of internet or computer than males (Kaino, 2008). It would be the reason of why the H1 is supported. Females would be less interested in the software used in online teaching practice. Even if there are some new functions in Zoom which could make the learning more effective or fun, they might not be interested and feel hard to use. Therefore, students' perceived ease of use of online teaching would be different between gender.

2 Discussion on Field of Study

From the result, we could find that Science and Engineering students are more positive on the ease of use of online teaching software. It could be explained by the nature of their major. For the students who studying in Science and Engineering, they gain more exposure in innovative and technological things in their daily life. For example, a Computer Science student is required to learn new programming or innovation in order to create a product.

Technology is an important part of their academic life. They are probably more interested in technology (Arya College, 2019). And they are more knowledgeable in technology. When they start learning through an online teaching software, they could easily adapt to it. However, for other students such as Social Science students, they use less technology in their academic life. Also, they are more focusing on face-to-face discussion in the lectures. They are not required to be knowledgeable in technology or internet (Katrina, 2007). Therefore, they would tend to think the software is not easy to use. This study is not indicating the students who are not studying Science/Engineering find many difficulties in online teaching practice as the item with lowest mean in PEU which is Creative Media still gets '3'. It means that they think the ease of using online teaching software is neutral.

3 Discussion on Technology Factor

It is found that Technology Factor has strong relationship with PEU and PU. It is also similar to the result of the study written by DeLone & McLean (1992) and Al-Momani (2014). Technology factor group is indicating the quality of the software used in online teaching practice. The quality of the software would affect students' PEU and PU. It is because if the interface is well-designed, the ease of use would be increased. Also, if the software's functions are suitable and helpful for learning, the PU would be increased. Therefore, it is concluded that the Technology Factor do has positive relationship with Perceived Ease of Use (PEU) and Perceived Usefulness (PU).

4 Discussion on Student Factor

In this study, it is found that the Student Factor does not have strong positive relationship with PU and PEU. It is not matched with the findings from Al-Momani in 2014. After investigation on the descriptive data in Student Factor group, the question SF8 which gets a highest standard deviation could be the reason. SF8 is 'I have a fun interacting with educational technology rather than non-education technology'. The result of SF8 shows that not all students think that the educational technology is fun. Although they may think the software is useful for learning, they might feel bored when using the software. Since the software is for learning and academic purposes, it is acceptable to say the software is not fun. Therefore, we could not find a strong relationship between Student Factor and Perceived Ease of Use (PEU) and Perceived Usefulness (PU).

5 Discussion on Relationships between PEU and PU

From the result 4.6.5, It is found that there is a strong positive correlation between PEU and PU. This finding is matched the findings from the study of Venkatesh & Morris & Davis in 2000. After the analysis, we could conclude that students' perceived ease of use of the technology used in online teaching practice has a strong positive relationship with the ease of use of the technology used in online teaching practice. Therefore, the hypotheses H7 is accepted.

6 Discussion on Attitude

It is found that PEU and PU have strong positive relationship with Attitude. It is because student's attitude toward online teaching practice is affected by the PU and PEU. It is suggested that students would probably feel better toward the technology used in the learning activity when they think the technology is useful and easy to use. For example, there is an item in PU group, 'Easy to review my previous lectures in E-learning software.'. Students would have positive attitude toward the online teaching if they could review the lectures easily. They would think the online teaching is favorable to their learning and study. It is supported that PU and PEU have positive relationship with ATT. Therefore, H8 and H9 is accepted.

7 Discussion on BI

It is found that the ATT has positive relationship with BI. Students who have positive attitude toward online teaching would tend to support the development of online teaching.

It is because when students are enjoyable in online teaching and they think online teaching are beneficial to their learning, they would think developing online teaching is a right decision. They would prefer implementing online teaching practice in the future. Since the technology is favorable to their study, they would think the online teaching is worth to implement. Therefore, H10 is supported.

Summary

This study examines Hong Kong Students' Perception of Online Teaching Practice in Higher Education. The perceptions of students measured through this study has been presented. The perception is measured by a combined model using modified TAM (Technology Acceptance Model) and Information System Success Model.

In this report, it is found that the perception could be affected by different factor group. Also, some of the factor groups affect each other. In this report, personal background including genders, field of study, have been investigated and analyzed. Also, the relationship among the factors in TAM have been compared. The result is shown this report.

The survey shows some of the factors have significant different. Also, the result of the survey has supported/rejected the hypotheses in this study. It shows that there are relationships among some of the factors. You may refer to below:

Gender:	
<i>H1: Male students rate higher in PEU of online teaching practice</i>	<i>Accepted</i>
Field of Study:	
<i>H2: Science/Engineering Students rate higher in PEU of online teaching practice</i>	<i>Accepted</i>
Technology Factor:	
<i>H3: Technology Factors (TF) have a positive effect on the Perceived Usefulness (PU) of online teaching practice</i>	<i>Accepted</i>
<i>H4: Technology Factors (TF) have a positive effect on the Perceived Ease of Use (PEU) of online teaching practice</i>	<i>Accepted</i>
Student Factor:	
<i>H5: Student Factors (SF) have a positive effect on the Perceived Usefulness (PU) of online teaching practice</i>	<i>Rejected</i>
<i>H6: Student Factors (SF) have a positive effect on the Perceived Ease of Use (PEU) of online teaching practice</i>	<i>Rejected</i>
PU and PEU:	
<i>H7: There is a positive relationship between Perceived Ease of Use (PEU) and Perceived Usefulness (PU) in online teaching practice</i>	<i>Accepted</i>
ATT:	
<i>H8: There is a positive relationship between Perceived Usefulness (PU) and Attitude (ATT) toward online teaching practice</i>	<i>Accepted</i>
<i>H9: There is a positive relationship between Perceived Ease of Use (PEU) and Attitude (ATT) toward online teaching practice</i>	<i>Accepted</i>
BI:	
<i>H10: There is a positive relationship between ATT and BI</i>	<i>Accepted</i>

Table 5.1 Results of the Hypotheses

Implication for Practice

This project has investigated the relationship between technology factor, student factor, perceived ease of use, usefulness, and other personal background factors. These factors could help to understand the perception of student toward online teaching practice. Therefore, students' intension and perception could be found through the factors mentioned in this study.

After the analysis in this study, we could understand that technology factor which represents the quality of the technology used in online teaching practice such as Zoom could be an essential factor to affect students' perception. Student's perception should always be the main concern in teaching arrangement as the student's requirement will affect the quality of teaching. Also, we could see that the technology factor and perceived usefulness is inseparable as the quality of technology could affect the usefulness of the software. It also affects the perception of students toward online teaching practice.

The factors and their relationship could be a reference for the academic unit of universities or course leader, to improve the online teaching practice. Or to decide whether the online teaching should be implement/developed in the future or not. The students' perception is important in the decision.

Limitation of Study

Firstly, the sample size is not large enough to provide a better result. Due to the distance learning, the questionnaire could not be distributed to more student. Also, most of the students are from City University of Hong Kong. Students from other universities could not be reached easily due to online teaching arrangement. If the sample size is larger, the result of this study would be more convincing to represent general students in Hong Kong. Secondly, the major of respondents is uneven. Since the questionnaires are distributed mainly to my classmates,

which are studying in Engineering/Science, the number of Engineering/Science students are much more than others. If I have more time, I will try to reach the students from other colleges to get more data.

REFERENCES

- Calvin Cheng, Cheung, R., & Calvin Wan. (2010). Notice of RETRACTION: E-learning in higher education — a case study in Hong Kong. 2010 IEEE International Conference on Advanced Management Science (ICAMS 2010). doi:10.1109/icams.2010.5552834
- XIONG, W., JIANG, J., & MOK, K. H. (2020). Hong Kong University students' online learning experiences under the Covid-19 pandemic. Higher Education Policy Institute - Blog. <https://www.hepi.ac.uk/2020/08/03/hong-kong-university-students-online-learning-experiences-under-the-covid-19-pandemic/>
- Al-Momani, 2014. Investigating the Students' Attitude Toward the use of E-Learning in Girne American University
- Yang, Yi & Durrington, Vance. (2010). Investigation of Students' Perceptions of Online Course Quality. *International Journal on E-Learning*. 9. 341-361.
- O'Malley, J., & McCraw, H. (1999). Students' perceptions of distance learning, online learning, and the traditional classroom. *Online Journal of Distance Learning Administration*, 2(4). Retrieved on October 11, 2020, from <http://www.westga.edu/~distance/omalley24.html>
- Peters, L. (2001). Through the Looking Glass: Student Perceptions of Online Learning. *The Technology Source*, September/October 2001. Retrieved from <http://ts.mivu.org/default.asp?show=article&id=907>
- Schönwetter, D., & Francis, H. (2003). Student Perceptions of Learning Success with Technology. McGraw Hill Ryerson. Retrieved from <http://www.mcgrawhill.ca/highereducation/images/allstudents.pdf>
- Rafaeli, S. and F. Sudweeks. 'Networked Interactivity', *Universal Journal of Educational Research* 8(12A): 7607-7615, 2020 7615 *Journal of Computer-Mediated Communication* 2(4), 1997.
- Khan, B.H. "A Framework for Web-Based Learning". In B.H. Khan (Ed), *Web-based Training*. Englewood Cliffs, NJ: Educational Technology Publications (2001)
- Govindasamy, T. "Successful implementation of e-Learning; Pedagogical considerations". *The Internet and Higher Education*, 4(3-4), 287-299, 2002.
- Saade F. & Bahli B. (2005). The impact of cognitive absorption on perceived usefulness and perceived ease of use in on-line learning: an extension of the technology acceptance model. *Information & Management* 42. pp. 317-327.
- DeLone, W.H., and McLean, E.R., 2003, "The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-year Update", *Journal of Management Information Systems*, vol 19, pp. 9-30.
- Nordin, NurHaiza & Nordin, NurNaddia. (2020). Impact of Pandemic COVID-19 to the Online Learning: Case of Higher Education Institution in Malaysia. *Universal Journal of Educational Research*. 8. 7607-7615. 10.13189/ujer.2020.082546.
- Some Hong Kong universities to retain online learning next semester. (2020, August 03). Retrieved April 02, 2021, from <https://www.scmp.com/news/hong-kong/education/article/3090480/coronavirus-some-hong-kong-universities-still-have-online>
- Harasim, L. "Shift Happens Online Education as a New Paradigm in Learning", *Internet and Higher Education*, Vol (3), pp 41-61, 2000
- Mangal S. K., Mangal U. (2009). *Computer-assisted and Computer-managed Instructions. Essentials of Educational Technology*. PHI Learning Private Limited. New Delhi. 530-542.
- Personal computer and Internet penetration. (March 2020). Social Surveys Section. Thematic Household Survey Report No. 69. Census and Statistics Department.
- "Over 220 Universities and Research Labs Gain Easy and Secure Wi-Fi Access to the Internet". 2 October 2012. Retrieved 1 April 2020.
- Sanjay Mukhopadhyay, Adam L. Booth, Sarah M. Calkins, Erika E. Doxtader, Samson W. Fine, Jerad M. Gardner, Raul S. Gonzalez, Kamran M. Mirza, Xiaoyin (Sara) Jiang; *Leveraging Technology for Remote Learning in the Era of COVID-19 and Social Distancing: Tips and Resources for Pathology Educators and Trainees*. *Arch Pathol Lab Med* 1 September 2020; 144 (9): 1027-1036. doi: <https://doi.org/10.5858/arpa.2020-0201-ED>
- Simonson, M. and Berg, . Gary A. (2016, November 7). Distance learning. *Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/topic/distance-learning>
- Berg, G. A. and Simonson, . Michael (2016, November 7). Distance learning. *Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/topic/distance-learning>
- Kelly SM. Zoom's massive 'overnight success' actually took nine years. CNN. 2020. <https://www.cnn.com/2020/03/27/tech/zoom-appcoronavirus/index.html> Accessed Mar 23, 2021. Google Scholar
- Zoom Video Communications, Inc. Zoom video tutorials. <https://support.zoom.us/hc/en-us/articles/206618765-Zoom-Video-Tutorials>. Accessed April 3, 2021.

- Some Hong Kong universities to retain online learning next semester. (2020, August 03). Retrieved Feb 02, 2021, from <https://www.scmp.com/news/hong-kong/education/article/3090480/coronavirus-some-hong-kong-universities-still-have-online>
- Schedule and Join Zoom meetings in Moodle. (n.d.). Retrieved April 01, 2021, from <https://www.its.hku.hk/services/communication/conferencing/zoom/join-zoom-meeting-in-moodle#students>
- CUHK edtech. (n.d.). Retrieved Feb 06, 2021, from <https://help.edtech.cuhk.edu.hk/docs/blackboards-zoom-integration>
- CityU Support. (n.d.). Zoom faq. Retrieved Feb 06, 2021, from https://www.cityu.edu.hk/csc/deptweb/support/faq/Zoom_faq.html
- Zoom teaching good practices and FAQs. (n.d.). Retrieved Feb 06, 2021, from <http://cei.hkust.edu.hk/zoom-teaching-good-practices-and-faqs>
- Student guide for zoom meeting - hong kong polytechnic ... (n.d.). Retrieved February 6, 2021, from https://www.polyu.edu.hk/TEAL/images/content/User_Guides/student/Student_Guide_for_Zoom_meeting_ver3_2.pdf
- User guides. Retrieved Feb 06, 2021, from <https://www.polyu.edu.hk/its/emc/teams/user-guides/>
- Microsoft. (n.d.). Microsoft teams: Online & Remote CLASSROOM: Microsoft education. Retrieved Feb 06, 2021, from <https://www.microsoft.com/en-us/education/products/teams>
- Ibrahim, Roslina & Leng, N & Yusoff, R & Samy, G & Masrom, Suraya & Rizman, Z. (2017). E-LEARNING ACCEPTANCE BASED ON TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL. *Journal of Fundamental and Applied Sciences*. 9. 871-889. 10.4314/jfas.v9i4s.50.
- Babbie, Earl R. (2010). *The practice of social research* (12th ed.). Belmont, Calif: Wadsworth Cengage. ISBN 978-0-495-59841-1. OCLC 317075477
- Patton, M. Q. (2001). *Qualitative research and evaluation and methods* (3rd ed.). Beverly Hills, CA: Sage.
- W. C. Leung and Q. Li, Distance Learning in Hong Kong, *Journal of Distance Education Technologies*, vol. 4, issue 3, Jul-Sep. 2006, pp. 1-5.
- Ng, D.T.K., Reynolds, R., Chan, H.M.Y., Li X.H., & Chu, S.K.W. (in press). Business (Teaching) as Usual amid the COVID-19 Pandemic: A Case Study of Online Teaching Practice in Hong Kong. *Journal of Information Technology Education: Research*.
- Lewis, A. (1994), Oppenheim, A. (1992). *Questionnaire Design, Interviewing and Attitude Measurement*, London, Pinter. Pp 303. £14.99 paperback, £39.50 hardback. ISBN 185567 0445 (pb), 185567 0437 (hb). J. Community. *Appl. Soc. Psychol.*, 4: 371-372. <https://doi.org/10.1002/casp.2450040506>
- J. M., & Presser, S. (1986). *Quantitative applications in the social sciences*, No. 07-001. *Survey questions: Handcrafting the standardized questionnaire*. Sage Publications, Inc.
- Sivo, Stephen A.; Saunders, Carol; Chang, Qing; and Jiang, James J. (2006) "How Low Should You Go? Low Response Rates and the Validity of Inference in IS Questionnaire Research," *Journal of the Association for Information Systems: Vol. 7 : Iss. 6 Article 17*. DOI: 10.17705/1jais.00093
- Lietz P. Research into Questionnaire Design: A Summary of the Literature. *International Journal of Market Research*. 2010;52(2):249-272. doi:10.2501/S147078530920120X
- Fraenkel, J. K., & Wallen, N. E. (Eds.). (2003). *How to design and evaluate research in education*. The McGraw-Hill Company, Inc. New York.
- Venkatesh, V., Speier, C. and Morris, M.G. (2002), "User acceptance enablers in individual decision making about technology: toward an integrated model", *Decision Sciences*. 33(9). pp. 297-316.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly* 27(3), 425-478
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13, 319-340.
- Cheung, Ronnie & Vogel, Doug. (2013). Predicting user acceptance of collaborative technologies: An extension of the technology acceptance model for e-learning. *Computers & Education*. 63. 160–175. 0.1016/j.compedu.2012.12.003
- Hong Kong Education Bureau (2020, April 2). *Suspending Classes without Suspending Learning – e-Learning*
- Hong Kong Association for Computer Education (2020). *Survey for Suspending Classes without Suspending Learning*.
- Edwards, P., Jackson, P., Chalmers, M., Bowker, G., Borgman, C., Ribes, D., Burton, M., & Calvert, S. (2013), *Knowledge Infrastructures: Intellectual Frameworks and Research Challenges*. Report from NSF/Sloan Foundation Workshop, Ann Arbor, MI (May 2012)
- Van Teijlingen, E., & Hundley, V. (2002). The importance of pilot studies. *Nursing Standard* (through 2013), 16(40), 33.
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411–423. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.103.3.411>

- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50. <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Graham Hole. (2009). Using SPSS to perform t-tests. *Research skills*, pp.1-10
- Levine D., Ramsey P. & Smidt R.(2001). *Applied Statistics for Engineers and Scientists Using Microsoft Excel and MINITAB*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Nunnally, J.C. (1978) *Psychometric theory*. 2nd Edition, McGraw-Hill, New York.
- DeLone, W.H., and McLean, E.R. 1992. "Information Systems Success: The Quest for the Dependent Variable," *Information Systems Research* (3:1), pp 60-95.
- DeLone, W.H., and McLean, E.R. 2002. "Information Systems Success Revisited," in: *Proceedings of the 35th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS 02)*. Big Island, Hawaii: pp. 238-249.
- DeLone, W.H., and McLean, E.R. 2003. "The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update," *Journal of Management Information Systems* (19:4), Spring, pp 9-30.
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (2nd ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Shaouf, A. and Altaqqi, O. (2018), "The Impact of Gender Differences on Adoption of Information Technology and Related Responses: A Review ", *International Journal of Management and Applied Research*, Vol. 5, No. 1, pp. 22-41.
- Kadijevich, D. (2000). Gender Differences in Computer Attitude among Ninth-Grade Students. *Journal of Educational Computing Research*, 22(2), pp.145-154.
- Li, N., & Kirkup, G. (2007). Gender and Cultural Differences in Internet Use: A study of China and the UK. *Computers & Education*, 48(2), pp.301
- Kaino, Luckson. (2008). Technology in Learning: Narrowing the Gender Gap?. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*. 4. 10.12973/ejmste/75348.
- Meyer, Katrina. (2007). Student perceptions of face-to-face and online discussions: The advantage goes to. *Journal of Asynchronous Learning Networks*. 11. 10.24059/olj.v11i4.10.
- Arya College (2019). *Technology Benefits for Engineering Students In the Education*

THE INTERRELATIONSHIP OF EDUCATION AND TECHNOLOGY: AN ANALYSIS OF 2020 NEP OF INDIA

Jabir Yousuf SHEIKH

Junior Research Fellow, SOC DAVV, Indore (M.P),

E-mail: Jabiryousuf12@gmail.com

Dr. Ranjana KANUNGO

Assistant Professor, Christian Eminent College, Indore (M.P)

ABSTRACT

Globally, education is positioned as a socially progressive phenomenon, one that enhances economic growth and productivity, promotes social, political and personal development, and reduces poverty. So advanced and clearly defined education policy is important for any country both at school and college levels to attain goal four of the 2030 agenda for sustainable development by ensuring inclusive and equitable quality education and promoting lifelong learning opportunities for all in the next decade. Recently Government of India announced its New Education Policy 2020 which is based on the recommendations of an expert committee headed by Dr. Kasturirangan, Former chairman of the Indian Space Research Organization (ISRO). This article used secondary data to analyze one of the key areas that the NEP 2020 focuses on i.e. the use and integration of technology into education, and emphasis that the relationship between technology and education is bi-directional. Essentials of Educational Policy 2020 indicate appropriate integration of technology into all levels of Indian school education with the idea of better classroom processes thereby helping the professional development of the educator.

Keywords: Education, Learning, NEP 2020, Teaching, Technology, Transformation

INTRODUCTION TO NEP 2020

The national education policy (NEP) 2020 aims to transform education, keeping the learner at the centre. The NEP 2020 is based on the recommendations of the education commission (1964-66) and justice J. S. Verma commission (2012), as well as the previous version of the policy- National Policy on Education 1986, modified in 1992 (NPE 1986/92), Right of Children to Free and Compulsory Education Act, 2009 and Rights of Persons with Disabilities (RPWD) Act, 2016. The NEP 2020 is a huge stride in the right direction as it focuses on the holistic development of students by ensuring access, relevance, equity, quality and strong foundational learning.

The NEP 2020 envisions making synergies in the curriculum across Early Childhood Care and Education (ECCE) to school and the higher education divisions. The NEP 2020 emphasizes on generating a national curricular and pedagogical framework, which is competency-based, inclusive, innovative and concentrates on complete development of children.

School curriculum as per NEP 2020 is anticipated to imbibe the human value system and make greater flexibility available at hand and expose students to obtain future skills in the areas of computation, coding, design thinking, digital literacy, ethical and moral reasoning etc. The NEP 2020 encourages building of strong foundational skills right from early childhood. Also, there is a new way of picturing vocational education in the policy by combining it across secondary and higher education and developing a credit framework to offer vertical and horizontal mobility between vocational and higher education.

One of the robust themes across the whole policy report is about quality improvement in the learning outcomes. A list of initiatives have been highlighted in the NEP around quality learning environments, use of ICT tools for training, experiential learning, improving the quality of faculty among others. Recommendations on moving ECCE and school pedagogy to the 5+3+3+4 structure and a three-tiered institutional architecture in the higher education segment (research focus, teaching focus and autonomous degree-granting colleges with strong employability focus) are welcome steps from the sector standpoint.

The transformational dimensions highlighted in the policy are well supported by the systemic changes that unfold for the ECCE, school and the higher education segments coupled with critical digital elements. The NEP has certainly created a need for perspective planning at the central as well as the State level to be able to achieve the policy goals. Themes such as scale, autonomy, and accreditation reiterate the requirement of efficient usage of academic as well as non-academic resources, i.e. faculty, infrastructural capacity (such as school complex), digital mode of delivery, greater funding etc. to be tuned for purpose. The vision is to institutionalize national-level accreditation and standard-setting bodies, which will drive quality and will focus on enhancing learning outcomes in their core and at the same time, instill the optimal amount of flexibility and autonomy in the overall administrative framework.

Objectives of the study

The basic purpose of this study is to analyze the relationship of New Education Policy 2020 with technology. The study also outlines the important aspects of NEP dealing with technology and analyses how they impact the existing education system. Further this study analyzes the technology gap persisting at rural level in India.

RESEARCH METHODOLOGY

The present study is a descriptive research. The required data was collected from various secondary sources, journals, magazines, websites including those of Government of India, other publications, etc. This data was then examined and reviewed to reach at the interpretations and conclusions.

Technology Use and Integration

India has evolved into a "technologically driven society" over the last two decades, and there is a growing need to adopt technology in the system of education. In this regard, the Policy states that one of the fundamental principles steering the education system will be the '*extensive use of technology in teaching and learning, removing language barriers, increasing access as well as education planning and management*' (NEP, 2020).

Students and teachers have been forced to re-imagine traditional learning and teaching methods during the ongoing "pandemic conditions," with digital interactive learning, replacing in-person learning experiences. A recent study conducted by Kalyani (2020), reports that the respondents view the use of technology as a decent step for the advantage of teachers, students and for uncertain situations like COVID-19. Further the study concludes that different stakeholders of Indian education system are not well trained to use the technological advancements conveniently at large scale. Most of students and teachers, who belong to rural India, have to struggle to work comfortably in situations like Covid-19. Therefore integrating technology with NEP will equip the stakeholders to be ready for uncertain situations like COVID-19.

The NEP weaves a digital thread through the very fabric of educational system giving "digital" the recognition it deserves. The new policy emphasizes technology implementation in all aspects of education, including online learning, e-program delivery, teacher preparation, and e-assessments. Simultaneously, there is a deliberate attempt not to overdo the digital agenda, and the policy does discuss the complexities of handling screen time, as well as the impact of the digital medium on the social and psychomotor dimensions of learning.

There will be a need to reconsider and recalibrate the e-content creation approach as school curriculum is being organized in the new pedagogical and curricular system with foundational, preparatory, intermediate, and secondary phases. While the formative years may focus on storytelling, animation and gamification, 3-D visualization and AR-VR, interactive case studies may be introduced in advanced phases to inculcate multidisciplinary experiential learning. The effort needed for periodic updating would be reduced even further if e-content creation is done in a more modular manner. Since the NEP aims to turn students into "truly global citizens," new content must be created with greater learning objectives in mind, such as environmental consciousness, resource conservation, and other global issues.

NEP 2020 and Key Technology considerations

Below are some of the important aspects of the NEP 2020 Policy dealing with technology.

1. Primary Education

The Policy recognizes the significance of technology in assisting teachers, bridging the language gap between teachers and students, building digital libraries, popularizing language learning, and ensuring greater educational access (specifically for differently-abled children). It is also suggested that coding be included in school curricula as a necessary skill for students to learn. The policy also identifies that technology can be a valuable tool in promoting teacher education and persuades the employment of technology platforms for online teacher-learning.

2. Professional and Higher Education

The importance of embracing technology in professional education (legal/health) as well as integrating technology to accelerate the goal of achieving 100 percent literacy (by bringing together high-quality technology-based adult learning options) has also been put forward.

The Policy recognizes the role of technology in addressing a range of societal issues and aims to encourage interdisciplinary research and development. Higher Education Institutions ("HEIs"), for example, have been encouraged to establish start-up incubation centers and technology development centers, and a National Research Foundation has been proposed to be set up to nurture a research culture in the country.

The Policy calls for the creation of the National Educational Technology Forum (“NETF”), which will serve as a forum for the free exchange of ideas about how to use technology to improve learning, evaluation preparation, and administration in schools and colleges.

3. Management of Education

The Policy also introduced a revolutionary move by establishing the Academic Bank of Credit to digitally store academic credits earned from various HEIs in order to facilitate the award of degrees based on credits earned over time.

An attention-grabbing aspect of the Policy is the emphasis on exploiting technology to ensure efficiency and transparency of regulatory bodies such as the State School Standards Authority, the Higher Education Commission of India as well as its four verticals (National Higher Education Regulatory Council, National Accreditation Council, Higher Education Grants Council and the General Education Council).

4. Enabling Disadvantaged Sections

Leveraging technology to improve learning outcomes and provide access to high-quality education at scale appears to be one of the key areas addressed by the new policy. The policy focuses on enhancing digital access and technology-assisted learning for Divyang students, as well as providing quality education to weaker sections of society.

5. Acclimating to AI

The Policy acknowledges the challenges that have arisen as a result of the widespread use of Artificial Intelligence (“AI”) and emphasizes the need to adapt to changes that have arisen as a result of increased AI use across sectors. It has assigned the NETF with recognizing and categorizing emergent technologies based on their "potential" and "estimated timeline for disruption," and presenting a periodic analysis to the MHRD, which will then formally classify those technologies that require appropriate responses from the educational system. In light of the emerging ‘disruptive technologies’, the Policy is pioneering as it notes the need to generate awareness as well as conduct research on various aspects of the emerging disruptive technologies, including concerns pertaining to data handling and protection.

6. Data-driven Systems for Evidence-based Policymaking

Performance Assessment Review and Analysis of Knowledge for Holistic Development (PARAKH) is expected to monitor the achievement of learning outcomes and guide the boards of education to make learning more contemporary and suited to future needs. Thus, this will provide opportunities for setting up National/ State level data centers for collation of learning data and analyze them for effective policy design and implementation.

7. Digital India

The policy calls for investments in digital infrastructure, the development of online teaching platforms and resources, the establishment of virtual labs and digital libraries, training teachers to become high-quality online content creators, the planning and implementation of online evaluations, and the establishment of content, technology, and pedagogy standards for online teaching-learning. The policy calls for the establishment of a dedicated unit to plan for the advancement of digital technology, digital content, and capacity building in order to oversee the e-education needs of both schools and universities.

Digital Gap in Rural Areas: A Key concern

Although the Policy has done an excellent job of incorporating technology into ‘education,’ there are some questions that need to be addressed in the Indian context.

As per research conducted by IAMAI-Neilsen, internet penetration is higher in urban areas, but it is increasing at a faster pace in rural areas. And back then, in both urban and rural areas, access to the internet was almost always by mobile phones.

According to a government survey conducted from July 2017 to June 2018, only 4.4 percent of rural households have computers, compared to 23.4 percent of urban households, and nearly 14.9 percent of rural households have internet access, compared to 42.0 percent of urban households (NSO, 2020). According to the same study, 9.9% of people aged 5 and up in rural areas could operate a computer, compared to 32.4 percent in urban areas, and 13.0% of rural users could access the internet, compared to 37.1 percent in urban areas.

In the context of education, it is critical that every student, in both urban and rural areas, has exclusive access to digital hardware, such as smart phones, laptops, and tablets. Currently, the majority of students from low-income families have little or no access to digital devices, the internet, or even electricity.

While the Policy acknowledges the presence of these limitations and the need to address them through concerted initiatives such as the Digital India campaign and the availability of affordable computing devices should remain

priority. Also practical solutions to these problems must be sought, and efforts must be combined with access to other facilities such as electricity, basic infrastructure, and general awareness about the significance and use of technology. The importance of the 'human-element' in education cannot be ignored, and technology can only be used as a supplement to enhance the learning experience. It's also important to evaluate how technology is used, processed, transferred, and stored, and to incorporate the necessary protections to protect users' privacy and prevent data theft.

CONCLUSION

Although the Policy is a new and forward-thinking document that recognizes the critical role of technology in promoting learning and teaching, it is significant to establish a cohesive plan of action for fostering technical proficiency in order to facilitate successful interaction with technology (and its potential advancements) while ensuring effective data security and privacy safeguards.

The Policy also provides a major opportunity for collaboration between industry stakeholders, regulatory agencies, and educational institutions. In this regard, the Internet and Mobile Association of India has suggested that the ed-tech industry and the NETF partnership that will help streamline research and enable the NETF to follow industry-led best practices.

Overall, the success of the Policy will be dependent on the means and mode of its implementation and the skill to efficiently integrate the goals of the Policy, within prevailing initiatives and engaging the important stakeholders in the effective delivery of the Policy. The Policy recognizes that education in the future will contain greater dematerialization and digitalization of content. This mindfulness is a tremendous achievement for India's traditionally conservative educational system.

REFERENCES

Kumar, A., Gupta, A., Khetan, A. (2020). EdTech In India | An Omidyar Network India & RedSeer Report. , Available at: <https://redseer.com/reports/edtech-in-india-an-omidyar-network-india-redseer-report-2019-20/>.

Alawadhi, N. (2019). NEP must partner with ed-tech start-ups to achieve desired outcomes. Available at: https://www.business-standard.com/article/companies/nep-must-partner-with-ed-tech-start-ups-to-achieve-desired-outcomes-iamai-119092500891_1.html.

Mundhra, L. (2020). New Education Policy: EdTech Industry leaders call it "Historic and Revolutionary". Available at: <https://www.ciol.com/new-education-policy-edtech-industry-leaders-call-historic-revolutionary/>.

Mangaldas, C. A. (2020). NEP 2020: An Interplay of Education and Technology. Bloomberg Quint Opinion Available at: <https://www.bloomberquint.com/opinion/nep-2020-an-interplay-of-education-and-technology>.

Rao, A. M. M. (2020). ICT in open distance learning: Issues and challenges. Formal education technologies for scaling up ODL programmes", , Available at: https://wikieducator.org/images/4/49/A_Murali_M_Rao.pdf.

Pawan, k. (2020). Journal of Management Engineering and Information Technology (JMEIT) Volume 7 Issue 5, Oct 2020

For example, virtual education was started through use of television and neighborhood study centres in the state of Kerala, available at: <https://www.indiatimes.com/trending/social-relevance/kerala-sets-up-virtual-classes-for-students-study-centres-for-those-without-internet-access-514767.html>.

IAMAI-Neilsen Report on Digital in India (2019), Available at: <https://cms.iamai.in/Content/ResearchPapers/2286f4d7-424f-4bde-be88-6415fe5021d5.pdf>.

KPMG. (2020). Impact of NEP 2020 and Opportunities for Stakeholders", Available at: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/in/pdf/2020/08/impact-of-national-education-policy-2020-and-opportunities-for-stakeholders.pdf>.

"National education policy 2020", Available at https://www.education.gov.in/sites/upload_files/mhrd/files/NEP_Final_English_0.pdf

Survey conducted by National Statistical Office titled 'Key Indicators of Household Social Consumption on Education in India', available at: http://www.mospi.gov.in/sites/default/files/NSS75252E/KI_Education_75th_Final.pdf

THE TANGLY STRUCTURE OF FUNCTIONS WITH ONE VARIABLE

Zhou MAI

Colleague of Mathematical Science, Nankai University, Weijin Road, Tianjin City, Republic China;
zhoumai@nankai.edu.cn

ABSTRACT

In this article we introduce the tangly structure to describe the oscillation of a function in a global and discrete way. The most important concept concerning the tangly structure is the centrum which result in the decompositions in some sense. The centruns play the role to scree some remarkable maximal and minimal values of the functions which carry some important information about the oscillation of the functions.

INTRODUCTION

The tangly structure is the way to describe the variation of a function in some particular sense, for simplification, here we consider the continuous functions mainly. The starting point of our discussion is a special type of linear interpolation of a continuous function which plays the role of underlying structure of the theory. In the sense of the tangly structure we do not want a linear interpolation to approximate a continuous function, however, we pay more attention to some remarkable maximal values and minimal values of a continuous function. In our consideration, we think that those maximal or minimal values play the key role for the oscillation of a function. Roughly speaking, the tangly structure introduced in this paper is to describe the oscillation of functions from global viewpoint in a discrete way.

Precisely, we consider a linear interpolation, which is a zigzag curve generally, as a special zigzag curve such that each segment of it has non-zero slope, and positive or negative slope take turns appearing. Here we focus on the special variation of the functions which increase or decrease. Starting from the special zigzag curve mentioned above we can develop all theory of the entangled structure. The most important concept concerning the tangly structure is the centrum which plays the role to scree the remarkable maximal or minimal values of the functions. The main theorem in this paper is to prove the existence of the unique decomposition about the continuous function based on the concept of centrum, such a decomposition gives the tangly structure. In a word, each linear interpolation will induce a tangly structure, therefore, in some sense the tangly structure is the intrinsic structure of a continuous function. The original idea of the tangly structure arises from a theory of technical analysis for stock market (for example, see [1]). In the present paper we formula this theory in a pure mathematical way and develop the tangly structure of the functions with one variable.

We organize this article as follows. In subsection 2.1 we introduce the notation of the walks. We will see the set of the walks equips with quite nice mathematical structure. The contents of subsection 2.2 is main part of this article. In this subsection we develop the theory about the tangly structure starting from a special type of the zigzag curves, and we prove the uniqueness and existence of a decomposition in the sense of tangly structure. In section 3 we turn to the situation of general continuous functions, the tangly structures with different degree is defined.

1. The walks and the tangly structure of zigzag curves

1.1 The walk map

We start our discussion from a continuous function $f(t)$ on a finite closed interval $[a,b]$. Firstly, we introduce the notation of the walk which is the pair consisting of the curve $(t,f(t))$ and its maximal (minimal) value on a closed subset of $[a,b]$. The set of the walks concerns a nice algebraic structure.

Definition 2.1. Let $f(t)$ be a continuous function on $[a,b]$, we define the walk map W_f as follows:

for each closed subset D of $[a,b]$,

$$W_f(D) = (\{(t, f(t)) | t \in D\}, [m, M]), \quad (2.1)$$

where $m = \min_{t \in D} \{f(t)\}$, $M = \max_{t \in D} \{f(t)\}$. We call $W_f(D)$ a walk of $f(t)$ on D . If $f(\sup\{D\}) > f(\inf\{D\})$ ($f(\sup\{D\}) < f(\inf\{D\})$) we say above walk is up-walk (down-walk). If $f(\sup\{D\}) = f(\inf\{D\})$ we say above walk is a balanced-walk. Particularly, we call $W_f(\emptyset) = (\emptyset, \emptyset)$ the empty walk. Let $W(f(t), [a, b])$ denote the set of all walks.

The walk $W_f(D)$ plays the role to indicate the oscillation of $f(t)$ on D between M and m . Due to the continuity, when $|D| = [\inf\{D\}, \sup\{D\}]$ is small the interval $[m, M]$ will be small as well. For a walk $W_f(D)$, we call the interval $[m, M]$ the projection of walk $W_f(D)$ denoted by

$$P(W_f(D)) = [m, M].$$

For two closed subsets D_1, D_2 of $[a,b]$, we define

$$W_f(D_1) \cup W_f(D_2) = (\{(t, f(t)) | t \in D_1 \cup D_2\}, [\min\{m_1, m_2\}, \max\{M_1, M_2\}]),$$

where $m_i = \min_{t \in D_i} \{f(t)\}$, $M_i = \max_{t \in D_i} \{f(t)\}$ ($i = 1, 2$). It is obvious that we have

$$W_f(D_1) \cup W_f(D_2) = W_f(D_1 \cup D_2),$$

and particularly,

$$W_f(D) \cup W_f(\emptyset) = W_f(D).$$

Thus $W(f(t), [a,b])$ is a monoid.

For two closed subsets D_1, D_2 of $[a,b]$, if $D_1 \subset D_2$, it is obvious that we have $[m_1, M_1] \subset [m_2, M_2]$. We can define

$$W_f(D_1) \subset W_f(D_2) \Leftrightarrow D_1 \subset D_2. \quad (2.2)$$

It is easy to check that $W(f(t), [a,b])$ is an upper semi-lattice under relation (2.2), and we have

$$W_f(D_1) \cup W_f(D_2) = \sup\{W_f(D_1), W_f(D_2)\}.$$

We call

$$W_{[a,b]} = (\{(t, f(t)) | t \in [a, b]\}, [\min_{t \in [a,b]} \{f(t)\}, \max_{t \in [a,b]} \{f(t)\}])$$

the total walk on $[a, b]$. It is easy to prove that $W_{[a,b]}$ is the unique maximal element of $W(f(t), [a,b])$, and $\{W_{[a,b]}\}$ is the unique proper principle ideal of $W(f(t), [a,b])$.

Definition 2.2. A subdivision of a closed interval $[a, b]$ is an increasing sequence of points

$$\Delta: a = t_1 < \dots < t_n < t_{n+1} = b.$$

We denote the above subdivision by $(\Delta, \{t_i\})$, or Δ for short.

Definition 2.3. Let $f(t)$ be a continuous function on $[a, b]$, Δ be a subdivision on $[a, b]$,

$$\Delta: a = t_1 < \dots < t_n < t_{n+1} = b.$$

We call,

$$D_{\Delta, f} = \{W_i\}_{i=1}^n \quad (2.3)$$

a set of data of function $f(t)$ on $[a, b]$ determined by Δ , where

$$W_i = (\{(t, f(t)) | t \in [t_i, t_{i+1}]\}, [m_i, M_i]),$$

$m_i = \min_{t \in [t_i, t_{i+1}]} \{f(t)\}$, $M_i = \max_{t \in [t_i, t_{i+1}]} \{f(t)\}$ ($i = 1, \dots, n$).

The set of data (2.3) is as well denoted by D_{Δ} for short, and it gives a decomposition of the total walk $W_{[a,b]}$,

$$W_{[a,b]} = \cup_{i=1}^n W_i. \quad (2.4)$$

If $|\Delta| = \max_{1 \leq i \leq n} \{t_{i+1} - t_i\}$ is small enough, $\max_{1 \leq i \leq n} \{M_i - m_i\}$ is small also. The decomposition (2.4) decomposes the total oscillation of $f(t)$ on $[a, b]$ into the union of small oscillations W_i ($1 \leq i \leq n$).

2.2. The tangly structure of the simple zigzag curve

A general zigzag curve on $[a, b]$ is a continuous function $Z_\Delta(t)$ ($t \in [a, b]$) with the following form

$$Z_\Delta(t) = a_i + b_i t, \quad t_i \leq t \leq t_{i+1}, \quad i = 1, \dots, n,$$

where Δ is a subdivision on $[a, b]$, $\Delta: a = t_1 < \dots < t_n < t_{n+1} = b$, and $a_i, b_i \in \mathbb{R}$ ($i = 1, \dots, n$). $Z_\Delta(t)$ is determined by Δ and a sequence $\{Z_\Delta(t_i)\}_{i=1}^{n+1}$ obviously. We call $Z_\Delta(t)$ the simple zigzag curve, if

$$b_i b_{i+1} < 0, \quad i = 1, \dots, n - 1.$$

In this section we want to construct the tangly structure starting from a simple zigzag curve. In the remaining part of section 2, we will discuss the simple zigzag curve only. Let $D_{\Delta, Z}$ be the set of data concerning Δ and $Z_\Delta(t)$, recalling definition 2.3 we know that

$$D_{\Delta, Z} = \{W_i\}_{i=1}^n,$$

where

$$W_i = (\{(t, Z_\Delta(t)) | t \in [t_i, t_{i+1}]\}, [m_i, M_i]), \quad i = 1, \dots, n.$$

Because $Z_\Delta(t)$ is a zigzag curve we have

$$m_i = \min\{Z_\Delta(t_i), Z_\Delta(t_{i+1})\}, \quad M_i = \max\{Z_\Delta(t_i), Z_\Delta(t_{i+1})\}, \quad i = 1, \dots, n.$$

The interval $[m_i, M_i]$ is denoted by $P(W_i)$. Due to $Z_\Delta(t)$ being a simple zigzag curve, we know that each W_i is not a balanced-walk ($i = 1, \dots, n$), W_i and W_j have same direction if $i + j = 0, (\text{mod } 2)$, and have opposed directions if $i + j = 1, (\text{mod } 2)$.

2.2.1 The centrum

As a preparation we introduce some notations.

Definition 2.4.

- A finite subset J of \mathbb{Z}^+ is called a continuous subset if for any $j \in \mathbb{Z}^+$, $\min\{J\} \leq j \leq \max\{J\}$, we have $j \in J$.
- Let J_1, J_2 be two continuous subsets of \mathbb{Z}^+ , if $\max\{J_1\} = \min\{J_2\}$, or $\max\{J_1\} + 1 = \min\{J_2\}$, we say J_2 inherits J_1 .

Now we begin to discuss the concept of centrum. By the definition of the simple zigzag curve, we know that each separated point t_i in Δ is a point of maximal (minimal) value ($1 < i < n + 1$). We want to see the remarkable maximal (minimal) values in some sense by means of centrum. Roughly speaking the centrum which will be defined later play the role of "stages" which pass to some remarkable maximal (minimal) values. Thus the concept of the centrum plays the essential role for tangly structure, actually, we will see that everything is centrum.

Definition 2.5. Let J be a continuous subset of $\{1, \dots, n\}$ with $\#\{J\} = 3$. We call

$$\text{int}_J = \bigcap_{i \in J} P(W_i), \quad (\bigcap_{i \in J} P(W_i) \neq \emptyset),$$

the **central interval** starting at p ($p = \min\{J\}$).

Remark 2.1. Observing definition 2.5 we know that the central interval is determined by three walks in D_Δ which are only arranged in two ways, $\{\text{up}, \text{down}, \text{up}\}$ or $\{\text{down}, \text{up}, \text{down}\}$. If the first walk is up-walk (down-walk) we say the central interval is up (down) one.

Lemma 2.1. Let int_J be a central interval with $\#\{J\} = 3$, $p = \min\{J\}$, J be a continuous subset. If $\{k | p < k, P(W_k) \cap \text{int}_J = \emptyset\} \neq \emptyset$, let

$$q = \min\{k | p < k, P(W_k) \cap \text{int}_J = \emptyset\},$$

then $\bigcap_{i \in K} P(W_i) \neq \emptyset$, and $int_J \cap int_K = \emptyset$, where $K = \{q - 1, q, q + 1\}$.

Proof. Due to the condition of q , we know that $P(W_q) \cap int_J = \emptyset$, and $P(W_{q-1}) \cap int_J \neq \emptyset$. Let $P(W_q) = [m_q, M_q]$, without loss of generality, we assume $m_q > \max\{int_J\}$. In this situation, it is obvious that we have $Z_\Delta(t)$ increases on $[t_{q-1}, t_q]$ and $[t_{q+1}, t_{q+2}]$, decreases on $[t_q, t_{q+1}]$, $P(W_q) \subset P(W_{q-1})$, $P(W_q) \cap P(W_{q+1}) \neq \emptyset$. Thus $\bigcap_{i \in K} P(W_i) \neq \emptyset$, and $int_J \cap int_K = \emptyset$. \square

Definition 2.6. Let int_J be a central interval with $\#\{J\} = 3$, $p = \min\{J\}$, J be a continuous subset. If $\{k | p < k, P(W_k) \cap int_J = \emptyset\} \neq \emptyset$, let

$$q = \min\{k | p < k, P(W_k) \cap int_J = \emptyset\},$$

we call int_K the nearest central interval of int_J , where $K = \{q - 1, q, q + 1\}$.

Let int_K be the nearest central interval of int_J , it is obvious that the nearest central interval int_K is unique and $p + 1 < q$, where $p = \min\{J\}$, $q = \min\{K\}$. It is possible that we have $J \cap K \neq \emptyset$. Observing definition 2.6, as the nearest central interval of int_J , int_K is on the right side of int_J , which means we refer to the increasing direction of the variable t .

Definition 2.7. Let J_1, J_2 be two continuous subsets, $\#\{J_1\} = \#\{J_2\} = 3$, $p = \min\{J_1\}, q = \min\{J_2\}$, such that int_{J_2} is the nearest central interval of int_{J_1} . We call $C_J = \bigcup_{i \in J} W_i$ a centrum starting at p generated by central interval int_{J_1} , where

- $J = J_1$ in the case of J_2 inheriting J_1 ,
- $J = \{p, \dots, q - 1\}$ in the case of $p + 3 < q$.

Remark 2.2.

- We say int_{J_1} is the central interval of C_J denoted by int_J also. It is obvious that C_J is determined by int_J uniquely.
- From definition 2.6 and 2.7 we know that for a centrum C_J we have $\#\{J\} \geq 3$ always. We say $\bigcup_{k=p+1}^{q-1} P(W_k)$ the **oscillate interval** of centrum C_J denoted by O_J , where $p = \min\{J\}$, $q = \min\{J'\}$, and $int_{J'}$ is the nearest central interval of int_J . When $\#\{J\} = 3$ we say C_J the centrum is **primitive one**,
- If $n - 2 \geq p \geq n - 4$ and $P(W_p) \cap P(W_{p+1}) \cap P(W_{p+2}) \neq \emptyset$ we define $\bigcup_{i=p}^n W_i$ is centrum always.
- It is interesting for us to observe the concept of centrum from dynamic viewpoint. We can regard the variable t as time which changes in increasing way. When a central interval appears a centrum begin to appear, but, the procedure may not be finished. The centrum may be extended continuously until the first new walk appears which dose not come back to the central interval.
- For a centrum C_J , if it is an up-walk (down-walk) we say C_J is an **up-centrum (down - centrum)**. If it is a balanced - walk, we say C_J is a **balanced - centrum**.

Lemma 2.1. Let C_J be a centrum, $p = \min\{J\}$, $q = \max\{J\}$. If

- both of W_p and W_q are up-walks (down-walks),
- $m_p < \min\{int_J\}$ ($M_p > \max\{int_J\}$), or, $M_q > \max\{int_J\}$ ($m_q < \min\{int_J\}$),

Then C_J is an up-centrum (down-centrum).

Proof. It is enough for us to discuss the situation of W_p being a up-walk and $m_p < \min\{int_J\}$. The other cases are similar. From definition 3.4 we know that $P(W_q) \cap int_J \neq \emptyset$. Hence, $Z_\Delta(t_{q+1}) \geq \min\{int_J\}$. On other hand, we have $Z_\Delta(t_p) = m_p < \min\{int_J\}$, therefore, $Z_\Delta(t_{q+1}) > Z_\Delta(t_p)$. \square

From the lemma 2.2 we have the following proposition immediately.

Proposition 2.1. Let J_1, \dots, J_k ($k \geq 3$) be continuous subsets of $\{1, \dots, n\}$, C_{J_1}, \dots, C_{J_k} be centums, J_{i+1} inherit J_i ($i = 1, \dots, k - 1$), $int_{J_{j+1}}$ be the nearest central interval of int_{J_j} ($j = 1, \dots, k - 2$, or, $j = 2, \dots, k - 1$). If $int_{J_2}, \dots, int_{J_{k-1}}$ have same direction, and int_{J_1}, int_{J_k} have opposed direction, then the direction of the walk $\bigcup_{i=2}^{k-1} C_{J_i}$ is same as one of int_{J_2} .

Proof. Here we discuss the situation of $k = 3$ only, the general situation is similar. Without loss of generality, let int_{J_2} be an up-central interval and the nearest central interval of int_{J_1} , $p = \min\{J_2\}$, $q = \max\{J_2\}$. Due to the definition 2.6 and 2.7, it is easy to know that W_p and W_q are up-walks and $P(W_p) \cap int_{J_1} \neq \emptyset$. Thus, noting int_{J_1} and int_{J_2} have opposed directions, we have $\max\{J_1\} < \min\{J_2\}$ and $m_p < \min\{int_{J_2}\}$. \square

Proposition 2.2. Let J, K be two continuous subsets of $\{1, \dots, n\}$, K inherit J , C_J, C_K be two centurms, $int_{J'}$ be the nearest central interval of int_J , $\#J' = 3$. Then we have the following conclusions:

- If $J \cap K \neq \emptyset$, then $J' \subset K$ and C_J is primitive.
- If $J \cap K = \emptyset$, and $J' \subset K$, then $P(W_{q'}) \cap int_{J'} \neq \emptyset$, where $q' = \min\{J'\}$.

Proof. Let $int_{J'}$ be the nearest central interval of int_J , $\#J' = 3$, $p = \min\{J\}$, $q' = \min\{J'\}$. The discussion will be divided into two parts:

Case of $J \cap K \neq \emptyset$: By definition 3.3, we have $J = \{p, p + 1, p + 2\}$, and $J \cap K = \{p + 2\}$. Then we know that int_K is the nearest central interval of int_J .

Case of $J \cap K = \emptyset$: In this case we have $\min\{J'\} = \min\{K\}$ obviously. From definition 2.6 we can get conclusion directly. \square

Conversely, we have

Proposition 2.3. Let J, K be two continuous subsets of $\{1, \dots, n\}$, K inherit J , C_J, C_K be two centurms. If int_J and int_K have same direction, then int_K is the nearest central interval of int_J .

Definition 2.8. Let C_{J_1} and C_{J_2} be two centurms, where J_1 and J_2 are two continuous subsets, J_1 inherits J_2 . If $O_{J_1} \cap O_{J_2} \neq \emptyset$, we say two centurms C_{J_1} and C_{J_2} are entangled. More precisely,

- if $O_{J_1} \cap int_{J_2} \neq \emptyset$ and $int_{J_1} \cap O_{J_2} = \emptyset$, we say C_{J_1} and C_{J_2} are entangled strongly on left side.
- If $int_{J_1} \cap O_{J_2} \neq \emptyset$ and $O_{J_1} \cap int_{J_2} = \emptyset$, we say C_{J_1} and C_{J_2} are entangled strongly on right side.
- If $int_{J_1} \cap O_{J_2} \neq \emptyset$ and $O_{J_1} \cap int_{J_2} \neq \emptyset$, we say C_{J_1} and C_{J_2} are entangled strongly.
- If $int_{J_1} \cap O_{J_2} = \emptyset$ and $O_{J_1} \cap int_{J_2} = \emptyset$, but $O_{J_1} \cap O_{J_2} \neq \emptyset$, we say C_{J_1} and C_{J_2} are entangled weakly.

Proposition 2.4 Let J_1, J_2 be two continuous subsets of $\{1, \dots, n\}$, J_2 inherit J_1 ,

C_{J_1} and C_{J_2} be two centurms. If C_{J_2} is a balanced-centrum and int_{J_2} is the nearest central interval of int_{J_1} , then C_{J_1} and C_{J_2} are entangled.

Proof. Let $p = \min\{J_2\}$, $q = \max\{J_2\}$, then $Z_\Delta(t_p) = Z_\Delta(t_{q+1})$. Noting that $Z_\Delta(t_p) \in P(W_{p-1}) \cap P(W_p)$ and $Z_\Delta(t_{q+1}) \in P(W_q)$, thus, $O_{J_1} \cap O_{J_2} \neq \emptyset$. \square

By the similar way we can prove:

Proposition 2.5. Let J_1, J_2 be two continuous subsets of $\{1, \dots, n\}$, J_2 inherit J_1 ,

C_{J_1}, C_{J_2} be two centurms, and int_{J_2} be the nearest central interval of int_{J_1} . If C_{J_1}, C_{J_2} are not entangled on left and int_{J_1}, int_{J_2} have opposed directions, then C_{J_1} and int_{J_1} have same direction.

Proposition 2.6. Let J_1, J_2 be two continuous subsets of $\{1, \dots, n\}$, J_2 inherit J_1 ,

C_{J_1}, C_{J_2} be two centurms which satisfy the following conditions:

- C_{J_1} and C_{J_2} are not entangled,
- $\min\{int_{J_2}\} > \max\{int_{J_1}\}$ ($\max\{int_{J_2}\} < \min\{int_{J_1}\}$),
- int_{J_2} is the nearest central interval of int_{J_1} .

Then C_{J_2} is an up-centrum (down-centrum).

Theorem 2.1. (The first decomposition) Let C_J be a centrum with $p = \min\{J\}$, then there is an unique decomposition of the total walk:

$$W_{[a,b]} = \left(\cup_{i=1}^{p-1} W_i \right) \cup \left(\cup_{j=1}^k C_{J_j} \right). \quad (2.5)$$

Where

$$W_{[a,b]} = (\{(t, Z_{\Delta}(t)) | t \in [a, b]\}, [m, M]), \quad m = \min_{[a,b]} \{Z_{\Delta}(t)\}, \quad M = \max_{[a,b]} \{Z_{\Delta}(t)\},$$

J_1, \dots, J_k are continuous subsets of $\{1, \dots, n\}$, C_{J_1}, \dots, C_{J_k} are centrums. In the case of $k \geq 2$, we have J_{j+1} inherits J_j ($1 \leq j \leq k - 1$).

The decomposition (2.5) satisfies the following conditions:

- $J_{j+1} \cap J_j \neq \emptyset$ if and only if C_{J_j} is primitive, $C_{J_{j+1}}$ and C_{J_j} are not entangled.
- $int_{J_{j+1}}$ is not the nearest central interval of int_{J_j} if and only if C_{J_j} is primitive, $J_j \cap J_{j+1} = \emptyset$, $C_{J_{j+1}}$ and C_{J_j} are entangled ($1 \leq j \leq k - 1$).

Proof. We can take $p = 1$ or $p = 2$ always, actually, if $P(W_1) \cap P(W_2) \cap P(W_3) = \emptyset$, then $P(W_2) \cap P(W_3) \cap P(W_4) \neq \emptyset$. Without loss of generality we assume $P(W_1) \cap P(W_2) \cap P(W_3) \neq \emptyset$ and W_1 is an up-walk.

Let $C_J = \cup_{i \in J} W_i$ be a centrum, where $\{1, 2, 3\} \subset J$. We consider another centrum C_K , such that K inherits J and int_K is the nearest central interval of int_J . We divide the discussion into two cases.

Case 1. $K \cap J \neq \emptyset$: From proposition 2.2, in this situation C_J is a primitive centrum certainly, i.e. $J = \{1, 2, 3\}$. Therefore $K \cap J = \{3\}$. Now there are two possibilities:

- If C_J and C_K are not entangled, they have same direction certainly. In fact, the walks W_1, W_3 have same direction, we can continue our discussion starting at C_K .
- If C_J and C_K are entangled, because C_J is a primitive centrum, C_J and C_K must be entangled on left side. We know that there must be a walk W_k , where $k \in K$ and $k \geq 6$, such that $P(W_k) \cap int_J \neq \emptyset$. Thus C_K is not primitive centrum. In this situation we take $J_1 = J$, but we need to change C_K in the following way. Actually, noting W_3 is an up-walk and $P(W_4) \cap int_J \neq \emptyset$, thus, $P(W_4) \cap P(W_5) \subset P(W_3)$, furthermore, we have $int_K \subset P(W_4) \cap P(W_5)$. Hence, $P(W_4) \cap P(W_5) \cap P(W_6) \neq \emptyset$. We can consider a new central interval $int_{K'}$ generating a new centrum $C_{K'}$, $int_{K'} = P(W_4) \cap P(W_5) \cap P(W_6)$. We can continue our discussion starting at $C_{K'}$.

Case 2. $K \cap J = \emptyset$: In this case we take $J_1 = \{1, \dots, q - 1\}$, where $q = \min\{K\}$. We can discuss C_K continuously.

In the discussion as above, for each case we can determine the next centrum uniquely. Furthermore, above discussion shows that we arrive at a series of centrums C_{J_j} and a decomposition

$$W_{[a,b]} = \cup_j C_{J_j}.$$

In above decomposition J_{j+1} inherits J_j , $J_{j+1} \cap J_j \neq \emptyset$ if and only if the following conditions are valid:

- C_{J_j} is primitive (hence $int_{J_{j+1}}$ and int_{J_j} have same direction),
- $C_{J_{j+1}}$ and C_{J_j} are not entangled.

It is obvious that each J_j is determined uniquely. □

Remark 2.3.

- *Equivalently, there is a decomposition of the set of data*

$$D_{\Delta, Z} = \{W_i\}_{i=1}^{p-1} \cup \left(\cup_{j=1}^k \{W_i\}_{i \in J_j} \right). \quad (2.6)$$

- *In the decomposition (2.5) or (2.6), if $p = 1$ we define $\cup_{i=1}^{p-1} W_i = \emptyset$, or, $\{W_i\}_{i=1}^{p-1} = \emptyset$.*
- *Actually, for two centrums C_J and C_K , where J and K are two continuous subsets, K inherits J , the connection between C_J and C_K concerns three issues which are the directions of central intervals int_J and int_K , entanglement of centrums C_J and C_K , and sets of the indices J and K . The possibilities contributing to the decompositions (2.5) and (2.6) can be shown as follows:*

A. int_J and int_K have opposed directions,

B. int_J and int_K have same direction

a. C_J and C_K are not entangled

(1) $J \cap K = \emptyset$

(2) $J \cap K \neq \emptyset$

B. C_J and C_K are entangled

(1) $J \cap K = \emptyset$

(2) $J \cap K \neq \emptyset$

Proposition 2.7. Let C_K be a centrum and int_J be a central interval, where J is a continuous subset of $\{2, \dots, n\}$ with $\#\{J\} = 3$ and $p_J = \min\{J\}$. If $int_J \cap P(W_k) = \emptyset$ ($k < p_J$) and $J \subset K$, then $p_J = \min\{K\}$. Furthermore, in decomposition (2.5) with $p < p_J$, there is a unique j such that $J \subset J_j$.

Proof. At first we prove the first conclusion. Actually, we have $p_J \geq \min\{K\}$ obviously. Let $q = \min\{K\}$, if $q < p_J$ we have $int_J \cap P(W_q) = \emptyset$. On the other hand $int_J \cap int_K \neq \emptyset$, thus there is contradiction.

Now we prove the second conclusion of the proposition. Recalling the decomposition (2.5)

$$W_{[a,b]} = \left(\bigcup_{i=1}^{p-1} W_i\right) \cup \left(\bigcup_{j=1}^k C_{J_j}\right),$$

because $p < p_J$, we have $p_J + 1 \in \bigcup_{i=1}^k J_i$, thus $p_J + 1 \in J_j$ for some j ($1 \leq j \leq k$). It is obvious that the condition $int_J \cap P(W_k) = \emptyset$ ($k < p_J$) is equivalent to $P(W_k) \cap P(W_{p_J+1}) = \emptyset$. Let $q_j = \min\{J_j\}$, if $q_j <$

p_J , we have $P(W_{q_j}) \cap P(W_{p_J+1}) = \emptyset$,

which is impossible because $int_{J_j} \cap P(W_{p_J+1}) \neq \emptyset$. If $q_j > p_J$, then $q_j = p_J + 1$.

On the other hand, recalling the definition of centrum, we have $int_{J_{j-1}} \cap P(W_{p_J+1}) \neq \emptyset$ and $\#\{J_{j-1}\} \geq 3$.

Therefore we find a contradiction. In summary we know that $q_j = p_J$. □

2.2.2. The tangly structure

Definition 2.9. Let $J = J_1 \cup \dots \cup J_k$, where J_1, \dots, J_k are continuous subsets of $\{1, \dots, n\}$, J_{j+1} inherits J_j ($1 \leq j < k, k \geq 2$), such that C_{J_1}, \dots, C_{J_k} are centums. If

- W_p is an up-walk (down-walk), $p = \min\{J\}$,
- C_{J_l} and $C_{J_{l+1}}$ are not entangled,
- $\max\{J_l\} < \min\{J_{l+1}\}$ ($\min\{J_l\} > \max\{J_{l+1}\}$) ($l = 1, \dots, k - 1$),

we call $\bigcup_{i \in J} W_i$ is an **up-tendency (down-tendency)**.

Remark 2.4. It is obvious that we have

$$\bigcup_{i \in J} W_i = C_{J_1} \cup \dots \cup C_{J_k}.$$

Proposition 2.8. Let $\bigcup_{i \in J} W_i = C_{J_1} \cup \dots \cup C_{J_k}$ be an up-tendency, where C_{J_1}, \dots, C_{J_k} are centums. Then we have

$$Z_\Delta(t_{p_l}) < Z_\Delta(t_{q_{l+1}}),$$

where $p_l = \min\{J_l\}, q_l = \max\{J_l\}, 2 \leq l \leq k$. The case of down-tendency is similar.

Proof. Without loss of generality, we discuss a special situation, for example, C_{J_2} .

Let $J_2 = \{p_2, \dots, q_2\}$, because C_{J_1}, C_{J_2} are not entangled, from corollary 2.1 we know

C_{J_2} is an up-centrum. Noting that $P(W_{p_2}) \cap int_{J_1} \neq \emptyset$, and $P(W_k) \cap int_{J_1} = \emptyset$, ($p_2 < k \leq q_2$), therefore, $Z_\Delta(t_{p_2}) < Z_\Delta(t_{q_2+1})$, the other cases are similar. □

Proposition 2.9. Let $J = J_1 \cup \dots \cup J_k$, where J_1, \dots, J_k are continuous subsets of $\{1, \dots, n\}$, J_{j+1} inherits J_j ($1 \leq j < k, k \geq 2$), such that C_{J_1}, \dots, C_{J_k} are centnums. Then $\cup_{i \in J} W_i$ is a tendency if and only if $int_{J_1}, \dots, int_{J_k}$ have same direction, and C_{J_l} and $C_{J_{l+1}}$ are not entangled ($l = 1, \dots, k - 1$).

Proof. It is enough for us to consider the case of $k = 2$, the general cases can be proved by induction. For example, let int_{J_1}, int_{J_2} be up-central intervals, thus $Z_\Delta(t)$ increases on $[t_{p_2}, t_{p_2+1}]$ and decreases on $[t_{p_2+1}, t_{p_2+2}]$. On the other hand, C_{J_1} and C_{J_2} are not entangled, thus, we have

$$P(W_{p_2+2}) \cap int_{J_1} = \emptyset, P(W_{p_2+2}) = [Z_\Delta(t_{p_2+2}), Z_\Delta(t_{p_2+1})].$$

Noting J_2 inherits J_1 , $Z_\Delta(t_{p_2}) = Z_\Delta(t_{q_1+1}) \leq \max\{int_{J_1}\}$. By definition of centrum, we know that

$$Z_\Delta(t_{p_2+1}) > Z_\Delta(t_{p_2+2}) > \max\{int_{J_1}\}.$$

Actually, from the definition of the central interval, in the case which we are discussing now, we have $Z_\Delta(t_{p_2+2}) = \min\{int_{J_2}\}$, therefore we have $\max\{int_{J_1}\} < \min\{int_{J_2}\}$. Conversely, if $\max\{int_{J_1}\} < \min\{int_{J_2}\}$, it is obvious that we have $Z_\Delta(t)$ is increasing on $[t_{p_2}, t_{p_2+1}]$. \square

Corollary 2.1. Let C_{J_1} and C_{J_2} be two centnums, J_2 inherit J_1 , then $C_{J_1} \cup C_{J_2}$ is not a tendency if and only if C_{J_1} and C_{J_2} are entangled or int_{J_1}, int_{J_2} have opposed directions.

Definition 2.10.

- Let J_1, J_2 be two continuous subsets of $\{1, \dots, n\}$, $J_1 \subset J_2$, $\cup_{i \in J_1} W_i$ and $\cup_{i \in J_2} W_i$ be two tendencies, we say $\cup_{i \in J_2} W_i$ is an extension of $\cup_{i \in J_1} W_i$.
- Let $\cup_{i \in J} W_i$ be a tendency, for any tendency $\cup_{i \in J'} W_i$, if $J \subset J'$ we have $J = J'$, we call $\cup_{i \in J} W_i$ a maximal tendency.

Definition 2.11. Let C_J be a centrum. If $\cup_{i \in J} W_i$ is not included in any tendency, we call $\cup_{i \in J} W_i$ is a fluctuation.

Based on the decomposition (2.5) and (2.6) we can decompose the total walk in terms of up-tendencies, down-tendencies and fluctuations as follows.

Theorem 2.2. (**The second decomposition**) If $P(W_p) \cap P(W_{p+1}) \cap P(W_{p+2}) \neq \emptyset$ for some $p \in \mathbb{Z}^+$ ($1 \leq p < n - 3$), then there is a partition J_1, \dots, J_k of set $\{p, \dots, n\}$, where each J_j is a continuous subset of $\{1, \dots, n\}$ ($j = 1, \dots, k$), and J_{j+1} inherits J_j ($j = 1, \dots, k - 1$), such that

$$W_{[a,b]} = (\cup_{i=1}^{p-1} W_i) \cup (\cup_{j=1}^k \cup_{i \in J_j} W_i). \quad (2.7)$$

Where each $\cup_{i \in J_j} W_i$ is a maximal tendency, or, a fluctuation. The decomposition in (2.7) is unique.

Proof. In fact theorem 2.2 is a corollary of theorem 2.1. Now we classify the centnums in decomposition (2.5). For each C_{J_l} there are two possibilities, C_{J_l} is contained in a tendency or not. Let $T = \{i_1, \dots, i_\mu\}$ be a subset of $\{1, \dots, k\}$ ($1 \leq \mu \leq k$) such that C_{J_j} is contained in a tendency for each $j \in T$, and C_{J_j} is not contained in any tendency for $j \in \{1, \dots, k\} \setminus T$. It is obvious that $\{i_1, \dots, i_\mu\}$ is the union of some continuous subsets, for example,

$$\{i_1, \dots, i_\mu\} = \cup_\lambda K_\lambda,$$

where each K_λ is a continuous subset of $\{1, \dots, k\}$, and for $\lambda_1 \neq \lambda_2$, $K_{\lambda_1} \cap K_{\lambda_2} = \emptyset$,

$K_{\lambda_1} \cup K_{\lambda_2}$ is not a continuous subset. Let $K'_\lambda = \cup_{v \in K_\lambda} J_{i_v}$, then each $\cup_{i \in K'_\lambda} W_i$ is a maximal tendency. Up to now we have arrived at the decomposition actually. \square

Remark 2.5. Equivalently, the decomposition (2.7) can be expressed as

$$D_{\Delta,Z} \setminus \{W_i\}_{i=1}^{p-1} = \cup_{j=1}^k \{W_i\}_{i \in J_j}. \quad (2.8)$$

The decomposition (2.7) or (2.8) depends on an positive integer ($1 \leq p < n - 1$). Let

$$\Lambda_{\Delta,Z} = \min\{k | P(W_k) \cap P(W_{k+1}) \cap P(W_{k+2}) \neq \emptyset, 1 \leq k \leq n - 2\},$$

as we have explained in the proof of theorem 2.1, $\Lambda_{\Delta,Z} = 1$, or, $\Lambda_{\Delta,Z} = 2$. Now we take $p = \Lambda_{\Delta,Z}$ in decomposition (2.7) or (2.8), then, the decomposition (2.7) or (2.8) relates to a subdivision of $[a, b]$. Actually, let $p_l = \min\{J_l\}$ ($1 \leq l \leq k$), $p_{k+1} = \max\{J_k\}$, then we arrive at a subdivision

$$\Delta_e: a_e = \tau_{p_1} < \tau_{p_2} < \dots < \tau_{p_{k+1}} = b,$$

Where

$$a_e = \begin{cases} a, & \Lambda_{\Delta,Z} = 1, \\ t_1, & \Lambda_{\Delta,Z} = 2. \end{cases}$$

Furthermore, we take the walks in the following way:

$$W'_i = (\{(t, Z_{\Delta}(t)) | t \in [t_{p_i}, t_{p_{i+1}}]\}, [\gamma_i, \Gamma_i]), i = 1, \dots, k, \quad (2.9)$$

where $\gamma_i = \min_{t \in [t_{p_i}, t_{p_{i+1}}]} \{Z_{\Delta}(t)\}$, $\Gamma_i = \max_{t \in [t_{p_i}, t_{p_{i+1}}]} \{Z_{\Delta}(t)\}$ ($i = 1, \dots, k$). Then it is obvious that we have

$$W'_i = \cup_{j \in J_i} W_j.$$

Therefore the decomposition (2.7) can be rewritten as follows

$$W_{[a,b]} = \begin{cases} \bigcup_{i=1}^k W'_i, & \Lambda_{\Delta,Z} = 1, \\ W_1 \cup \left(\bigcup_{i=1}^k W'_i \right), & \Lambda_{\Delta,Z} = 2. \end{cases}$$

Equivalently, we arrive at a new set of the walks arising from the decompositions in theorem 2.2:

$$E_{\Delta,Z} = \{W'_i\}_{i=1}^k. \quad (2.10)$$

From previous discussion we know that the decomposition (2.10) is determined by zigzag curve $Z_{\Delta}(t)$ uniquely.

Definition 2.12. The set of the walks (2.10) is called the tangly structure of the simple zigzag curve $Z_{\Delta}(t)$.

We call maximal tendencies or fluctuations in (2.10) the basic walks of the tangly structure (2.10).

Theorem 2.2 means that the total walk can be decomposed into the union of the basic walks. About basic walks we emphasize the following facts:

- Each basic walk is of form $\{W_{\{i\}}\}_{\{j\}}$ for some continuous subset $\{J\}$;
- each basic walk is equipped with a direction;
- each basic walk includes at least one centrum.

Proposition 2.10. A basic walk is a tendency if and only if it includes at least two centruns.

Proposition 2.11. Let C_J, C_K be two centruns, K inherit J . Then C_J, C_K belong to different basic walks, if and only if, C_J, C_K are entangled or int_J, int_K have opposed directions.

3. The tangly structure of the general continuous functions

Based on the tangly structure of the simple zigzag curve constructed in previous section, in this subsection we want to construct the tangly structure with different degree concerning the general continuous functions.

3.1 Tangly structure

Let $f(t)$ be a continuous function on $[a, b]$, Δ be a subdivision on $[a, b]$,

$$\Delta: a = t_1 < \dots < t_{n+1} = b,$$

same as section 2, we take a set of data D_{Δ} of $f(t)$ related to a subdivision Δ

where

$$D_{\Delta} = \{W_i\}_{i=1}^n,$$

and

$$W_i = (\{(t, f(t)) | t \in [t_i, t_{i+1}]\}, [m_i, M_i]),$$

$$M_i = \max_{t \in [t_i, t_{i+1}]} \{f(t)\}, m_i = \min_{t \in [t_i, t_{i+1}]} \{f(t)\}, i = 1, \dots, n.$$

The set of data D_Δ will be our starting point. Without loss of generality we assume that $f(t)$ is not a constant and there is at least one walk in D_Δ which is not a balanced-walk.

In order to construct the entangled structure, we need to construct a simple zigzag curve from the set of data D_Δ . In principle, in the procedure to construct the zigzag curve from the set of data D_Δ which is the underlying structure of our consideration, we avoid additional assumptions as possible as we do. Thus, we hope to construct the zigzag curve in an intuitive, simple and direct way. The procedure is divided into three steps as follows:

Step 1: Removing balanced-walks. Let W_k be a balanced-walk, $1 \leq k \leq n$, then there is a continuous subset J of $\{1, \dots, n\}$, such that $k \in J$, for each $l \in J$, W_l is a balanced-walk, and one of the following three facts is valid, which are

- when $\min\{J\} = a$, $W_{\max\{J\}+1}$ is not a balanced-walk,
- when $\max\{J\} = b$, $W_{\min\{J\}-1}$ is not a balanced-walk,
- when $\min\{J\} > a$, $\max\{J\} < b$, $W_{\min\{J\}-1}$ and $W_{\max\{J\}+1}$ are not balanced-walks.

We take

$$W_j = \begin{cases} \left(\bigcup_{i \in J} W_i \right) \cup W_{\max\{J\}+1}, & \min\{J\} = a, \\ \left(\bigcup_{i \in J} W_i \right) \cup W_{\min\{J\}-1}, & \min\{J\} > a. \end{cases}$$

It is obvious that W_j is not a balanced-walk. Now we assume there are k balanced-walks in D_Δ , which are W_{i_1}, \dots, W_{i_k} , and k continuous subsets J_{i_1}, \dots, J_{i_k} as discussed above. Then we replace D_Δ by

$$\left(\bigcup_{\text{others}} W_i \right) \cup \left(\bigcup_{i=1}^k W_i \right),$$

thus the balanced-walks are removed.

Step 2: Taking unions: Without loss of generality, we assume D_Δ does not contain the balanced-walks. For a walk W_i in D_Δ , it is obvious that there is a continuous subset J of $\{1, \dots, n\}$ such that $i \in J$ and the direction of W_i is opposed with one of $W_{\min\{J\}-1}$ and $W_{\max\{J\}+1}$. Therefore, there is a partition $\{J_j\}_{j=1}^m$ of

the set $\{1, \dots, n\}$ satisfying the following conditions:

- each J_j ($1 \leq j \leq m$) is a continuous subset,
- J_{j+1} inherits J_j ($1 \leq j \leq m-1$),
- W_α and W_β have same direction, where $\alpha \in J_i$, $\beta \in J_j$, and $i+j = 0 \pmod{2}$.
- W_α and W_β have opposed directions, where $\alpha \in J_i$, $\beta \in J_j$, and $i+j = 1 \pmod{2}$.

We take $W_{J_j} = \bigcup_{i \in J_j} W_i$ ($1 \leq j \leq m$). From the above discussion we know that W_{J_i} , W_{J_j} have opposed directions, if $i+j = 1 \pmod{2}$.

Step 3: Simple zigzag curve. With the help of **Step 1** and **Step 2**, from the set of data D_Δ we arrive at a set of the walks $\{W_{J_j}\}_{j=1}^m$, where $\{J_j\}_{j=1}^m$ is a partition of $\{1, \dots, n\}$ mentioned in **Step 2**. $\{W_{J_j}\}_{j=1}^m$, or, $\{J_j\}_{j=1}^m$ will result in a simple zigzag curve. Actually, let $\tau_j = \min\{J_j\}$ ($j = 1, \dots, m$), $\tau_{m+1} = b$, we get a new subdivision Δ' on $[a, b]$

$$\Delta': a = \tau_1 < \dots < \tau_{m+1} = b.$$

It is obvious that we have

$$W_{j_j} = (\{(t, f(t)) | t \in [\tau_j, \tau_{j+1}]\}, [m'_j, M'_j]),$$

where $m'_j = \min_{[\tau_j, \tau_{j+1}]} \{f(t)\}$, $M'_j = \max_{[\tau_j, \tau_{j+1}]} \{f(t)\}$ ($j = 1, \dots, m$). It is easy to see that $M'_j = \max_{i \in J_j} \{M_i\}$, $m'_j = \min_{i \in J_j} \{m_i\}$ ($j = 1, \dots, m$).

From previous discussion we know that

$$(f(\tau_i) - f(\tau_{i+1}))(f(\tau_{i+1}) - f(\tau_{i+2})) < 0, \quad i = 1, \dots, m - 1.$$

Now we construct a zigzag curve $Z_{\Delta'}(t)$ in the following way. At beginning we have

$$Z_{\Delta'}(\tau_1) = \begin{cases} m_1 & f(\tau_1) < f(\tau_2) \\ M_1 & f(\tau_1) > f(\tau_2) \end{cases}.$$

For the case $t \in [\tau_i, \tau_{i+1}]$ ($1 < i < m$), we define

$$Z_{\Delta'}(t) = \begin{cases} Z_{\Delta'}(\tau_i) + \frac{M'_i - Z_{\Delta'}(\tau_i)}{\tau_{i+1} - \tau_i} (t - \tau_i) & f(\tau_{i+1}) > f(\tau_i) \\ Z_{\Delta'}(\tau_i) + \frac{m'_i - Z_{\Delta'}(\tau_i)}{\tau_{i+1} - \tau_i} (t - \tau_i) & f(\tau_{i+1}) < f(\tau_i) \end{cases}.$$

$Z_{\Delta'}(t)$ is a simple zigzag curve obviously.

Remark 3.1. For the given subdivision Δ and a continuous function $f(t)$ on $[a, b]$, we get a set of data D_{Δ} which relates a set of maximal values $\{M_i\}_{i=1}^n$ and a set of minimal values $\{m_i\}_{i=1}^n$. Observing the procedure to construct $Z_{\Delta'}(t)$ from D_{Δ} ,

we know that $\{M'_i\}_{i=1}^m$ and $\{m'_i\}_{i=1}^m$ contribute to $Z_{\Delta'}(t)$ only. Noting $\{M'_i\}_{i=1}^m \subset \{M_i\}_{i=1}^n$, $\{m'_i\}_{i=1}^m \subset \{m_i\}_{i=1}^n$, thus, $\{M_i\}_{i=1}^n \setminus \{M'_i\}_{i=1}^m$ and $\{m_i\}_{i=1}^n \setminus \{m'_i\}_{i=1}^m$ have been omitted. The simple zigzag curve $Z_{\Delta'}(t)$ is a linear interpolation of $f(t)$ really, observing the above construction, we do not pay attention to that how $Z_{\Delta'}(t)$ approximates to $f(t)$, but, we focus on $\{M'_i\}_{i=1}^m$ and $\{m'_i\}_{i=1}^m$. Hence, $Z_{\Delta'}(t)$ describes the oscillation of $f(t)$.

Combining the discussion in section 2, we know that there is a unique tangly structure, denoted by $E(\Delta, f)$, arising from the zigzag curve $Z_{\Delta'}(t)$. We call $E(\Delta, f)$ **the tangly structure of $f(t)$** related to subdivision Δ . In summary, the procedure from the pair (Δ, f) to entangled structure $E(\Delta, f)$ can be shown in the following diagram

$$\begin{aligned} (\Delta, f) &\rightarrow D_{\Delta} \rightarrow \{W_{j_j}\}_{j=1}^m \rightarrow Z_{\Delta'}(t) \rightarrow \\ &\rightarrow \text{The first decomposition} \rightarrow \text{The second decomposition} \rightarrow E(\Delta, f). \end{aligned}$$

In the remaining part of subsection 3.1, we generalize above discussion to non-continuous case. For non-continuous case, we assume that there are finite non-continuous points, and at each non-continuous point t_0 , $\lim_{t \rightarrow t_0^+} f(t) = f(t_0 + 0)$ and $\lim_{t \rightarrow t_0^-} f(t) = f(t_0 - 0)$ exist. If some divided points in subdivision are non-

continuous points, for example, we consider a sub-interval $[t_i, t_{i+1}]$, where t_i and t_{i+1} are non-continuous points, then the walk W_i will be taken to be

$$W_i = (\{(t, f(t)) | t \in [t_i, t_{i+1}]\}, [m_i, M_i]),$$

where $f(t_i) = \lim_{t \rightarrow t_i^+} f(t)$ and $f(t_{i+1}) = \lim_{t \rightarrow t_{i+1}^-} f(t)$, $M_i = \sup_{[t_i, t_{i+1}]} \{f(t)\}$, $m_i = \inf_{[t_i, t_{i+1}]} \{f(t)\}$. Similar

to the continuous case, starting from $\{W_i\}_{i=1}^n$, we can get a zigzag curve by the procedure from **Step 1** to **Step 3**. Unfortunately, in non-continuous case the zigzag curve arising from **Step 1** to **Step 3** may not be a simple zigzag curve.

Now we discuss a method to construct a simple zigzag curve from a general zigzag curve. Starting from a general zigzag curve, which is a continuous function $f(t)$ ($t \in [a, b]$) with the following form

$$f(t) = \alpha_i + \beta_i t, t_i \leq t \leq t_{i+1}, i = 1, \dots, n,$$

where the sequence $\{t_i\}_{i=1}^{n+1}$ satisfies $a = t_1 < \dots < t_n < t_{n+1} = b$ and $\alpha_i, \beta_i \in \mathbb{R}$

($i = 1, \dots, n$). Now we construct a simple zigzag curve from $f(t)$. Considering a sub-interval $[t_i, t_{i+1}]$, for example, let $\beta_i > 0$, we can extend $[t_i, t_{i+1}]$ to a maximal sub-interval $[t_k, t_l], (k \leq i < i + 1 \leq l)$ such that $\beta_k, \dots, \beta_{l-1} > 0$. The cases of $\beta_i < 0$ or $\beta_i = 0$ are similar. Thus we get a sequence of such a maximal sub-interval $[t_{i_k}, t_{i_{k+1}}] (1 = i_1 < \dots < i_m = n)$. We will remove the maximal sub-interval where the line segments have zero slope in the following way. If the line segments have zero slope on $[t_{i_k}, t_{i_{k+1}}]$, we take union $[t_{i_{k-1}}, t_{i_k}] \cup [t_{i_k}, t_{i_{k+1}}]$ to replace $[t_{i_k}, t_{i_{k+1}}]$. Finally we arrive at a new subdivision $\Delta': a = \tau_1 < \dots < \tau_N = b$, hence, a sequence of sub-interval $[\tau_1, \tau_2], \dots, [\tau_{N-1}, \tau_N]$. The simple zigzag curve will be resulted in as following:

$$Z_{\Delta'}(t) = f(\tau_i) + \frac{f(\tau_{i+1}) - f(\tau_i)}{\tau_{i+1} - \tau_i} (t - \tau_i), t \in [\tau_i, \tau_{i+1}], i = 1, \dots, N - 1.$$

It is obvious that

$$(f(\tau_{i+1}) - f(\tau_i))(f(\tau_i) - f(\tau_{i-1})) < 0.$$

Roughly speaking, we divide interval $[a, b]$ according to monotonicity of $f(t)$ and $Z_{\Delta'}(t)$ describes monotonicity of $f(t)$ exactly.

3.2 Tangly structure with different degree

Definition 3.1. Let $\{J_k\}_{k=1}^m$ be a partition of set $\{1, \dots, n\}$, if each J_k is a continuous subset ($k = 1, \dots, m$) we call this partition a continuous partition.

For a continuous partition $\{J_k\}_{k=1}^m$ of $\{1, \dots, n\}$, where J_{k+1} inherits J_k ($k = 1, \dots, m - 1$), let $j_k = \min\{J_k\}$ ($k = 1, \dots, m$), then $\{j_k\}_{k=1}^m$ is a subsequence of $\{1, \dots, n\}$, $j_1 < \dots < j_m$. It is obvious that $\{J_k\}_{k=1}^m$ is determined by $\{j_k\}_{k=1}^m$ uniquely and vice versa.

For a given continuous function $f(t)$ on $[a, b]$ and a subdivision Δ_0 ,

$$\Delta_0: a = t_1 < t_2 < \dots < t_{n+1} = b,$$

from the discussion in subsection 3.1 we know that there is a set of data D_{Δ_0} which determines a zigzag curve $Z_{\Delta_0}(t)$, furthermore, a tangly structure $E(D_{\Delta_0}, f)$. Recalling previous discussions, the tangly structure $E(D_{\Delta_0}, f)$ is a set of the walks $\{W_i\}_{i=1}^{m_1}$ related to a continuous partition of set $\{1, \dots, n\}$ which corresponds to a subsequence $\{j_k\}_{k=1}^{m_1}$. Due to definition 2.12 we have $i_{k+1} - i_k \geq 3, k = 1, \dots, m_1 - 1$, thus, $m_1 \leq n/3$.

The subsequence $\{i_j^{(1)}\}_{j=1}^{m_1}$ induces a subsequence $\{t_{i_j^{(1)}}\}_{j=1}^{m_1}$ of $\{t_j\}_{j=1}^n$, therefore, a new subdivision

$$\Delta_1: a^{(1)} = t_{i_1^{(1)}} < t_{i_2^{(1)}} < \dots < t_{i_{m_1}^{(1)}} < t_{n+1} = b,$$

where

$$a^{(1)} = \begin{cases} a, & \Lambda_{\Delta_0, Z} = 1, \\ t_1, & \Lambda_{\Delta_0, Z} = 2. \end{cases}$$

Starting from new subdivision Δ_1 and repeating the previous procedure, we can get a new set of data D_{Δ_1} , and then, a new zigzag curve $Z_{\Delta_1}(t)$, furthermore, the new tangly structure $E(\Delta_1, f)$.

There is a more direct and simpler way to construct $Z_{\Delta_1}(t)$ in terms of centurms arising from $Z_{\Delta_0}(t)$. Actually, we prefer the first decomposition in theorem 2.1 arising from $Z_{\Delta_0}(t)$ to construct $Z_{\Delta_1}(t)$. Recalling the theorem 2.1, we have

$$W_{[a,b]} = \bigcup_{j=1}^k C_{J_j}, \Lambda_{\Delta_0, Z} = 1,$$

or,

$$W_{[a,b]} = W_1 \cup \left(\bigcup_{j=1}^k C_{J_j} \right), \Lambda_{\Delta_0, Z} = 2,$$

where

$$W_{[a,b]} = \left(\left\{ (t, Z_{\Delta'_0}(t)) \mid t \in [a, b] \right\}, \left[\min_{[a,b]} \{ Z_{\Delta'_0}(t) \}, \max_{[a,b]} \{ Z_{\Delta'_0}(t) \} \right] \right),$$

C_{J_j} ($j = 1, \dots, k$) are centruns concerning $Z_{\Delta'_0}(t)$. It is obvious that there is a continuous partition $\{K_i\}_{i=1}^{n_1}$ of $\{1, \dots, k\}$, K_{i+1} inherits K_i ($i = 1, \dots, n_1 - 1$), such that int_{J_p} and int_{J_q} have same direction (opposed directions), where $p \in K_i, q \in K_j, i + j = 0 \pmod{2}$ ($i + j = 1 \pmod{2}$). Let $K'_i = \bigcup_{j \in K_i} J_j$, and $W'_{K'_i} = \bigcup_{j \in K'_i} W_j$, with the help of proposition 2.1, comparing with previous discussion, we know that we have arrived

at the second step in subsection 3.1, i.e. $\{W'_{K'_i}\}_{i=1}^{n_1}$ satisfies the conditions in **Step 2**. Therefore, starting from

the second decomposition in theorem 2.2 we can arrive at the second step also. It is easy to check that two approaches result in same continuous partition of $\{1, \dots, n\}$. In fact, recalling the second decomposition (2.8) and definition 2.12, we know that $E(D_{\Delta_0}, f) = \{W'_i\}_{i=1}^{m_1}$, $W'_i = \bigcup_{j \in J_i} W_j$, where J_i is the continuous subset appearing in decomposition (2.8) ($i = 1, \dots, m_1$). It is obvious that for each J_i there is a K'_j such that $J_i \subset K'_j$.

Remark 3.2. Let $M_i^{(1)} = \max_{j \in K'_i} \{M_j\}$, $m_i^{(1)} = \min_{j \in K'_i} \{m_j\}$, we know that only $\{M_i^{(1)}\}_{i=1}^{n_1}$ and $\{m_i^{(1)}\}_{i=1}^{n_1}$ contribute to the zigzag curve $Z_{\Delta'_1}(t)$. Hence, the one of roles of centruns arising from $Z_{\Delta'_0}(t)$ is to scree the remarkable maximal values $\{M_i^{(1)}\}_{i=1}^{n_1}$ and remarkable minimal values $\{m_i^{(1)}\}_{i=1}^{n_1}$.

Above construction can be done continuously. Choosing Δ_0 as initial subdivision and repeating the previous procedure, we get the following sequence

$$\begin{aligned} \Delta_0 &\rightarrow Z_{\Delta'_0}(t) \rightarrow E(D_{\Delta_0}, f) \rightarrow \Delta_1 \rightarrow Z_{\Delta'_1}(t) \rightarrow \\ &\rightarrow E(\Delta_1, f) \rightarrow \dots \rightarrow \Delta_p \rightarrow Z_{\Delta'_p}(t) \rightarrow E(\Delta_p, f), \end{aligned}$$

where p satisfies $3^p \leq n$. We call Δ_k the subdivision of degree k ($1 \leq k \leq p$). The subdivision Δ_k will reduce many objects, for example, the remarkable maximal (minimal) values, the simple zigzag curve $Z_{\Delta'_k}(t)$, centruns arising from $Z_{\Delta'_k}(t)$ and the entangled structure $E(\Delta_k, f)$, and so on. We call all of those objects the ones of degree k .

REFERENCES

- [1] Di-Ke Bao, Entangled Theory(in Chinese), 2021/06/21, POSTS & TELECOM PRESS Co., LTD.

THEORETICAL AND ECONOMICAL ANALYSIS OF THE NATURAL VACUUM DESALINATION UNIT IN BAHRAIN

Yousif ALEZZI

Mechanical Engineering Department, University of Bahrain, Bahrain
yousif_1985@yahoo.com

Prof. Teoman AYHAN

Mechanical Engineering Department, University of Bahrain, Bahrain
tayhan@eng.uob.bh

ABSTRACT

This paper presents theoretical analysis of the influence of the environmental temperature on the performance of an inverse U-shaped natural vacuum unit for sea water desalination. The mathematical model of the unit consists of two parts, the first one is evaporation column and other one is condensation column. The evaporator column contains saline water and the condensation column contains fresh water. Two columns are connected with a pipe which has the same diameter of these columns. The environmental temperature and motive steam temperature are not independent from each other due to the energy interactions in the evaporation column and in the condensation column. Theoretical analysis was carried out using Bahrain climatic conditions data of a 12 hour per day simulations. The analysis show that: the natural vacuum desalination unit with a cylindrical cross sectional evaporator of radius of 0.125 m can produce up to 0.46 kg of fresh water at daytime for the hot ambient case, while it can produce 0.029 kg at daytime for the cold ambient case. The maximum evaporation rate achieved for a hot day case is 0.053 kg/hr with the aid of a 25 C° water to cool the fresh water chamber, while the maximum evaporation rate for a cold day case is 0.0038 kg/hr using the cold ambient air to cool the fresh water chamber. In both hot and cold day cases, the salinity of the saline water chamber increased from an initial condition of 3.5% to 3.566% and 3.504%, respectively. The cost of 1 liter of fresh water produced changes from 0.113 to 0.076 BD as area of the evaporator increases from 1 m² to 3 m².

Keywords: Environmental, renewable energy, natural vacuum, sea water, desalination

INTRODUCTION

The lack fresh water can be very dangerous and health hazardous, it is found that 88 developing countries which are approximately half of the world population are affected by such scarcity of fresh water, more than 80% of all diseases and 30% of all deaths from poor water quality [1].GCC countries have a great interest in producing fresh water due to their low renewable fresh water amounts, generally those countries have the same economical statues due to the massive oil and gas discovered in the last decades, their economy is highly driven by oil exportation which is 90 % of their revenues [2]. Still, their natural water resources are being depleted and the demand is increasing due to the growth of their population, which led them to acquire 50% of the overall world desalination plants, most of them are driven by natural gas; it's safer, and cost effective, but they produce high amounts of CO₂. One of the countries that suffers from this problem is the kingdom of Bahrain, generally, fresh water comes from the underground which are constantly being depleted, to counter this problem and ease the demand from the aquifers, a small number of desalination plants were constructed; the country now has a capacity of producing 64 Mm³/year from three main desalination plants [3].

Many studies were conducted to enhance the performance of thermal or phase change desalination by generating vacuum inside the desalination unit, resulting in lower evaporation temperatures and less energy to evaporate raw water, hence increasing the productivity and efficiency of phase change desalination. Bemporad [4] has conducted numerical analysis of the hydrodynamic aspects of solar energy distillation, the design consisted of two chambers connected via a pipe, one chamber for the evaporation part and the other for the fresh or distilled water, vacuum is generated inside the system and the saline water is pumped by the difference in pressure between the atmospheric pressure pushing the water 10.33 meters high and the vapor pressure at the hot saline water surface. The main driving force is the difference in vapor pressure between the two chambers; the evaporator was kept at considerably higher temperature than the distilled water chamber. A similar design was studied by Ayhan and Midilli [5] of a natural vacuum distillation system which included balance design and selection of distillation method, natural vacuum formation, balancing and feeding processes are introduced and discussed in details. They also conducted an indoor experimental analysis [6] using waste heat to distillate seawater, the concept of the vacuum evaporation is the same as the previous researches, they studied the feasibility of such system in the Arabian Gulf region, specifically, the kingdom of Bahrain. The design is a simple reversed U-shape containing the evaporator and the condenser on two sides, the system was installed at 10.33 m high to benefit from the natural vacuum produced. Another similar study of natural vacuum distillation was carried out by Veeragnaneswar and Nermalakhandan [9], their design used the solar

intensity directly through the use of a glass sheet covering the evaporator and a cold plate for condensing the vapor, their experiment emphasized mainly on the solar power as the main heat source. Their experiment produced 7.4 kg/m² per day

This paper studies an inversed U-shaped natural vacuum desalination unit, the unit mathematical model is presented and theoretical results of a 12 hour day simulation are obtained, comparison between hot and cold days results are shown. Numerical solutions for the temperature, pressure, and evaporation rate profiles were calculated using a subroutine MATLAB code.

THEORETICAL MODELING

The principle behind the NVD (natural vacuum desalination) system is to create a state of vacuum to allow water to evaporate at relatively low temperature, thus needing low amounts of energy to vaporize it. As the name implies the vacuum is generated naturally without the need for a vacuum pump to generate the required operation conditions. Figure 1 shows a schematic illustration of an inverse U-shaped NVD system. Establishing vacuum condition in the system helps the water to evaporate at lower temperatures, thus less energy is used to drive the desalination process. The idea is to create a pressure difference between the two chambers, otherwise for two water chambers connected in vacuum state at the same temperature, there won't be enough pressure difference to drive the process, in fact the vapor will transfer from the fresh water chamber to the saline water chamber, this is because fresh water saturation pressure is slightly higher than saline water saturation pressure at a given temperature [7].

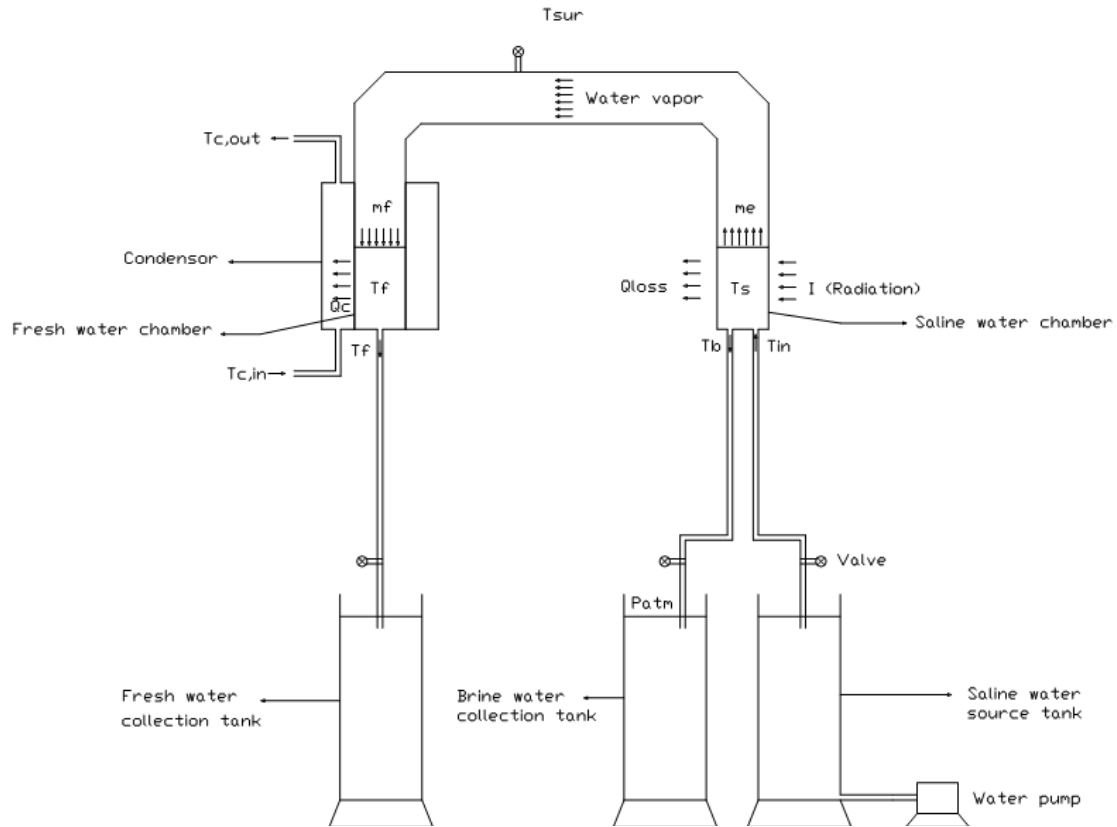


Figure 1 NVD system

The evaporation of water in a vacuum space has been studied by Bemporad [4], his study used a correlation for the mass transfer that depends on the difference between the vapor partial pressure between two chambers connected via a pipe in vacuum condition (which is the scope of this study), since the only substance inside the chambers are pure and saline water, the resultant pressure should be the saturation pressure. Equation 1 shows the correlation of mass transfer used in this study:

$$v_e = \frac{\alpha_m A_s}{\rho_f} \left[f_c \frac{P_s}{\sqrt{T_s + 273.15}} - \frac{P_f}{\sqrt{T_f + 273.15}} \right] \quad (1)$$

Where

v_e : Evaporation rate from the saline water chamber (m³ / s)

α_m : Experimental coefficient [8] which varies between 10⁻⁷ to 10⁻⁶ (Kg. K^{0.5} / m². Pa. s).

A_s : Surface area of the evaporation chamber (m²).

ρ_f : Pure water density (Kg/m³).

P_s and P_f : Saline and fresh water saturation vapor pressure, respectively (Pa). This vapor pressure is a function of the water temperature:

$$P(T) = e^{(63.042 - \frac{7139.6}{T+273.15} - 6.2558 \ln(T+273.15))} * 100 \quad (2)$$

T_s and T_f : Saline and fresh water temperatures, respectively (Celsius).

f_c : Solute concentration factor (%). This factor accounts for the salinity increase in the saline water chamber which can be defined as:

$$f_c = 1 - \alpha_c C \quad (3)$$

Where $\alpha_c = 0.0054$ is an empirical coefficient factor (dimensionless).

Figure 2 shows the control volume for the saline water, the energy conservation for this chamber can be modeled as:

$$M_s C_{p,s} \frac{dT_s}{dt} = m_{in} h_{in} + Q_{in} - m_b h_b - Q_e \quad (4)$$

Where

M_s : The saline water mass inside the saline water chamber (Kg).

$C_{p,s}$: Specific heat capacity of saline water (J/Kg. C°).

In this case Q_e (Watts) would be the evaporation losses due to the evaporation occurring in the system, which is:

$$Q_e = \rho_f v_e h_{fg} \quad (5)$$

Where $h_{fg} = (3146 - 2.36 T) * 1000$, which is the latent heat of evaporation (J/Kg).

Q_{in} is the heat supplied to the system to drive the evaporation process, in this case the heat comes from the saline water chamber steel wall:

$$Q_{in} = h_{saline} A_{eva} (T_{steel,s} - T_s) \quad (6)$$

Where

h_{saline} : The saline water convection coefficient (Watt/m². C°)

$T_{steel,s}$: Saline water chamber wall temperature (C°).

A_{eva} : Cylindrical area of the saline water chamber (m²).

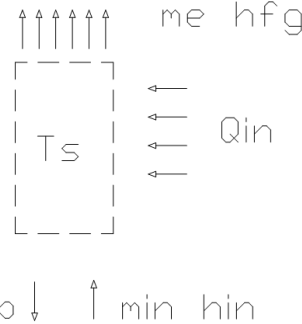


Figure 2 Saline water chamber control volume

Conservation of mass can be modeled as conservation of depth; this approach can be used since the area of the evaporation surface inside the saline water chamber does not change and the saline water density variation with temperature and solute concentration is taken into consideration. The depth conservation equation is:

$$\rho_s A_s \frac{dD}{dt} = m_{in} - m_b - \rho_f v_e \quad (10)$$

Where

ρ_s : Saline water density (Kg/m³).

D : Depth of saline water in the saline water chamber (m).

Another important variable is the solute concentration, this variable can be seen in equation (2), as the evaporation process is going on, the solute concentration will increase if the salty water is not removed via the brine water line, thus affecting the evaporation rate, hence comes the importance to include the effect of this variable. The solute balance can be modeled as:

$$M_s \frac{dC}{dt} = m_{in} C_o - m_b C \quad (11)$$

Where

C : Solute concentration variable (%).

C_o : feed water solute concentration, which is constant (%).

Figure 3 shows mass and solute balance control volume.

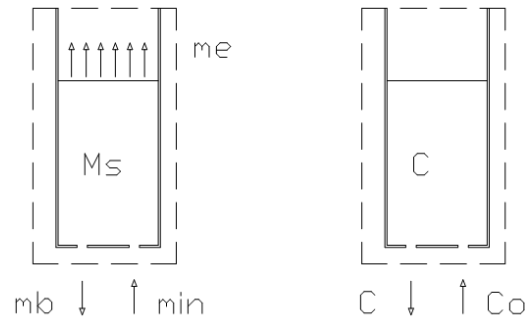


Figure 3 (left) mass balance, (right) solute balance

RESULTS AND DISCUSSION

Results of two cases are shown, the first case is a simulation of a hot day, and the second case shows the results of a cold day simulation. A typical hot day in Bahrain can be found in July, both ambient temperature and solar intensity are at their maximum. The maximum solar intensity at a certain day (26th July 2008) is 808.8 Watt/m² and the maximum ambient temperature appearing reaches 44.9 C°.

A MATLAB code was developed to solve the model variables using a fourth order runge kutta function, the time step used was 60 seconds, the initial conditions were 30 C° for both saline water and the saline water chamber wall, 25 C° for both fresh water and fresh water chamber wall, 3.5% solute concentration, and 0.5 m of saline water depth. Figure 4 shows the temperatures profile for the system, as expected, the saline water temperature started rising due to the solar intensity and hot ambient air hitting the saline water chamber, the maximum temperature was 43.91 C°, and the saline water chamber wall was 44.28 C°, then at the 8th or 9th hour the temperature started dropping reaching at the end of the day 42.29 C°. the fresh water temperature remained almost constant at 25 C°, this is due to using a water cooling flow around the fresh water chamber, the temperature of the coolant was 25 C°, notice the this temperature was the same for the fresh water chamber wall.

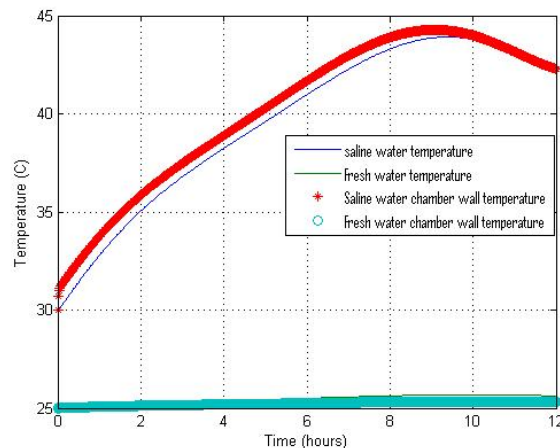


Figure 4 Temperature profiles

Figure 4 showed the saturation temperatures of both the saline and fresh water, from those the pressure profile of the system can be calculated, figure 5 shows the pressure profile of the system.

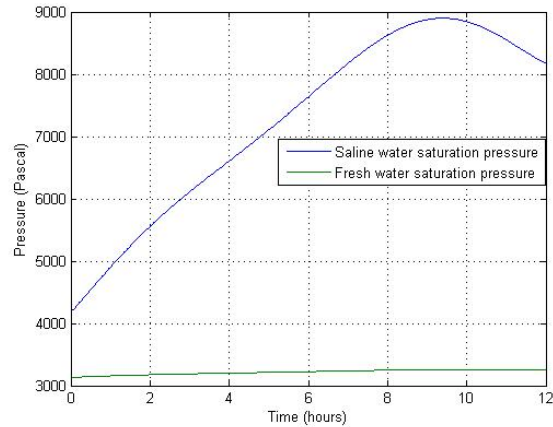


Figure 5 Pressure profiles

The saline and fresh water pressure profiles follow the same trend as the temperature profiles, the maximum pressure attained at the saline water surface is 8899 Pa, this pressure was reached after 9 hours, after that the pressure started decreasing, as for the fresh water side, the saturation pressure was almost constant at 3234 Pa, this pressure difference is the driving force that moves the vapor from the saline water chamber to the fresh water chamber, it is assumed that all vapor produced from the saline water chamber is condensed and stored in the fresh water chamber.

Figure 6 shows the evaporation rate through the day. The maximum evaporation rate achieved was 0.053 Kg/hour then it decreases to 0.046 Kg/hour at the end of daytime. The fresh water collected at the end of the day was 0.46 Kg for an evaporator surface area of 0.05 m². It is expected that the output can increase with increasing the evaporator surface area, for a 1 m² of evaporator surface area, the production for a 24 hours run time can reach up to 6.7 kg.

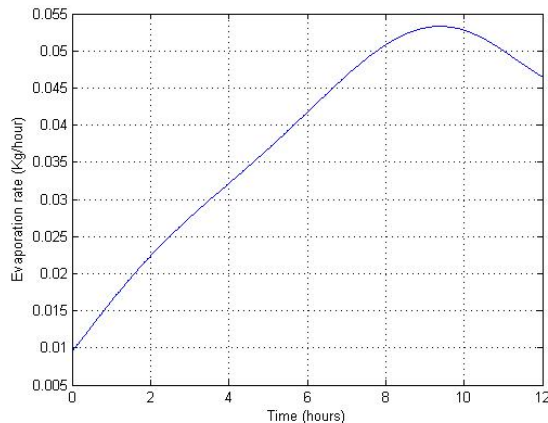


Figure 6 Evaporation rate

As the evaporation is carried on, the saline water takes salty water from the feeding intake, thus increasing the salt concentration by time in the saline water chamber. The concentration increases from an initial condition of 3.5 % of salt to 3.566 % during daytime, this increase is small due to the fact that the amount of saline water stored is considerably high, but as the system runs for a long period of time the salt percentage begins to increase which will affect the evaporation rate.

For a cold day it is expected that the cold weather can act as a natural cooling environment, but the heat gain would be at its minimum. A cold day can be found in January (10th January 2008), the maximum value of solar intensity is 560 Watt/m², this value is less than the maximum value showed in the previous case (808 Watt/m²), usually the maximum solar intensity in winter varies between 400-500 Watt/m². The minimum ambient temperature at the beginning of the day is 10.6 C° reaching a maximum value of 17.2 C° in midday, these values are very low compared to the ambient temperatures studied in the previous hot day case.

The temperature profiles for the system are solved numerically and the remaining variables are calculated, a 10 C° initial condition was set for the temperature value of the saline and fresh water, the same value was used for the saline and fresh water chamber wall temperature. Figure 7 shows the

temperature profiles for the system, the temperature for the saline water and its chamber wall starts increasing reaching a maximum of $16.45\text{ }^{\circ}\text{C}$ near the end of the day, notice that the wall temperature is slightly higher than the water temperature its self, this indicates that the heat is transferring from the wall to the water. The fresh water and its wall temperatures increase reaching its maximum of $12.94\text{ }^{\circ}\text{C}$ and $13.24\text{ }^{\circ}\text{C}$, respectively. The temperature of the fresh water chamber wall is relatively higher than the fresh water temperature its self, indicating an amount of heat gain from the surroundings. Also, the fresh water chamber is not subjected to solar intensity to keep the temperature of the water at its minimum, otherwise the fresh water temperature will increase and the temperature difference that's required to drive the system is diminished, this can be achieved by keeping the fresh water chamber under shades.

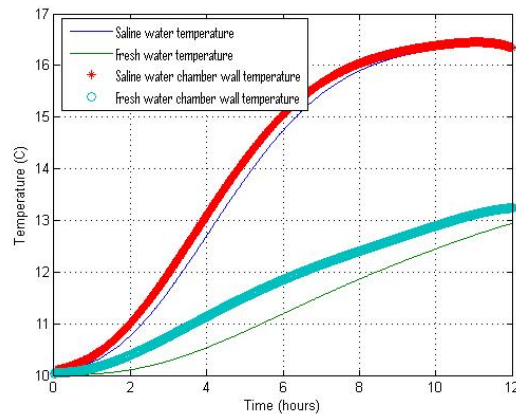


Figure 7 Temperature profiles

The pressure profiles are shown in figure 8, the saline water pressure reaches its maximum value of 1847 Pa at the end of the day, this value is considerably low compared to the hot day case (8899 Pa), while the fresh water pressure increases reaching a maximum value of 1475 Pa at the end of the day.

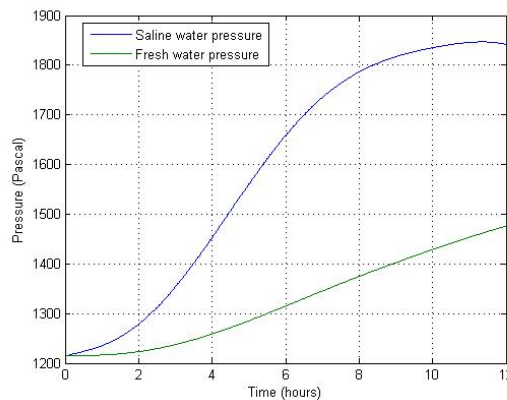


Figure 8 Pressure profiles

Figure 9 shows the evaporation rate during daytime. The maximum evaporation rate that is achieved is 0.0038 Kg/hr after approximately 8 hours; this value is very low compared to the maximum rate achieved during a hot day time which was 0.053 Kg/hr . The evaporation rate during the first hour is less than zero, this is because the temperature of the saline and fresh water chambers are the same at the beginning, and partial vapor pressure of pure water is relatively higher than saline water if both are at the same temperature. The fresh water amount collected is 0.029 Kg , which is considerably low relative to the amount produced during a hot day which was 0.46 Kg .

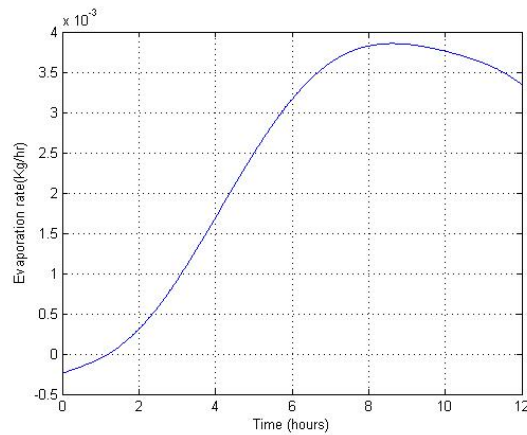


Figure 9 Evaporation rate during cold day

At the end of the day the salt concentration reached 3.504 % compared to 3.566 % for hot day time, the prior value indicate a slight change of 0.04 % for 12 hours run, which is almost unnoticeable, this is due to the low desalination rate in a cold day. The saline water chamber contains 25 Kg of water, losing 0.029 Kg at the end of the day in evaporation hardly causes the amount of salt to increase during the 12 hours. The result found in this study is compared to available literature in this field, it is presented in figure 10, in this system the temperature of evaporation tank is lower than the temperature achieved in Veeragnaneswar's paper, this is due to the nature of the evaporator in this study, here the evaporator works directly under the solar radiation, the evaporator acts as a thermal energy storage as evaporation occurs, although the temperature of evaporation tank is low, it stores the solar energy for night time running, thus producing more at night time.

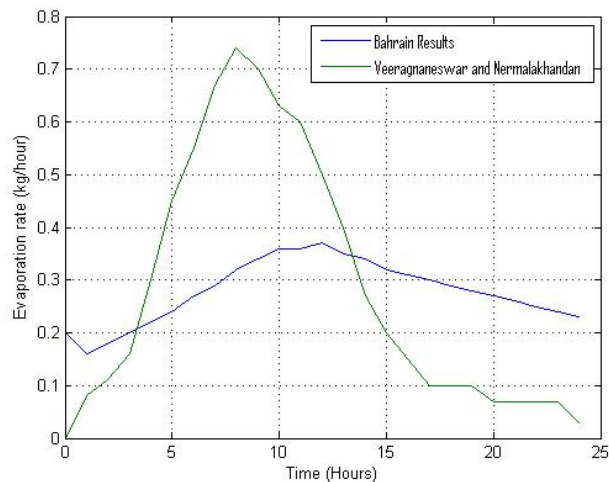


Figure 10 Evaporation rate comparison

CONCLUSION

The natural vacuum desalination unit with a cylindrical cross sectional evaporator of radius of 0.125 m can produce up to 0.46 kg of fresh water at daytime for the hot ambient case, while it can produce 0.029 kg at daytime for the cold ambient case. The maximum evaporation rate achieved for a hot day case is 0.053 kg/hr with the aid of a 25 C° water to cool the fresh water chamber, while the maximum evaporation rate for a cold day case is 0.0038 kg/hr using the cold ambient air to cool the fresh water chamber. In both hot and cold day cases, the salinity of the saline water chamber increased from an initial condition of 3.5% to 3.566% and 3.504%, respectively.

REFERENCES

- [1] G.F. Leitner, Int. Desalination and Water Reuse Quart. 7 (1998) 10.
- [2] AL-RASHED, 2000. Water Resources in the GCC Countries: An Overview.
- [3] Khater et al. Water Situation in Bahrain–Internal Report, 1999.

- [4] Bemporad, G.A. (1995) 'Basic hydrodynamic aspects of a solar energy based desalination process', *Solar energy*; Vol. 54, pp. 125-134.
- [5] Midilli, A. and Ayhan, T. (2004) 'Natural vacuum distillation technique- Part II: ', *International journey of energy research*; Vol. 28, pp. 373-389.
- [6] Midilli, A. and Ayhan, T. (2004) 'Natural vacuum distillation technique- Part I: Theory and basics', *International journey of energy research*; Vol. 28, pp. 355-371.
- [7] Mostafa H. Sharqawy, John H. Lienhard V and Syed M. Zubair, *Thermophysical Properties of Seawater: A Review of Existing Correlations and Data, Desalination and Water Treatment*, 2010 .
- [8] Fujikawa, S., and Akamatsu, T., "Effect of non-equilibrium condensation of vapor on the pressure wave produced of the collapse of a bubble in a liquid", *Journal of fluid mechanics*, 97, 3, 481-512, 1980.
- [9] G. Veeragnaneswar, N. Nermalakhandan (2007) 'Desalination Using Low Grade Thermal Energy', *3rd International Conference On Thermal Engineering Applications And Theory*.

THERAPEUTIC EFFECTS OF TANNIC ACID ON MELANOMA

Asuman DEVECI OZKAN

Sakarya University, Department of Medical Biology, Sakarya-TURKEY
deveci@sakarya.edu.tr

Gamze GUNEY ESKILER

Sakarya University, Department of Medical Biology, Sakarya-TURKEY
gamzeguney@sakarya.edu.tr

ABSTRACT

Tannic Acid (TA) is a polyphenol found in plants and exhibits anticancer properties including through the inhibition of cell proliferation, angiogenesis, metastasis and as well as the induction of apoptosis against a wide variety of cancers. Melanoma is an aggressive cancer type with a high metastatic potential and the success of standard chemotherapy options has limited due to drug resistance. The present study was aimed to evaluate the cytotoxic and apoptotic effects of TA on A2058 human metastatic melanoma cells through WST-1, Annexin V and acridine orange staining following treatment with different concentrations of TA. Our results indicated that 0.5 and 1 μ M TA treatment significantly inhibited the cell viability ($65.5\pm 3.7\%$ and $60.7\pm 3.5\%$, respectively) and caused apoptotic cell death ($38.5\pm 1.5\%$ and $41.4\pm 2.8\%$, respectively) in A2058 cells for 24h. Additionally, TA induced the formation of nuclear and apoptotic blebbing. These results suggest that TA exerts a significant cytotoxic and apoptotic effects on A2058 cells and could be used as a new therapeutic agent against melanoma. However, further studies are required to assess the underlying molecular mechanism of TA induced apoptosis.

Keywords: Tannic Acid, Melanoma, Apoptotic Death

INTRODUCTION

Melanoma is a malignant tumor of melanocytes, and its incidence is increasing every year in many countries. The treatment of melanoma is complicated due to developing resistance to the used chemotherapeutics (Bajetta et al, 2002, Li et al, 2002, Trotter et al, 2013). Therefore, recent studies focus on the therapeutic role of natural products in the cancer treatment (Engel et al, 2002, Corson et al, 2007, Youns et al, 2010, Yuan et al, 2016).

Tannic acid (TA) is a compound of gallic acid molecules esterified to several functional hydroxyl groups, belonging to a class of polyphenolic compounds called tannins, found especially in fruits, red wine, coffee, nuts. Additionally, TA exhibits anticancer properties including the inhibition of cell proliferation, angiogenesis, metastasis and as well as the induction of apoptosis against a wide variety of cancers (Nam et al, 2001, Booth et al, 2013, Nagesh et al, 2018). Studies have shown that TA induces ER stress and promotes apoptosis, synergistically increases the anticancer activity of cisplatin in liver cancer cells through mitochondria-mediated apoptosis, and promotes the formation of reactive oxygen species by inhibiting lipid metabolism in prostate cancer cells (Nagesh et al, 2018, Geng et al, 2019, Nagesh et al, 2020). However, there is no study in the literature investigating the anti-cancer effect of TA on melanoma cells.

Therefore, in this study, we, for the first time, explored the therapeutic effects of TA on A2058 melanoma cells, *in vitro*.

MATERIALS AND METHODS

Cell Culture

In this study, A2058 cells were used as a human melanoma cell. The cells were obtained from American Type Culture Collection (ATCC) and were grown in Roswell Park Memorial Institute (RPMI) 1640 medium supplemented with streptomycin (100 μ g/mL), penicillin (100 units/mL), and 10% fetal bovine serum (FBS). A2058 cells were cultured in humidified incubator with 5% CO₂ at 37 °C.

Cell Viability Assay

We determined the cytotoxic effects of TA on A2058 cells by WST-1 analysis. The cells were incubated in the 96-well plates and treated with different concentrations of TA (0.1, 0.25, 0.5 and 1 μ M) for 12 and 24 h. Following treatment, 10 μ L of WST-1 was added and incubated for 45 min in the dark. The absorbance values were obtained at 450 nm by the microplate reader (Allsheng).

Annexin V Assay

To determine the apoptotic effects of TA on A2058 cells, we conducted Annexin V analysis. The cells were incubated in the 6-well plates and treated with 0.5 and 1 μ M TA for 24 h according to the WST-1 analysis results. Following treatment, the cells were trypsinized and centrifuged after re-suspended with PBS. The cell pellet was stained with the Muse Annexin V reagent for 30 min in the dark. The stained cells were analyzed using a Muse

Cell Analyzer (Millipore).

Acridine Orange (AO) Staining

To evaluate the morphological changes in A2058 cells after TA treatment, we conducted the AO/PI staining. For this purpose, the cells were incubated in the 6-well plates and treated with 0.5 and 1 μM TA for 24 h according to the WST-1 analysis results. Following treatment, the cells fixed with 4% paraformaldehyde at room temperature. After fixation, the cells were stained with AO dye for 30 min in the dark, and the stained cells were washed with PBS and observed by EVOS Imaging Station.

Statistical Analysis

All statistical analyses were assessed with GraphPad Prism 6.0. For multiple comparisons of viability and apoptotic cell death, One-way ANOVA analysis (Post Tukey's test) was used. $p < 0.05$ level was considered statistically significant in all analysis.

RESULTS AND DISCUSSION

In our study, we evaluated the potential therapeutic effect of TA on metastatic melanoma cells for the first time. Our findings showed that A2058 cells were sensitive to TA treatment in dose and time-dependently. Additionally, TA induced apoptotic cell death and changed cell morphology. In the literature, TA inhibits the growth of different types of cancer cells through apoptosis (Geng et al., 2019, Sp et al., 2020, Nagesh et al., 2020). Firstly, we evaluated the cytotoxic effects of TA on the proliferation of A2058 by WST-1 analysis. Our results demonstrated that TA inhibited the cell viability of A2058 in a time and dose dependent manner (Figure 1). After 12 h incubation with 0.1, 0.25, 0.5, and 1 μM TA, the growth of A2058 cells significantly reduced to $85.83 \pm 1.65\%$, $71.27 \pm 2.13\%$, $69.88 \pm 2.31\%$, and $61.91 \pm 1.37\%$, respectively ($p < 0.01$). Additionally, the viability of A2058 cells significantly reduced to $73.12 \pm 1.58\%$, $64.09 \pm 1.92\%$, $61.86 \pm 1.52\%$, and $58.66 \pm 1.19\%$, respectively, for 24 h ($p < 0.01$). Therefore, 0.5 and 1 μM TA for 24 h were selected as suitable doses and exposure time for further analysis.

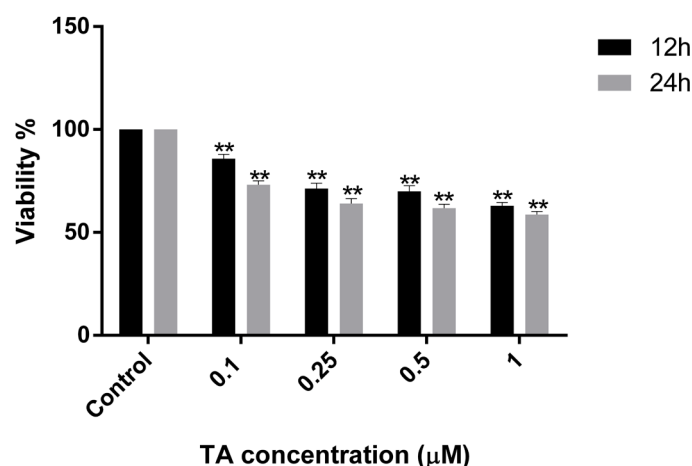


Figure 1. The cytotoxic effects of TA were determined by WST-1 analysis. A2058 cells were treated with different concentrations of TA (0.1, 0.25, 0.5 and 1 μM) (** $p < 0.001$).

Recent studies have revealed that TA promotes apoptotic cell death in certain types of cancer cell lines and our findings in A2058 melanoma cells were consistent with these studies (Darvin et al, 2015, Karakurt and Adali, 2016, Darvin et al., 2017, Zielińska-Przyjemska et al., 2017, Zhang et al., 2018, Sp et al., 2020). The results obtained in the present study indicated that TA significantly induced apoptotic cell death in A2058 cells for 24 h (Figure 2, $p < 0.001$). Following the treatment of 0.5 and 1 μM TA, a significant increase ($1.35 \pm 0.09\%$ to $35.34 \pm 0.49\%$ and $44.31 \pm 0.09\%$, respectively) was found in total apoptotic cells of A2058 cells ($p < 0.001$). Therefore, TA induced apoptotic cell death, especially early apoptotic cells, in melanoma cells.

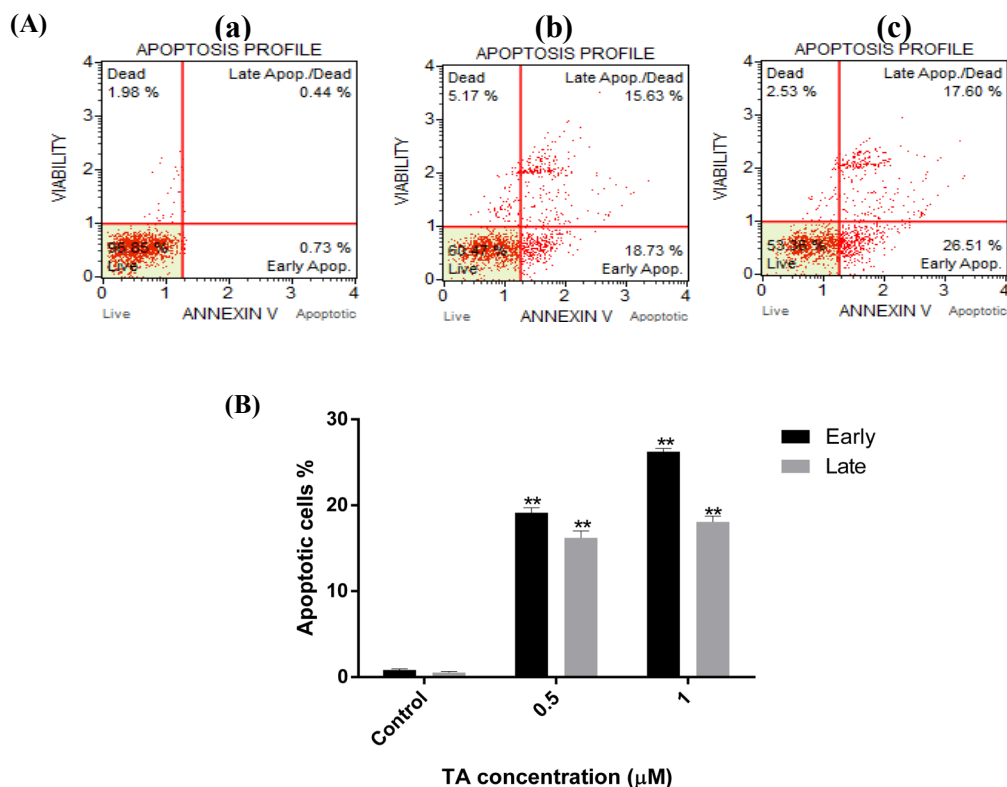


Figure 2. The apoptotic effects of TA were determined by Annexin V analysis. (A) A2058 cells were treated with (a) control, (b) 0.5 μM TA and (c) 1 μM TA for 24 h. (B) Statistical comparisons of the percentage of TA induced early and late apoptotic cell death in A2058 cells. (** $p < 0.001$).

TA has been defined a hydrolysable tannin that acts hydrophobic properties (Heijmen et al., 1997, Natarajan et al., 2013). Additionally, some studies have reported that TA incorporated collagen gels may inhibit the proliferation of melanoma cells and matrix stiffness has a key role in tumor proliferation and progression (Bridgeman et al., 2018). In this context, TA may have an important effect on melanoma cell morphology and proliferation due to its hydrophobic properties. To determine the effect of TA on cell morphology in melanoma cells, AO staining was performed (Figure 3). Our results demonstrated that TA treatment induced particularly nuclear blebbing and fragmentation in A2058 cells compared to non-treated control cells. Thus, TA caused apoptotic cell death in melanoma cells and higher concentration of TA was more effective in these cells.

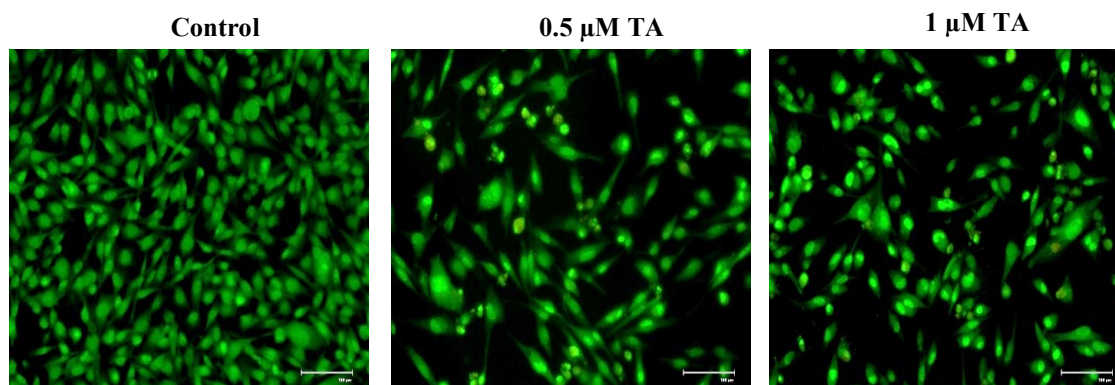


Figure 3. The effect of TA on the cell morphology of A2058 cells by AO staining

CONCLUSION

In conclusion, our results demonstrated that TA exerted a potential anticancer activity against melanoma cells through the inhibition of cell proliferation and the induction of apoptosis. Therefore, TA could be used as a new therapeutic agent against melanoma. However, further investigations should be performed to evaluate the

molecular mechanism of apoptotic cell death induced by TA in melanoma cells *in vitro* and *in vivo*.

REFERENCES

- Bajetta, E., Del Vecchio, M., Bernard-Marty, C., Vitali, M., Buzzoni, R., Rixe, O., Nova, P., Aglione, S., Taillibert, S., & Khayat, D. (2002). Metastatic melanoma: chemotherapy. *Seminars in oncology*, 29(5), 427–445.
- Booth, B. W., Inskip, B. D., Shah, H., Park, J. P., Hay, E. J., & Burg, K. J. (2013). Tannic Acid preferentially targets estrogen receptor-positive breast cancer. *International journal of breast cancer*, 2013, 369609.
- Bridgeman, C. J., Nguyen, T.-U., & Kishore, V. (2018). Anticancer efficacy of tannic acid is dependent on the stiffness of the underlying matrix. *Journal of Biomaterials Science, Polymer Edition*, 29(4), 412–427.
- Corson, T. W., & Crews, C. M. (2007). Molecular understanding and modern application of traditional medicines: triumphs and trials. *Cell*, 130(5), 769–774.
- Darvin, P., Baeg, S. J., Joung, Y. H., Sp, N., Kang, D. Y., Byun, H. J., Park, J. U., & Yang, Y. M. (2015). Tannic acid inhibits the Jak2/STAT3 pathway and induces G1/S arrest and mitochondrial apoptosis in YD-38 gingival cancer cells. *International journal of oncology*, 47(3), 1111–1120.
- Darvin, P., Joung, Y. H., Kang, D. Y., Sp, N., Byun, H. J., Hwang, T. S., Sasidharakurup, H., Lee, C. H., Cho, K. H., Park, K. D., Lee, H. K., & Yang, Y. M. (2017). Tannic acid inhibits EGFR/STAT1/3 and enhances p38/STAT1 signalling axis in breast cancer cells. *Journal of cellular and molecular medicine*, 21(4), 720–734.
- Engel, L. W., & Straus, S. E. (2002). Development of therapeutics: opportunities within complementary and alternative medicine. *Nature reviews. Drug discovery*, 1(3), 229–237.
- Geng, N., Zheng, X., Wu, M., Yang, L., Li, X., & Chen, J. (2019). Tannic acid synergistically enhances the anticancer efficacy of cisplatin on liver cancer cells through mitochondria-mediated apoptosis. *Oncology reports*, 42(5), 2108–2116.
- Heijmen, F. H., du Pont, J. S., Middelkoop, E., Kreis, R. W., & Hoekstra, M. J. (1997). Cross-linking of dermal sheep collagen with tannic acid. *Biomaterials*, 18(10), 749–754.
- Karakurt, S., & Adali, O. (2016). Tannic Acid Inhibits Proliferation, Migration, Invasion of Prostate Cancer and Modulates Drug Metabolizing and Antioxidant Enzymes. *Anti-cancer agents in medicinal chemistry*, 16(6), 781–789.
- Green, R. J., & Schuchter, L. M. (1998). Systemic treatment of metastatic melanoma with chemotherapy. *Hematology/oncology clinics of North America*, 12(4), 863–viii.
- Nagesh, P., Hatami, E., Chowdhury, P., Kashyap, V. K., Khan, S., Hafeez, B. B., Chauhan, S. C., Jaggi, M., & Yallapu, M. M. (2018). Tannic Acid Induces Endoplasmic Reticulum Stress-Mediated Apoptosis in Prostate Cancer. *Cancers*, 10(3), 68.
- Nagesh, P., Chowdhury, P., Hatami, E., Jain, S., Dan, N., Kashyap, V. K., Chauhan, S. C., Jaggi, M., & Yallapu, M. M. (2020). Tannic acid inhibits lipid metabolism and induce ROS in prostate cancer cells. *Scientific reports*, 10(1), 980.
- Nam, S., Smith, D. M., & Dou, Q. P. (2001). Tannic acid potently inhibits tumor cell proteasome activity, increases p27 and Bax expression, and induces G1 arrest and apoptosis. *Cancer epidemiology, biomarkers & prevention : a publication of the American Association for Cancer Research, cosponsored by the American Society of Preventive Oncology*, 10(10), 1083–1088.
- Natarajan, V., Krithica, N., Madhan, B., & Sehgal, P. K. (2013). Preparation and properties of tannic acid cross-linked collagen scaffold and its application in wound healing. *Journal of biomedical materials research. Part B, Applied biomaterials*, 101(4), 560–567.
- Sp, N., Kang, D. Y., Kim, D. H., Yoo, J. S., Jo, E. S., Rugamba, A., Jang, K. J., & Yang, Y. M. (2020). Tannic Acid Inhibits Non-small Cell Lung Cancer (NSCLC) Stemness by Inducing G0/G1 Cell Cycle Arrest and Intrinsic Apoptosis. *Anticancer research*, 40(6), 3209–3220.
- Trotter, S. C., Sroa, N., Winkelmann, R. R., Olencki, T., & Bechtel, M. (2013). A Global Review of Melanoma Follow-up Guidelines. *The Journal of clinical and aesthetic dermatology*, 6(9), 18–26.
- Youns, M., Hoheisel, J. D., & Efferth, T. (2010). Traditional Chinese medicines (TCMs) for molecular targeted therapies of tumours. *Current drug discovery technologies*, 7(1), 37–45.
- Yuan, H., Ma, Q., Ye, L., & Piao, G. (2016). The Traditional Medicine and Modern Medicine from Natural Products. *Molecules (Basel, Switzerland)*, 21(5), 559.
- Zhang, J., Chen, D., Han, D. M., Cheng, Y. H., Dai, C., Wu, X. J., Che, F. Y., & Heng, X. Y. (2018). Tannic acid mediated induction of apoptosis in human glioma Hs 683 cells. *Oncology letters*, 15(5), 6845–6850.
- Zielińska-Przyjemská, M., Kaczmarek, M., Krajka-Kuźniak, V., Łuczak, M., & Baer-Dubowska, W. (2017). The effect of resveratrol, its naturally occurring derivatives and tannic acid on the induction of cell cycle arrest and apoptosis in rat C6 and human T98G glioma cell lines. *Toxicology in vitro : an international journal published in association with BIBRA*, 43, 69–75.

TÜKETİCİNİN SATIN ALMA DAVRANIŞINDA ALGI YÖNETİMİNİN ROLÜ: YOUTUBE FENOMENİ MERVE ÖZKAYNAK'IN TÜKETİCİ DAVRANIŞLARINA ETKİSİ

Prof. Dr. Aytekin İŞMAN
isman@sakarya.edu.tr

Merve KARLIDAĞ
merve.karlidag1@ogr.sakarya.edu.tr

ÖZET

Sosyal medyaya katılım toplum içinde giderek yaygınlaşmaktadır. Sosyal medyanın popülerliğinin artması markalarında dikkatini çekmektedir. Markalar ürünlerini sosyal medya fenomenleri aracılığıyla tanıtmaktadır. İçerik üreticiler, kendilerini takip eden insanlar tarafından idol olarak algılanmaktadır. Sosyal medya ürünlerin pazarlama anlayışını değiştirmektedir. Bu bağlamda sosyal medyadaki bir ürün hakkında yapılan yorumlar, ürünün satın alınmasını etkilemektedir. Araştırmada sosyal medyanın satın almadaki etkisi incelenmektedir. Bireyleri tüketim yapmaya iten içeriklerin incelenmesi, sosyal medyanın tüketici üzerindeki algı yönetimine etkisini anlamamız için önemlidir.

Araştırmada nitel araştırma tekniklerinden odak grup görüşmesi kullanılmıştır. Odak grup görüşmeleri, son zamanlarda eylem çalışmalarında sürekli kullanılan nitel veri toplama tekniğidir. Araştırmaya genellikle aynı demografik özelliklerdeki bireyler katılımcı olarak seçilmiştir. Görüşme beş katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılan bireyler Merve Özkaynak'ın Youtube kanalından seçilmiştir. Görüşmede dört genel, üç inceleme sorusu sorulmaktadır. Araştırma bir saat sürmektedir. Veriler, not alma ile kayıt altına alınmıştır.

Çalışma ile tüketicinin satın alma davranışında sosyal medyanın etkisi ve tüketicilerin satın alma davranışı üzerinde yaratılan reklam algısının belirlenmesi amaçlanmaktadır. Araştırma ile konu hakkında görüşülen grubun bakış açlarına, hayatlarına, belirli alandaki görüşlerine, deneyimlerine, ilgi alanlarına, eğilimlerine, fikirlerine, duygularına, tutumlarına ve alışkanlıklarına dair ayrıntılı, detaylı veriler elde etmektedir. Araştırmada katılımcıların çokluğundan ziyade, bireysel algısına ve davranışlarına etki eden kararların niteliksel olarak ifadesi ve yorumlanması önemli niteliktedir. Özellikle markaların yeni pazarlama alanı olarak sosyal medyayı kullanmasının tüketici üzerindeki etkisini araştırmak önem arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Youtube, Fenomen, Algı, Algı Yönetimi, Tüketici Davranışları.

GİRİŞ

Sosyal ağların kullanılmasının yaygınlaşması ile üye sayısı da giderek artmaktadır. Sosyal medya araçları ile bireyler zaman ve mekân kısıtlaması olmadan hesaplarına erişim sağlayabilmektedir (Aslan ve Ünlü, 2016). Bu nedenle reklamcılar ve markalar için sosyal medya önemli bir araç haline gelmiştir (Aslan ve Ünlü, 2016).

İnsanlar, sosyal ağlarda kendilerini görsel boyutta ifade etmek için ikonlaşma yoluna başvururken, nesnelere ile de yaşam alanlarını yansıtmayı amaçlamaktadırlar (Bırol ve Bakır, 2019). Sosyal medya kanallarından biri olan Youtube ile insanlar görsel ve işitsel içerik üretebilmektedir ve üretilen içeriğe yansıyan beğeniler, insanın haz duygusunu geliştirerek daha aktif olmasını sağlamaktadır (Mueller, 2014, Akt. Mutlu ve Pazarcı, 2017). Sosyal ağların insanlara sunduğu olanaklar sayesinde, medya araçları yaşamların vazgeçilmezi haline gelmiştir (Erkan vd., 2019).

YouTube yüz milyonlarca izleyici tarafından izlenen ve izlenen bu videoların kullanıcılar tarafından da oluşturulmasına olanak sağlayan bir video paylaşım sitesidir (Freeman ve Chapman, 2007). Youtube ile kullanıcılar günlük yaşantılarını, deneyimledikleri ürünleri, aktivitelerini ve gezdikleri mekanları videolar ile bireylere aktarmaktadır. İçerikleri beğenilen Youtuber'lar ile takipçileri arasında etkileşim gerçekleşmektedir (Lee ve Watkins, 2016, Akt. Erkan, 2020). İçerik üretme ve ürün pazarlama söz konusu olduğunda en önemli sosyal ağ, Youtube uygulamasıdır (Erkan, 2020). Youtuber'lar ve takipçileri arasındaki etkili iletişim sayesinde bireyler onların tavsiye ve deneyimlerine güvenmektedir (Eru vd., 2018). Özellikle kozmetik sektöründeki markalar, Youtube fenomenlerini kullanarak ürünlerini pazarlamaktadır (Nardalı ve Balkan, 2019). Markalar, hem dijital reklamlar ve kampanyaları tüketiciye daha hızlı bir biçimde ulaştırmak için hem de tüketicinin şikayetlerini yakından takip etmek amacıyla Youtuber'lar ile çalışmaktadır (Solis, 2010). Tüketicinin duygu ve düşüncelerini paylaştığı içerikler ürünün istenilen şekilde pazarlanması adına önemlidir.

Sosyal Medya

İnternet çağının ilk başlarında kullanıcılar pasif konumdayken, web 2.0 teknolojisinin hızla yayılması ve güçlenmesi, sosyal medya kavramını ortaya çıkarmıştır (Aziz, 2014). Sosyal medyada, kullanıcılar istedikleri an, istedikleri saatte, durmaksızın iletişim kurabilmektedir (Ellison vd., 2007, Akt. Aslan, 2020). Hatta bağımlılık seviyesine gelen sosyal medya kullanımı, bildirim özelliğiyle gençleri kullanıma zorlamaktadır (Taş, 2017).

Kullanıcılar üye oldukları sosyal ağlarda hesap açıp, kendi kontrollerinde bilgilerini paylaşmaktadır. Sosyal medya platformunda, sıradan bireyler kendi televizyonuna, gazetesine, kendi mağazasına sahip olmuştur. Dijital dünya tam manasıyla ayrı bir dünya halini almıştır (Arklan ve Akdağ, 2016, s.16-34). Sosyal medya uygulamaları kullanıcıların serbestçe içerik üretebildiği ve hiçbir masraf yapmadan içerik paylaşabildiği bir mecraadır. Online iletişim kurabilme özelliği vardır. Sosyal medya bireylerin başka kişilerle sohbet edilmesine, bilgiye erişip gündemin takip edilmesine olanak tanıyan yapısıyla en güçlü iletişim platformudur (Solmaz vd., 2013, Akt. Arklan ve Akdağ, 2016). Sosyal medya uygulamaları bütün bireylerin kullanabileceği kadar kolay, masrafsız, bireylerin bilgilerini istedikleri şekilde düzenleyebildiği ve başka kullanıcılar ile iletişim kurabilmesi internet ortamını daha avantajlı hale getirmiştir (Çınar, 2012, Akt. Kaplan, 2019). Markalar oluşan sanal kitlenin etkisinden fayda sağlamak için sosyal medya fenomenlerini kullanmaktadır.

Youtube

YouTube 2005 yılında üç PayPal çalışanı tarafından kurulmuş ve 2006 yılında Google tarafından satın alınmıştır (Demircan, 2020). Youtube dünyadaki en büyük video paylaşım sitesidir (Doğan, 2015). “Youtube atılan ilk video sitenin ortak kurucularından Jawed Karim’in Hayvanat Bahçesi’nde çekip paylaştığı 'Me at The Zoo' isimli videosudur” (Kaynak, 2020). Her bireye hitap edecek içeriklere sahip olan Youtube’da önemli gelişmelerden, yavru köpek videolarına kadar birçok video bulunmaktadır. Kullanıcılar hem içerik üretebilmekte hem de tüketebilmektedir (Fırat, 2017). Youtube katılımcılara bu avantajı ücretsiz sağlamaktadır. İçeriği her birey üretebilmektedir. Bu sebeple videolar profesyonel olmayan kameralarla üretilmektedir. Ancak günümüzde ürünü pazarlamak ve para kazanmak adına profesyonel klipler hazırlanmaktadır (Sevinç, 2015). Videolu anlatımın diğer türlere göre daha etkili olması ve içerikte herhangi bir kısıtlama olmaması Youtube sitesinin popülerliğini arttırmaktadır (Kırcova ve Enginkaya, 2015). Videoların izlenmesi anında gösterilen zorunlu reklamların ölçülebilir olması, ne kadar izlendiği, tıkladığı ve anket ile ürünün bilinirliğinin ölçülmesi markalar için bir avantajdır (Kaynak, 2020).

Fenomen

Fenomen, sosyal ağlarda takipçi sayısı fazla olan, tanınan ve belirli bir kesime önder olup, harekete geçirecek güce sahip olan bireylere verilen addır (Yaylagül, 2017). Fenomenler, bireyleri bilgilendirir, harekete geçirir, eğlendirir ve etkiler (Dhanesh, 2019, Akt. Şimşek, 2020). Fenomenler, sağlık, moda, makyaj, teknolojik ürünler, yiyecek, gezi, sanat, ürün tanıtımı, eğitim gibi birçok alanda içerik üretmektedirler (Burucuoğlu ve Yazar, 2019). Fenomenler paylaşımları sayesinde de takipçileriyle etkileşim kurmaktadır. Sürekli içerik üreten fenomen kişi, sağladığı etkileşim sayesinde tüketici davranışını etkilemekte ve bu sebepten fenomen pazarlaması kavramını ortaya çıkarmaktadır (Gülmez, 2011). Fenomenler, sosyal medya platformlarında ünlü kabul edilen içerik üreticileridir.

Algı

Algı, bireyin zihninde canlandırdığı ve doğrudan duyuşal gözlemle olan bağlantısını içermektedir (Utma, 2018). Algısal fenomenler bireylerin yaşantılarına, isteklerine, beklentilerine ve eğitimlerine göre değişiklik göstermektedir (Atkinson vd., 1995, Akt. Ayhan ve Çakmak, 2018). Zihnin algılayabilmesi için herhangi bir duyu organıyla duyum alması ve bunları anlamlandırması gerekmektedir (Ayhan, 2007). Beynin, farklı duyulardan gelen enformasyon karmaşası içinden anlamlı örüntüler çıkarmasıdır (Gülsünler ve Tahmaz, 2020). Duyularla alınılan, beyin tarafından işlenen, bellekte depolanan ve fiziksel veya zihinsel bir tepke biçimi üreten enformasyon. İnsanın çevresindeki uyaranların ya da olayların ayırımında olması ve onları yorumlaması sürecidir (Mutlu, 2000). Algılama, duyumların anlamlandırılmasıyla gerçekleşir (Dökmen, 2018). “Algılama psikolojik, fizyolojik ve sosyo-psikolojik bir süreç kapsamında oluşmaktadır” (Eraslan, 2018: 47). Algılar duyumların sınıflandırılması ile organize edilmektedir (Silah, 2005). Algılayan bireyin demografik özellikleri, beklentileri ve amaçları diğerlerini nasıl algılayacağını etkiler (Taylor vd., 2006, Akt. Hügül, 2011).

Algı Yönetimi

Duygu organlarından elde edilen verilerin, zihinsel olarak çözümlenmesi ve yorumlanması algılama sürecidir (İnceoğlu, 2010). Algı yönetimi bireyler veya kurumlar tarafından farklı hedef ve amaca ulaşabilmek adına algının yönetilmesidir (Pustu, 2017). Bireyin duyumlarını algılaması bir süreçtir. Algı yönetimi ise bu sürecin yönetilmesi ve yönlendirilmesini içermektedir (Yıldız, 2019).

Algı sadece biyolojik değildir. Sosyal yaşantının ve psikolojinin de algılama üzerinde etkisi vardır. Bu sebeple dışarıdan uygulanacak farklı müdahaleler ile bireylerin kontrol edilmesi ve yönlendirilmesi mümkündür (Saydam, 2017). Sosyal medyanın gelişimi, algı yönetiminde kullanılmasına olanak sağlamıştır.

Tüketici

Tüketici, kendisi için ya da ait olduğu grup için ürün ve hizmet satın alan veya isterse alabilecek ekonomik güce olan bireylerdir (Çoşkun vd., 2014). Başka bir açıklamaya göre tüketici, ürün ve hizmetleri başka bir ürün veya

hizmet üretmek amacıyla kullanmayan, bunun yerine kişisel ihtiyaçları için kullanan bireydir (Odabaşı ve Barış, 2005). Tüketici ihtiyaçlarını gidermek için ürün veya hizmet satın alır ise, nihai alıcı olmaktadır (Durmaz, 2008). Tüketicinin müşteriden farkı, sürekliliğinin olmamasıdır ve bundan dolayı markalar ve üreticiler için müşteri daha önemlidir (İslamoğlu ve Altunışık, 2008). Örgütsel tüketici kavramı ise bireyin kişisel ihtiyaçları için değil, endüstriyel üretim yapabilmek için mal ve hizmet satın almasıdır (Okumuş, 2013). Tüketici kavramının ortak ifadesi, bireyin istek ve ihtiyaçlarını gidermek adına mal ve hizmet satın almasıdır (Erdem, 2006).

Tüketici Davranışı

Tüketicinin, bir ürün ve hizmeti satın almadan evvel yaptığı değerlendirme, aldıkları ürünü kullanım yolları, kullandıktan sonraki tepkisi ve davranışlarının tanımlanmaktadır (Erdem, 2006). Tüketici davranışları, ihtiyaç hissetme anından başlayıp, ürünün alınacağı yerin belirlenmesi, piyasa araştırması ve ürünü satın alma gibi süreçleri kapsamaktadır (Altunışık, 2010).

Bireyin, ürünleri elde etmesi, tüketmesi, satması sırasında yaptıkları sosyal ve zihinsel eylemler tüketici davranışını içermektedir (Çabuk ve Yağcı, 2003). Tüketici davranışının detaylı şekilde incelenmesi, pazarlama için önemlidir (Durmaz, 2008). Tüketici davranışındaki belirsizlikler, pazarlamacının tüketicinin taleplerine ve ihtiyaçlarına ulaşmasını zorlaştırmaktadır (Durmaz, 2008). Tüketicinin, ürün satın alması ya da değişik ürün tercih etmesi, doğrudan tüketici davranışıyla alakalıdır (Engin, 2011). Kişiler mal ve hizmeti satın almadan önce kendileri için en uygun fiyatlı ürünü ve en faydalısını almak istemektedirler (Sarıtaş ve Karagöz, 2017).

Sosyal medyada içerik üreten bireylerin, tüketiciyi satın alma davranışına nasıl yönlendirdiğidir. Araştırmada sosyal medyanın pazarlamaya ve satın alma davranışına etkisi derinlemesine incelenmektedir. Sosyal medyanın tüketime yönlendirmesi üreticiler ve ürünü pazarlayanlar için önem arz etmektedir. Özellikle Youtube fenomenlerinin, markalar tarafından sponsorluk alması son zamanlarda gittikçe artmaktadır. Youtube'da izlenmesi çok olan bireylerin, ünlerinin ve takipçilerinin artması ile milyonlara hitap etmesi kolaylaşmaktadır. Özellikle fenomenler Youtube kanalından markaların ürünlerini tanıtmaktadır.

AMAÇ

Günümüzde sosyal medya kullanımı hızla artmakta ve toplumun her kesimini kapsamaktadır. Sosyal medyanın popülerleşmesi ile pazarlamadaki önemi giderek artmaktadır. Bireyler sosyal medya sayesinde merak ettikleri bilgilere hızla erişim sağlayabilmektedir (Çakır,2010). Ayrıca akıllı telefonlar sayesinde sosyal medyaya ulaşım çok daha kolay ve sınırsızdır. Bireyler ürün veya hizmet satın alacağı zaman sosyal medyadaki yorum ve beğenileri araştırmakta ve yaptığı araştırma sonucunda satın alma davranışını etkilemektedir (Koç, 2013). Bu çalışmada Youtube fenomenlerinin, tüketicinin satın alma davranışına etkisi araştırılacaktır. Sosyal medya aracılığıyla, tüketici üzerindeki algı yönetimi çalışmaları incelenecektir.

Araştırmanın amacı kapsamında, tüketicilerin sosyal medya kullanımının satın alma davranışındaki etkisi ve sosyal medyanın algı yönetimi ile ilişkisi incelenmektedir. Youtube kullanıcılarının, takip ettikleri fenomenlerin, önerdikleri ürünleri ne düzeyde satın alma eğiliminde buldukları açıklanması hedeflenmektedir. Dolayısıyla Youtube kanalının tüketicinin satın alma davranışındaki etkisinin olup olmadığı konusu araştırmanın önemini oluşturmaktadır.

Bu araştırmada, sosyal medya kullanıcılarının, özellikle Youtube kullanıcılarının satın alma davranışından önce ve sonrasında, Youtube kanalının ne düzeyde etkili olduğu, nasıl etkili olduğu ve bu etkilerin nasıl bölüdüğü araştırılmaktadır.

Youtube platformunun kullanım amacı giderek artmaktadır (Kara ve Özgen, 2012). Youtube'da içerik üreten ve belli bir takipçisi sayısına ulaşan bireylere fenomen denmektedir (Yaylagül, 2017). Kitlelere hitap eden Youtube fenomenleri, takipçilerini etkilemektedir. Ayrıca fenomenler tarafından kullanılan ürünler, popülerlik kazanmaktadır. Takipçiler, bir ürün hakkında fenomenlerin görüş ve önerilerini dikkate almaktadır. Markalar, Youtube fenomenlerini kullanarak ürünlerini tanıtmakta ve pazarlamaktadır.

Youtube kullanıcısının her geçen gün artması ile markaların dikkatini çekmektedir. İnsanlar satın alacağı bir ürün hakkında sosyal medya üzerinden araştırma yapmaktadır. Araştırmada Youtube fenomenlerinin bir ürünü tanıttıktan sonra tüketiciyi ne derece etkileyeceği incelenecektir. Araştırmada genç ve kadın kullanıcıların daha fazla etkisinde olduğu Youtube fenomeni Merve Özkaynak'ın içerikleri incelenmektedir. Kanalda genellikle kadınlara hitap eden ürünler tanıtılmaktadır. Çoğunlukla makyaj ürünlerinin tanıtıldığı Youtube kanalında, kadınların satın almaya nasıl yönlendirildiği incelenmektedir. Markalar, popüler Youtube kanallarına sponsorluk vererek tanıtımını yapmaktadır (Burucuoğlu ve Yazar, 2019). Gerçekleşen bu sponsorluklar ile markalar ürünlerini tanıtmakta ve tüketicinin önerilerini dikkate almaktadır. Sosyal medyanın pazarlama üzerindeki etkisinin araştırılması önem arz etmektedir. Özellikle ürün çeşitliliğinin fazla olduğu bu dönemde, markalar rekabet edebilmek için sosyal medyayı kullanmak zorundadır (Tombul, 2020). Sosyal medyanın ulaşım kolaylığı sayesinde, tüketiciler bir ürün hakkında fikirlerini ve deneyimleri paylaşarak, diğer tüketicilerle etkileşim haline girmektedir. Bu durum tüketicinin düşüncesini değiştirmekte ve satın alma davranışını etkilemektedir. Ayrıca tüketiciler tarafından ürünün paylaşılması, markanın ücretsiz reklam yapmasını sağlamaktadır. Sosyal medya

platformunda popülerlik kazanan ürünler, tüketicilerin dikkatini çekmekte ve satın almaya teşvik etmektedir (Nardalı ve Balkan, 2019).

Bu araştırmanın bir diğer amacı, Youtube fenomeni Merve Özkaynak'ın takipçilerinin üzerinde oluşturduğu algı yönetiminin satın alma davranışına etkisi açıklanmaktadır. Youtube fenomeninin ürün hakkındaki olumlu veya olumsuz yorumlarının satın alma davranışını etkileyip etkilemediği araştırılmaktadır. Markaların ürünlerinin reklamlarını Youtube üzerinden gerçekleştirmektedir. Takipçileri tarafında örnek kabul edilen fenomen bireyler, bir ürünün reklamını yaptıklarında, takipçilerini etkilemektedir. Çalışma ile tüketicinin satın alma davranışında sosyal medyanın etkisi ve tüketicilerin satın alma davranışı üzerinde yaratılan reklam algısının belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Çalışma ile tüketicinin satın alma davranışında sosyal medyanın etkisi ve tüketicilerin satın alma davranışı üzerinde yaratılan reklam algısının belirlenmesi amaçlanmaktadır. Üreticiler, sosyal medyayı reklam amaçlı bir kanal olarak kullanmaktadır.

Sosyal medyanın en önemli özelliği bireylerin doğrudan, kolaylık ve çift taraflı iletişim kurma imkanını sağlayan bir araç olmasıdır (Elbaşı, 2015). Sosyal medya sağladığı interaktif iletişim sayesinde, üreticiler, pazarlayıcılar ve tüketiciler vb. grupların katılım, paylaşım, sohbet ve tartışma ortamı oluşturmalarına imkân sağlamaktadır (Tombul, 2020). Youtube platformu, katılımcılarına içerik hakkında yorum yapma, ankete katılma, takip etme, beğenme ve beğenmeme imkânı tanımaktadır (Birol ve Bakır, 2019). Günümüzde özellikle küresel markalar ve pazarlama uzmanları, sosyal medya iletişimini ve sosyal medya tabanlı hizmetlerini merkezlerine yerleştirdikleri görülmektedir (Çakır, 2010). Sosyal medya reklamları, üretici ve tüketici arasındaki iletişimi etkilemek adına, bilginin yayılmasını sağlamaktadır. Tüketiciler, Youtube reklamlarından yapılan ürün tanıtımını izleyerek satın alma davranışında bulunabilmektedir (Şahin, vd., 2017). Bu özelliği ile Youtube üzerinden tanıtılan bir reklam, belirli bir hedef kitleye ulaşabilmeyi hatta kitle içinden bir kişiye dahi ulaşabilme imkânı sağlamaktadır. Hedeflenen grubun ilgi ve beklentilerine göre reklam tasarlanmaktadır (Özkaya, 2010). Sosyal medya reklamcılığının üreticiler ve tüketiciler açısından birçok avantajı bulunmaktadır (Altınbaşak ve Karaca, 2009).

Araştırmanın bir diğer amacı yeni pazarlama aracı olarak sosyal medyanın nasıl kullanıldığının incelenmesidir. Fenomen ve hedef kitlenin etkileşiminin tüketici davranışını etkilemesi ve oluşturduğu etki sebebiyle fenomen pazarlaması güncel pazarlamalardan biri olmuştur (Ayaydın, vd., 2017). İçerik üreticiler, takipçilerini kendi videolarına dahil etmektedirler. Youtube fenomenleri diğer geleneksel medya ünlülerine göre daha gerçekçi, güvenilir ve samimi bulunmaktadır (Burucuoğlu ve Yazar, 2019). Ürün tanıtımında bu özellikler önemli bir etken haline gelmektedir.

ÖNEM

Türkiye'de bireyler yaklaşık üç buçuk saatini bilgisayar ekranında, dört saatini telefonda internete girerek, ortalama yedi buçuk saat internette vakit geçirmektedir (Bozkurt, 2020). Bireyler yedi buçuk saatin yaklaşık üç saatini sosyal medya platformların da harcamaktadır (Wearesocial, 2020, Akt. Bozkurt, 2020). Bireylerin sosyal medyada geçirdikleri zaman değerlendirildiğinde markalar adına tüketicilerle iletişim kurabilmek için birçok kanaldan daha etkili olduğu söylenebilir (Vural ve Bat, 2010).

Sosyal medya sayesinde markalar müşterileri ile ilişkilerini yönetebilmekte ve hedef kitleye mesajı doğrudan aktarabilmektedir (Uyar, 2018). Marka ve tüketicinin arasındaki iletişimin kuvvetlenmesi ile pazarlanmanın internete kayması sonucunu beraberinde getirmiştir (Yaylı ve Bayram, 2010). Bireyler sosyal medya platformların da duygu ve düşüncelerini içeren paylaşımlar da bulunduğu gibi aynı şekilde başka kullanıcıların paylaşımlarından da etkilenmektedir (Aksoy, 2019).

Sosyal medya kullanıcılarının giderek artması ile tüketici davranışları da yeniden şekillenmiş, bireyler bir ürün veya hizmet satın almadan önce sosyal medya yorumlarını, video içeriklerini, önerileri dikkate alarak ürünü satın alıp almayacağına karar vermektedir (Akar ve Topçu, 2011).

Araştırma da sosyal medya Platformu olan Youtube kanalının içerik üreticilerinin ürünler hakkında yaptıkları yorumların tüketiciyi yönlendirmesinin incelenmesi adına önemlidir. Bir ürünün tanıtıldığı Youtube videosunda bireylerin deneyimlerini yorum olarak paylaşması ve birbirleriyle etkileşim halinde bulunması ürünün satın alınmasını etkilemektedir. Günümüzde bireyler binlerce mesaja maruz kalmaktadır. Markaların bu mesaj fazlalığı içerisinde kendi mesajlarını tüketiciye ulaştırması oldukça zor hale gelmiştir. Tüketicilere mesaj istediği şekilde ulaştığında etkili olmaktadır. Bu mesajlar tüketicinin demografik özelliklerine göre farklılık oluşturabilmektedir. Mesajların iletilmesinde de tüketicinin demografik, coğrafi ve sosyografik özellikleri değerlendirilerek, tüketicinin kullanım düzeyi yüksek olduğu sosyal medya mecralarından verildiğinde daha etkili olabilmektedir (Bozkurt, 2020). Takipçilerin profilleri mesajın içeriğine ve hedef kitlesine göre değerlendirildiğinde, fenomenlerin kullanılarak mesajların iletilmesi, mesajın hedeflenen amaca başarıyla ulaşmasına imkân sağlamaktadır (Başer, 2014). Youtube kullanıcılarının takip ettikleri fenomenlerin video içeriklerine göre markalar hedef kitleyi belirleyebilmektedir. Araştırmada Merve Özkaynak'ın Youtube kanalının tüketiciyi satın almaya nasıl yönlendirdiği incelenmektedir. Merve Özkaynak'ın genel olarak tanıtım yaptığı ürünler makyaj malzemeleridir. Makyaj ürünlerini çoğunlukla kadınlar kullanmaktadır. Bu sebeple markalar demografik özellikleri

değerlendirerek mesajı hedef kitleye aktarmayı hedeflemektedir. Buda kozmetik sektöründeki markaların, Merve Özkaynak'a reklam vermesini ve sponsor olmasını sağlamaktadır.

Takipçiler fenomenlerin davranışlarından, önerilerinden, yorumlarından ve tercihlerinden etkilenmektedir (Cevher, 2019). Tüketicinin sosyal medya üzerinden fenomenlerle iletişime geçebilmesi, kullandığı ürün hakkında görüşlerini yorum yazabilmesi marka ile tüketicinin arasındaki iletişimi kuvvetlendirmektedir (Altunışık vd., 2012). Tüketici ürün hakkında eleştirilerde ve önerilerde bulunarak ürünün zenginleştirilmesini sağlamakta ve tüketiciler adına fayda oluşturmaktadır (Akçal, 2020). Bu sayede klasik pazarlama yöntemlerine göre üreticiye büyük fayda sağlamaktadır.

Sosyal medya paylaşımlarının ölçülebilir olması, marka açısından büyük bir avantajdır. 2019 yılının aralık ayında ortaya çıkan küresel salgın sebebiyle, sosyal medyanın önemi artmış, sosyal yaşamdaki kısıtlamalar sebebiyle birçok faaliyet sosyal medya üzerinden sağlanmış ve bireyler birbirleriyle iletişimini sosyal medya aracılığıyla sağlamıştır (Uludağ, 2020). Günümüzde fenomenlerin kitleler üzerindeki etkisi markaların dikkatini çekmiş ve markalar tüketicilere ulaşabilmek adına fenomenlerle iş birliklerine gidebilmektedir (Sönmez, 2019).

Pandemi sürecinde sosyal medya üzerinden konserler, konferanslar, yazar buluşmaları, söyleşiler, eğitici içerikler gibi birçok faaliyet yapılmış ve bireyler bu faaliyetlere kendi hesaplarından katılma imkânı bulmuştur (Demircan, 2020).

Pandemi sürecinde markaların bireylere ilettikleri mesajlar genel olarak hijyen, sağlık ve toplumsal farkındalığa yönelik içeriklerdir (Şişman, 2020). Sosyal medya üzerinden mesaj iletmek isteyen markalar aracı olarak fenomenleri kullandığı gözlemlenmiştir. Bu sayede tüketicinin gözünde markanın imajı artmış ve istenilen amaca ulaşılmıştır. Salgın süreci dijitalleşmenin önem kazanmasına, üreticinin ve tüketicinin sosyal medya ağlarını kullanmasının gelenekselden çok profesyonele dönmesine imkân sağlamıştır. Pandemi sonrası dijitalleşme artmış ve değişen tüketici davranışlarında sosyal medya ağlarının önemli hale geleceği tahmin edilmektedir (Demircan, 2020).

Bu araştırma, üreticinin tüketici ile iletişimde yeni bir yaklaşım olarak sosyal medya fenomenlerini pazarlama ve ürün tanıtımı amacıyla kullanımının, marka imajına ve satın alma sürecindeki algı yönetiminin değerlendirilmesi açısından önem taşımaktadır. Youtube fenomenlerinin tüketici ve tüketicinin satın alma davranışındaki etkisinin ne derece önemli olduğunu ortaya koymak araştırmanın önemini oluşturmaktadır. Ayrıca çalışma, sosyal medya uygulamaları ve sosyal medya fenomenlerinin satın alma davranışında bireyleri nasıl etkilediği ve satın alma davranışına nasıl yönlendirdiğini anlamak adına önemlidir.

Bu araştırmaya önem katan bir diğer unsur, sosyal medya kullanıcı sayısının sürekli artması ile sanal dünyada kitle oluşması, kullanıcıların sosyal medya aracılığıyla sosyalleşmeye çalışması ve sürekli katılımın olması sonucunda tüketim alışkanlıkları hakkında bilgi alışverişinin sağlanması, tüketim alışkanlıklarını etkilemektedir (Bor ve Erten, 2019). Üreticiler, oluşan bu sanal kitleye ürünlerini pazarlamak ve tanıtmak adına fenomenleri kullanmaktadır (Şahin, 2020). Bu bağlamda yapılan araştırma, sosyal medyanın hem üretici hem tüketici açısından önemini değerlendirilmesi adına faydalı olacaktır (Şahin, 2020).

KURAMSAL TEMEL

Bu araştırma konusu iki aşamalı akış kuramı ile ilişkilidir. Bu kuramı Paul Felix Lazarsfeld (1944), yılında etki çalışmaları ile geliştirmiştir. Kamuoyunu en çok etkileyen kişilere ve gruplara 'Kanaat Önderleri' denmektedir (Bektaş, 2013). Kanaat önderleri insanları ve kitleleri isteği şekilde etkileyebilir. Bu etkiden yararlanarak kitleleri bir davranışa yönlendirebilir. Paul Lazarsfeld ve Elihu Katz; insanların bir adaya oy vermede ya da hangi ürünü tüketeceklerine karar verme sürecinde iletişimi iki aşamalı akış (two step flow) olarak adlandırdıkları modelle açıklamaktadırlar (Bourse ve Yücel, 2012, Akt. Bayındır, 2017).

Bu modelin isminin iki aşamalı olarak kullanılmasının nedeni, ilk aşamada kaynaktan yayılan mesajı kitle iletişim araçları ile toplum içinde güçlü, ekonomik durumu iyi ve eğitimi yüksek bireylerin mesajı almasıdır (Kaymaz, 2013). İkinci aşama ise diğer grubun tersi olan alt kitle olarak ifade edilen, kitle iletişim araçlarını yeteri kadar kullanamayan, ekonomik durumu diğer gruptan daha düşük olan, kendinden daha bilgili ve eğitilmiş olduklarına inandığı bireylerin sözlerine ve tavsiyelerine itibar gösteren ve bu sebeple karar alan ve davranışa aktaran gruba iletilmesidir (Kaymaz, 2013).

Fikir liderleri, kitle iletişim aracı vasıtasıyla aldıkları mesajları, yeniden gönderici konumuna gelerek hedef kitleye ulaştırmaktır (Yaylagül, 2006). Hedef kitle mesajı kitle iletişim araçları ile almaktansa daha güvenilir, sürekli takip ettiği ve üst konumda gördüğü bireylerden alması mesajın kuvvetini arttırmaktadır (Karsak ve Sancar, 2017). Bu araştırmada sosyal medya üzerinden bireyi satın alma davranışına yönlendiren kişiler fikir liderleri olarak ifade edilmiştir.

Medya araçları, kitlesel bir boşluk içinde etkili bir konumda olamaz, oldukça karmaşık olan toplum içindeki yapıda diğer etkenlerle mücadele etmek durumundadır. Markalar, mesajı hedef kitleye ulaştırabilmek için boşlukları dolduracak, bireyleri istenilen davranışa yönlendirebilecek yeteneğe sahip kişiler aracılığıyla başarıya ulaşabilmektedir. Bu sebeple sosyal medya fenomenleri markalar tarafından ürün tanıtımında tercih edilmektedir. Pazarlama yönünden bakıldığında iki aşamalı akış kuramı, bireyin satın alma davranışında, kitle iletişim kanallarından verilen mesajdan daha etkili olarak kişilerin birbirleriyle ilişkilerinin ve kulaktan kulağa

pazarlamanın etkisinin daha fazla olduğu savunulmaktadır (Kılıçer, 2008). Mesajın çok da etkili olmadığı ve insanın sosyal çevresi mesajı yorumlamakta etkili olduğu kanısı hakimdir (Haznedar, 2019). Bu açıdan bakıldığında model, tüketicinin satın alma davranışına uyarlanarak, bireylerin marka tarafından medya aracılığıyla verdikleri mesajdan daha çok fikir liderlerinden etkilendiği söylenebilir. Sosyal medya araçlarında fikir liderleri, marka mesajlarını tüketicilere iletmektedir (Uyar, 2018). Bu sayede tüketicinin satın alma davranışını etkilemektedir. Sosyal medya fenomenleri kendilerini takip eden kullanıcıları, yaptıkları ürün tanıtımıyla ve tavsiyelerle satın alma davranışına yönlendirmektedir.

Modele göre kitle iletişim araçlarının güvenilirliğinin azaldığı alanlarda, sosyal medya üzerinden verilen kişisel fikirlerin etkisinin arttığı yönündedir (McQuail ve Windahl, 1997). Bireyler satın alma davranışında reklamlara güvenmekten daha çok fikir liderlerinin yorumlarına güvenmekte ve bu sebeple satın alacağı ürünü daha risksiz kabul ederek satın alma kararı vermektedir (Uyar, 2018).

İki aşamalı akış kuramına göre, insanlar toplumdaki soyutlanamazlar, diğer bireylerle etkileşim içindedirler ve toplumsal gruplara dahil olurlar (McQuail ve Windahl, 1997). Bu sebeple birey toplumdaki bağımsız düşünülemez. Toplumsal gruplara dahil olan birey, sürekli birbirleriyle etkileşim halindedir ve kitle iletişim araçlarından gelen mesajları verilmek istendiği şekilde almayabilir (Gökçe, 2002). Bireylerin sosyal medya platformlarında takip ettiği kişiler, daha samimi gelmekte ve daha güvenilir kabul edilmektedir. Bireyler toplumsal ilişkilerde olduğu gibi sosyal medya platformlarında da sürekli etkileşim halindedirler ve gruplara dahil olmaktadır. Araştırmada sosyal medyanın kanaat önderleri olarak fenomenler kabul edilmektedir.

İki aşamalı akış kuramının bir diğer ilkesi, kitle iletişim araçları ile gönderilen mesajlara geribildirim anında ve doğrudan olmaz, iletiler bireyin ait olduğu toplumsal gruplar aracılığıyla aktarılır ve toplumdan etkilenir (Bozkurt, 2020). Sosyal medya kullanıcısının sayısı her geçen gün artmaktadır. Toplum içinde sosyal medya kullanımının yaygın olması, haberlerin hızla yayılmasını etkilemektedir. Bir sosyal medya fenomeninin popülerliği ve güvenilirliği, takipçi sayısına göre değişmektedir (Aslan ve Ünlü, 2016). Bireyler toplum içinde sürekli isimlerini duydukları fenomenlere daha fazla güvenmektedir (Avcılar, vd., 2018). Sosyal medya aracılığıyla bir ürün alan birey bu üründen memnun kaldıysa, toplum içinde dahil olduğu gruplara ürünü tanıtabilmektedir.

İki aşamalı akış kuramında alımlama ve ilgi, diğeri etki veya enformasyon girişimini kabul etme veya reddetme şeklinde cevap vermektir oluşan iki süreç vardır (McQuail & Windahl, 2005). Bireyler sosyal medya platformu olan Youtube üzerinden ilgi duydukları içerikleri takip etmektedir. İstek ve ihtiyaçlarına uygun içerikleri izleyen bireyler bir ürünün ya satın alır ya da almaz. Araştırma da bireyi satın alma davranışına yönlendiren etkiler konu alınmaktadır. Kuramın iki sürecinin de açıklanması, araştırmanın bulguları açısından önemlidir. Bireyin bir ürün veya hizmete ilgi duyması satın alma davranışının temelini oluşturmaktadır.

Sosyal medya aracılığıyla bireyler mesajı alıp, aktarmada etkili olabileceği gibi, kişisel bağları kullanan fikir liderleri seviyesinde roller de olabilir (Erdoğan ve Korkmaz, 2005). Bu sayede kitle iletişim araçlarından gelen mesajın güvenilirliğinin azaldığı noktada sosyal medya liderleri mesajı kendi kitlesine aktarmaktadır (Sarıtaş, 2019). Bu sayede mesajın güvenilirliği artmaktadır. Birey sosyal medya platformlarını kullanarak bir ürünü satın alma eğiliminde bulunabilmektedir. Araştırma ile toplum dışında sosyal medyanın bireyi tüketimde nasıl yönlendirdiği araştırılacaktır. Fenomenler, toplum içinde daha etkin rol üstlenen, fikir liderleri iletişim araçlarını daha etkili kullanmaktadır, mesajı ileten ve lider rolü üstlenmeleri ile diğer insanlardan ayırt edilebilirler. Sosyal medya ile bireylerin, örnek aldığı insanlar değişmiştir.

LİTERATÜR TARAMASI

Bu çalışma ile ilgili çeşitli araştırmalar bulunmaktadır. Bunlardan ilkinin İnce ve Bozyiğit (2018), sosyal medyanın Y ve Z kuşağındaki bireyler için önemi araştırılmaktadır. Kuşaktaki bireyler sosyal medyayı aktif olarak kullanmaktadır. Araştırmaya göre bu bireyler boş vakitlerinde her an sosyal medyaya erişim sağlamakta, kendileri ile ilgili veriler aktarmakta, diğer kullanıcılar ile iletişim kurmaktadır hatta bu platformlardan etkilenerek satın alma davranışlarını şekillendirmektedirler. Araştırma sosyal medya aracı olarak Instagramın oldukça fazla kullanıldığını belirtmektedir.

Araştırma Mersin ilinin Tarsus ilçesinde yaşayan Y ve Z kuşağından 423 instagram kullanıcısı ile gerçekleşmiştir. Araştırma bireylerin Instagram reklamlarına karşı farklı tutumlar barındırdığına ve bu tutumların davranışlarını etkilediğini ve yön verdiğini söylemektedir. Y kuşağındaki bireylerin, Instagram reklamlarına karşı eğlendiricilik tutumunun ürün satın alma öncesi, eğlendiricilik ve rahatsız edicilik tutumlarının ise satın alma sonrası tüketicinin davranışını etkilediği, Z kuşağında ise hem eğlendiricilik hem de rahatsız edici tutumların satın alma öncesi ve sonrası davranışlara etkisi olduğu saptanmıştır. Bir ürünün eğlendirici olduğunu düşünen bireyler bir ürün satın almadan önce Instagram'da araştırma yapmaktadır. Çalışmada kuşakların sosyal medya üzerinden alışveriş yapmayı çok tercih etmeseler bile alışveriş yaptıkları zaman en çok takı, çanta, ayakkabı ve giysi aldıkları sonucuna varılmıştır.

Çalışmanın benim araştırmamla ilgisi, bir sosyal medya uygulaması olan Instagram reklamlarının satın almadaki etkisi, sosyal medyanın bireyler üzerindeki etkisini anlamamız için önemlidir. Araştırmada ortaya çıkan verilere dayanarak bireyler sosyal medya platformlarından etkilenmektedir ve satın alma davranışı göstermektedir.

Youtube gibi Instagram kanalı da ürün tanıtımında takipçisi fazla olan fenomenleri kullanmaktadır. Youtube fenomenlerinin günümüzün ünlüleriyle eşit kabul edilmesi, bireyin satın alma davranışını etkileyebilmektedir.

İkinci bir çalışmayı ise Şener ve Yücel (2020), Y kuşağının satın alma davranışına sosyal medyanın etkisi incelenmektedir. Çalışma yapılan araştırmaları inceleyerek veri elde etmektedir. Yeni medya alanındaki gelişmeler tüketicinin satın alma eğilimini de değiştirmektedir. Yeni medyanın hızla gelişmesi ve kullanıcılarının artması tüketicinin sadece bir ürünü satın alma amacıyla değil, satın alma öncesi alacağı ürün hakkında kapsamlı bir araştırma yapmasına olanak sağlamaktadır. Birey sosyal medya sayesinde diğer insanlarla etkileşime geçmekte ve bir ürün veya hizmet hakkında yorum ve deneyimler toplamaktadır.

Çalışmanın verilerine değerlendirildiğinde; sosyal ağların bireyler tarafından kullanımının tüketicinin satın alma davranışında etkili olduğu, markaların ürünün tanıtımında ve pazarlanmasında sosyal medyaya olumlu baktığı, Y kuşağının sosyal medyada bir ürünü tanıtan fenomenlerden belli ölçüde etkilendiği sonucuna varılmaktadır. Bireyler sosyal medyayı bir ürün satın almadan önce araştırma yapmak amacıyla da kullanmaktadır. Birey sosyal medya aracılığıyla bir ürün hakkında bilgi toplamakta, ürünün reklam çalışmalarını sahte bulduklarında ve tanıtımları samimi bulmadıklarında, satın alma davranışından sonra memnuniyeti düşük olan bireylerin, ürün hakkındaki olumsuz deneyimlerini sosyal medya platformlarından paylaştıkları, şikâyet sitelerine olan güvenlerinin daha fazla olduğu söylenmektedir. Bu sebeple bireyin birbirleriyle etkileşimi satın alma eğiliminde bireyi yönlendirebildiği sonucuna varılmaktadır. Fenomenlerin yaptığı ürün tanıtımları ise bireyin diğer kullanıcılarla olan etkileşiminden daha düşüktür.

Araştırmanın çalışmam ile alakası sosyal medya uygulamalarının tüketicinin satın alma davranışındaki etkisinin hakkında yapılan tüm çalışmaların değerlendirilmesi ve ortak verilerin toplanması açısından önemlidir. Sosyal medya platformlarının tüketicinin satın alma davranışını etkilediği ve bireylerin satın almadan önce ürün hakkında bilgi edinmek adına sosyal medya uygulamalarını kullanmaktadır. Ayrıca sosyal medya kanallarındaki fenomenlerden ve ünlülerden bireylerin etkilendiği belirtilmektedir.

Üçüncü çalışma ise Yoldaş ve Özaydın (2017), sosyal medya uygulamaları hızla yayılmaya başlamıştır ve bireylerin günlük kullanmaktan vazgeçemediği uygulamalar haline gelmiştir. Bu sebepten kaynaklı markalar sosyal medyanın gelişimini fark etmektedir ve sosyal medyada aktif olarak rol almaktadırlar. Markalar sosyal medya aracılığıyla tüketicinin satın alma davranışını değiştirmek istemektedir. Yapılan bu çalışmada sosyal medyada yapılan ürün tanıtımlarının tüketicinin satın alma davranışına olan etkileri hakkında inceleme ve değerlendirme yapılmaktadır.

Araştırmanın sonucuna göre sosyal medyada yapılan tanıtımların tüketicinin satın alma davranışına olumlu etkisi olduğu kanaatine varılmaktadır. Araştırma sosyal medya kanallarında tüketiciler tanıtımlarından algıladığı enformasyon, eğlence, güvenilir ve rahatsız bulucu maddelerine göre satın alma davranışı incelenmektedir. Enformasyon, eğlence ve güvenilirlik tüketicinin satın alma davranışını olumlu etkilediği, rahatsız edici unsur ise olumsuz etkilediği gözlemlenmektedir. Araştırmada sosyal medya aracılığıyla ürünün pazarlanmasında hangi faktörlerin etkili olduğunu belirlemek adına karşılaştırmalar yapılmaktadır. Bu karşılaştırmaların sonucuna göre en fazla sosyal medya faktörlerinden eğlence, tüketicinin satın alma davranışını etkilemektedir.

Araştırmanın benim çalışmamla ilgisi markaların bir ürün veya hizmeti tanıtmak amacıyla sosyal medyayı kullanması ve bireyleri satın alma davranışına yönlendirmesi için sosyal medya fenomenlerini kullanmaya başlamasını içermektedir. Sosyal medya kullanıcılarının özellikle eğlendirici faktöründen yararlanarak bir ürünü satın almaya yönelmesi, araştıracağımız sosyal medya uygulaması olan Youtube kanalının eğlence ve bilgilendirme faktörlerince detaylı incelenmesine yön vermektedir. Sosyal medyanın satın alma davranışına etkisinin belirlenmesi araştırmanın gidişatı için önemlidir. Youtube içeriklerinin videolardan oluşması, tüketiciyi etkileyip etkilemediği araştırmanın konusundan biridir. Bu sebeple çalışmanın verileri önem arz etmektedir.

Yapılan dördüncü çalışmayı Sarıtaş ve Karagöz (2017), tüketicilerin satın alma davranışını etkileyen sosyal medya kanallarının, tüketicinin davranışlarına olan etkisini incelemektedir. Araştırma temelinde sosyal medyanın tüketiciyi satın alma davranışına yönlendirirken hangi etkiyi yarattığı sorusunu sormaktadır. Çalışma ile üniversite öğrencilerinin bir ürünü veya hizmeti satın almadan önce ve sonra sosyal medyayı hangi amaçla kullandığını ortaya koymayı hedeflemektedir. Rekabet ortamının giderek artması ile markalar sosyal medya platformlarını kullanmaktadır.

Araştırma sosyal medyanın üniversite öğrencilerinin bir ürün veya hizmeti satın almadan önce ve sonra sosyal medya kanallarından etkilendiği sonucuna ulaşmaktadır. Sosyal medyanın toplum içinde hızla yayılması ve sürekliliğinin olması sebebiyle markaların dikkatini çekmektedir. Bu nedenle bireyler sosyal medyaya daha fazla ilgi göstermeye başlamıştır. Sosyal medya sayesinde bireyler bir ürün veya hizmet hakkında bilgi edinmek için yeni medya teknolojilerini kullanmaktadır. Sosyal medya, bireyler tarafından yoğun olarak kullanılmaktadır. Markalar sosyal medya ortamında pazarlama ve ürün tanıtımını aktifleştirmektedir. Markalar sosyal medya araçlarını marka iletişiminde etkili bir şekilde kullanmaktadır. Araştırma, tüketicinin sosyal medya aracılığıyla satın alacağı ürün ve hizmet için kapsamlı bir araştırma yaptığına dikkat çekerek, markaların ürün ve hizmet bilgilerini sosyal medya aracılığıyla paylaşması gerektiği sonucuna varılmaktadır.

Çalışmanın benim çalışmamın etkisi, sosyal medyanın satın alma davranışından önce ve sonra üniversite öğrencilerini ne denli etkilediğini belirlemek açısından önemlidir. Sosyal medya kanallarını aktif olarak kullanan

üniversite öğrencilerinin satın alma aşamasında sosyal medyayı kullanmasının öneminin ortaya konulması, araştırmamın verileri açısından önemlidir. Tüketicinin bir ürünü satın alması ile süreç son bulmamaktadır. Sosyal medya aracılığıyla bireyler deneyimlerini ve şikayetlerini aktarabilmektedir. Markaların sosyal medyanın pazarlama gücünü kullanması açısından önemlidir.

Konu ile ilgili yapılan beşinci araştırmayı ise Kaya (2020), küreselleşme ile ticaret birçok değişim göstermiştir ve değişim göstermeye devam etmektedir. Bu sebeple tüketicinin talepleri ve istekleri de değişmekte, bu değişim markaların ve işletmelerin pazarlama stratejilerini değiştirmesine sebep olmaktadır. Günümüzde e-ticaretin kullanımı ve önemi gittikçe artmaktadır. Araştırma, e-ticaret uygulaması olan Trendyol'da ürünlerin altına yapılan tüketici yorumlarının, satın alma davranışına etkisini incelemektedir. Araştırma, bireylerin ürünlere yapılan yorumlardan etkilenip etkilenmediği, dikkate alıp almadıkları, ürüne yapılan yorumların negatif olması durumunda satın alma davranışını ne derece etkilediği ve ürün hakkında fikri olmayan tüketicinin yorumlar üzerinden satın alma davranışını ne derece değiştirdiği dair sorgulamalar yapmaktadır.

Çalışmada elde edilen verilere göre Trendyol müşterilerinin büyük bir kesimi yorumlara ve değerlendirmelere dikkat ettiği, ürünlere yapılan olumlu veya olumsuz yorumlardan etkilenerek satın alma davranışını değiştirmektedir. Olumsuz yorumlardan etkilenen birey ürünü satın almama eğilimindedir. Elde edilen verilerin demografik özelliklerine bakıldığında kadınların araştırmaya daha fazla katıldığı söylenmektedir. Trendyol sitesinden kadınlar daha çok alışveriş yapmaktadır. Ayrıca araştırmaya yaşlı kesimin katılımının az olması, gençlerin internet alışverişini daha fazla yaptığını göstermektedir. Katılımcıların yarısından fazlası ise alışveriş yapmadığı halde Trendyol uygulamasında gezinmektedir. Araştırmada elde edilen verilere göre bir ürünü satın almadan önce yorumlara bakan kişilerin oranı %92,89'dur. Buda yorumların satın alma davranışında ne denli önemli olduğunu göstermektedir.

Araştırmanın benim araştırmam ile ilgisi, sosyal medyanın etkileşim ve içerik üretme özelliği sayesinde bir ürün hakkında deneyimlerini paylaşan bireylerin, diğer tüketicilerin satın alma davranışını ne derece etkilediğini ortaya koymak açısından önemlidir. Youtube videolarının altına yapılan yorumlar, tüketicide aynı etkiyi oluşturmaktadır. Milyonlarca kişinin kullanıcı olduğu Youtube uygulaması, tüketicinin ürün hakkındaki güvenini arttırmaktadır. Yapılan altıncı araştırma ise Akova ve Aslan (2018), tüketicinin ihtiyacını giderecek ve beklentilerini karşılayacak ekonomik ürünleri tercih etmek yerine, işine yaramayacak ve kullanmayacağı ürünlere, yüksek maliyet vererek tercih etmesi, ürünün markasının önemini vurgulamaktadır. Bireyler ihtiyaçlarına göre değil markanın adına göre satın alma eğilimindedirler. Aynı özelliklere sahip ürünlerin yerine markası bilindik yüksek fiyatlı ürünlerin tercih edilmesi marka imajının önemini göstermektedir. Markalar, imaj oluşturmak için isim ve semboller kullanmaktadır. Araştırma bireyin zihninde marka imajının oluşmasında nelerin etkili olduğunu araştırmaktadır. Duyu organlarıyla algıladığımız unsurların satın alma davranışına etkisi incelenmektedir. Araştırma, marka imajı ve algı yönetimi konusunu kapsamaktadır.

Araştırma ile markaların, hedef kitle ile iletişim içinde bulunarak, tüketicinin zihninde belirgin farklılık oluşturmakta, tüketicinin ilgisini çekmek için farklı uyarıcılar kullanmaktadır. Bunlar imgesel, duyu ve işsel uyarıcılardır. Toplumdan ayrı düşünülmemeyen birey bir ürünü satın alma eğiliminde bulunduğu toplumun değer ve fikirleri bireyi etkilemektedir. Bireylerin tüketim alışkanlıkları, talepleri, satın alma eğilimleri, ihtiyaçları ve seçimleri ait olduğu toplumun kültürel yapısına göre değişmektedir. Ayrıca araştırma teknolojinin ilerlemesi ile rekabetin artması sebebiyle, ürünlerin ve hizmetlerin birbirlerine benzediğini vurgulamaktadır.

Araştırmanın benim araştırmam ile ilgisi, bireyin satın alma davranışını da ait olduğu toplumun değerlerinin ve kültürel yapısının en etkili faktör olduğunun belirtilmesidir. Tüketiciyi sosyal medya aracılığıyla bir ürünü satın alma davranışına yönlendirmenin tek başına yeterli olmadığını, bireyin edindiği duygu ve düşüncelerin etkisinde olduğu yönündedir. Sosyal medyadan etkilenerek satın alma davranışında bulunan tüketicinin ait olduğu toplumun incelenmesi açısından araştırmanın bulguları önem arz etmektedir. Tüketicinin ihtiyacı olmadığı halde ürün satın alması araştırma için önemlidir.

Yapılan yedinci çalışmayı Bacaksız (2017), sosyal medyanın tüketiciyi bir ürüne veya hizmete çekme aracı olarak değerlendirmektedir. Sosyal medya ile birey bir ürünü ve hizmeti ayırt edebilmektedir. Sosyal medyanın interaktif özelliği sayesinde birey sadece mesajı almamakta, mesajı değiştirebilmekte ve enformasyonu yaymaktadır. Bu sebeple sosyal ağlar, tüketim ürünlerinin yayılması için önemli bir konuma gelmektedir. Çalışmada sosyal medyanın tüketime etkisinin, kadınların satın alma eğilimine etkisinin ne derece olduğu veya olmadığı cevaplanmak istenmektedir. Günümüzde demografik özellikler göz önünde bulundurulduğunda, kadınların internet üzerinden daha fazla alışveriş yaptıkları bilinmektedir. Bu sebeple kadınların satın alma davranışına yönlendiren unsurların belirlenmesi önemlidir.

Araştırmanın verilerine göre kadın alıcıların, sosyal medyadaki etkileşiminin satın alma davranışlarına etkisinin olduğu belirtilmektedir. Kadınlar diğer bireylerin yorumlarını, deneyimlerini ve faydalarından yararlanmaktadır. Ayrıca araştırma, sosyal medya aracılığıyla markaların bireylerle iletişim kurmasından kaynaklı, müşterilerin memnuniyetinin artmasına ve o ürünü satın almasında etkili olduğu kanısına varmaktadır. Çalışma kadınların sosyal medyadan alışveriş yapmadan önce araştırma yapabilmesi sebebiyle daha güvenilir buldukları sonucuna varmaktadır. Araştırmaya göre bireyler kendi memnuniyetlerini veya memnuniyetsizliklerini de yorum olarak diğer bireylerle paylaşmaktadır.

Araştırmanın yapılan çalışma ile alakası, sosyal medyadaki bireylerin, bir ürün hakkında gerçek düşünce, deneyim ve önerilerini paylaşması, ürünün satın alınmasını etkilemektedir. Tüketici için bir ürünü satın almak için güvenmesi gerekmektedir. Youtube kanallarında markalar bir ürünü pazarlamak için fenomenleri kullanmaktadırlar. Buda tüketiciye güven duygusu vermektedir. Birey kendisine yakın gördüğü ve takip ettiği fenomenin bir ürün hakkındaki yorumlardan ve deneyimlerinden etkilenebilmektedir. Tüketici bir üründen memnun kalmaz ise fenomene olan güveni de azalabilmektedir. Ayrıca alınan üründen veya hizmetten memnun kalınmazsa markanın imajı da olumsuz etkilenebilir.

Alanda yapılan sekizinci çalışma ise Özçifçi (2020), sosyal ağlar sayesinde tüketici bir ürün hakkında fikir alışverişi yapabileceği bir imkân verirken, markalar içinse yeni pazarlama ve iletişim imkânı sağlamaktadır. Yapılan bu çalışmada, bireylerin yeni medya aracılığıyla bilgilencmeleri ve tüketiciyi satın alma davranışına yönlendiren faktörlerin belirlenmesi ve sosyal ağların satın alma davranışına etkisinin ne derece olduğunun incelenmesi amaçlanmaktadır. Çalışmada markaların sosyal medya aracılığıyla tüketicinin algıladığı güveni ve değerinin satın alma davranışına etkisi incelenmektedir.

Araştırmanın verilerine göre sosyal ağların bazı özellikleri, tüketicinin değer, risk ve güven unsurlarına göre değişiklik oluşturabileceğini belirtmektedir. Tüketicinin bir ürünü satın alırken, riskli görmesini en aza indiren sosyal medya özelliği, karşılıklı iletişim kurulmasına olanak sağlamasıdır. Bireyin bireysel özellikleri değer ve güven algısını etkilemektedir. Tüketicinin algısının faktörleri tüketicinin satın alma davranışını etkilemektedir. Satın alma davranışına en büyük etki eden faktör ise algılanan değerdir. Tüketiciler internette alışveriş yapacakları zaman ürünün kalitesi, iadesi ve teslimatta gecikme sorunu sebebiyle satın alma davranışında geri çekilebilmektedir. Markalar, bu riski azaltmak adına çeşitli önlemler almaktadır. Ayrıca araştırma sosyal medyanın karşılıklı iletişim kurma, gruplar ve katılım imkanları sayesinde tüketicinin sosyal ağlara olan güvenini etkilediği sonucuna varmaktadır. Ancak sosyal medyanın açıklık özelliğinin satın alma davranışına etkisi olmadığı sonucuna varılmaktadır.

Araştırma sosyal ağların güven, değer, risk ve satın alma davranışındaki değişkenlerin bütünüyle ele alınması açısından yol göstericidir. Tüketicinin satın alma davranışında sosyal medyanın özelliklerini ve etkilerini bütünüyle bilmek önemlidir. Sosyal medyanın özellikleri ve bireyin katılımcı değişken olmasının nedenlerinin sonuçları araştırmam için gerekli verileri oluşturmaktadır. Araştırma, bireyi tek bir açıdan değerlendirmeme imkânı sağlamaktadır. Bireyin ait olduğu toplum, satın alma sürecini etkileyebilmektedir.

Yapılan dokuzuncu çalışma Demircan ve Aksoy (2020) göre markalar sosyal medya aracılığıyla reklam vermek istediklerinden, sosyal medya kullanan hedef kitlenin özelliklerine göre seçim yapmalıdırlar. Araştırma, sosyal ağlarda yayınlanan reklamların, tüketicinin algılarının hangisinin, satın alma davranışına etki ettiği Youtube kanalı üzerinden değerlendirmektedir. Sosyal ağların farklı kullanıcılara sahip olması ve bireylerin algılarını etkileyen birçok faktörün bulunması, reklamların doğru kitleye ulaşması açısından önemlidir.

Araştırmanın verilerine göre Youtube'da yayınlanan reklamlardan bireyin tutumları kapsamında reklamların izlenmesine etki eden faktörler eğlence ve ekonomik faktörlere etkisinin olduğu söylenmektedir. Bireyler Youtube de gösterilen reklamları eğlenceli, dikkat çekici ve zevkli bulduklarında olumlu izleme söz konusudur. Tüketiciler Youtube reklamlarını faydalı, ekonomik açıdan yükseltici ve yaşam kalitesini artırıcı buldukları zaman ekonomik anlamda reklamlar katkı sağlamaktadır. Reklamlar bireyleri etkilemekte ve satın alma davranışına yönlendirebilmektedir. Ayrıca olumsuz etki olarak bilgi edinme ve değer faktörlerinin doğru olmadığı saptanmıştır. Markaya olan güvenin reklamlara maruz kalınmasına olan etkisinin düşük olduğu bulunmuştur. Youtube üyeleri genellikle platformu eğlence amaçlı kullanmaktadır. Bu sebeple videoların aralarına giren reklamlar, kullanıcıların üzerinde negatif bir etki oluşturabilmektedir. Ayrıca kullanıcılar reklamların sadece başını izleyip gerisini atlamaktadır. Tüketicinin reklamı atlaması hedef kitleye mesajın verilmesini engellemektedir.

Çalışmanın benim araştırmama faydası Youtube kanallarında markalar reklam vermek yerine, fenomenler aracılığıyla, içerik üretirerek ürünlerini tanıtmaktadır. Mesaj sohbet havasında verildiği için daha samimi ve güvenilir bir ortam oluşmaktadır. Ürün tanıtımının mesajın içeriği olması, tüketicinin direk reklamın kendisine maruz kalmasına sebep olmaktadır. Özellikle Youtube uygulamasının içeriklerinin videolardan oluşması, birey reklamı sıklıktan aktardığı için hedef kitleyi çok daha fazla etkilemektedir.

Çalışmaların sonucusu ise Erkan (2020), Youtube kullanıcılarının, markaların iş birliklerine yönelik tepkilerini ölçmek amacıyla yapmaktadır. Çalışma, Youtube kanalının izlenme sebebinin Youtube'de yapılan reklam ortaklıklarına yönelik algıya etkisini araştırmaktadır. Youtube'de vakit geçiren bireylerin kullanım amaçlarını anlayabilmek adına, Kullanımlar ve doyumlar kuramından yararlanmaktadır. Kuramın, kaçınma, deneysel öğrenme, sosyal iletişim ve ruh hali değişim faktörlerinden yararlanmaktadır. İletişim teknolojisindeki gelişmeler sayesinde sosyal medya kanalları oluşmaya başlamıştır. Toplum içinde hızla yayılan sosyal medya kanallarında birey bolca vakit geçirmektedir. Gelişen bu teknoloji sayesinde birey hızla bilgiye ulaşabilmekte ve onu yayabilmektedir. Bu durum markalarında dikkatini çekmektedir. Bu sebeple toplum tarafından yaygın olarak kullanılan Youtube kanalının kullanım amacını anlamak ve fenomenlerin markaların sponsorluğunu almasında tüketicinin algısına etkisini bilmek önemlidir.

Araştırmanın verilerinin sonuçları, ruh halini pozitif hale getirmek, fenomenlere yönelik davranışların olumlu bir etkisinin olduğu belirtilmektedir. Ancak fenomenler, marka sponsorluklarında ürüne dikkat çekme açısından

olumlu ancak olumsuz bir etki oluşturmaktadır. Araştırmaya göre sosyal etkileşim markalar ve fenomenler açısından iki taraflı olumlu etkisi olduğu sonucuna varılmaktadır. Bireylerin sevdiği fenomenleri sosyal medya kanallarından takip etmesi ve güven duyması, ürün tanıtımında olumlu bir etki oluşturmaktadır.

Araştırmada kullanılacak sosyal medya uygulaması olan Youtube' un, kullanım amacını ve fenomenlerin iş birliklerinin tüketiciye olan etkisini belirlemek adına önemlidir. Youtube fenomenlerinin markalarla iş ortaklığı yaparak, ürün tanıtması bireyin satın alma davranışını etkilemektedir. Ancak araştırmaya göre birçok faktör etkili olmaktadır. Araştırma ile bireylerin bir ürünü satın almada fenomenlerin etkisinin az olduğu, ancak ürüne dikkat çektiği sonucuna varılmaktadır.

Literatür taramasından elde ettiğim verilere göre, sosyal medya araçları bireyin satın alma davranışını etkilemektedir. Birey bir ürünü satın almadan önce ve sonrasında sosyal medya araçlarını kullanmaktadır. Özellikle ürün hakkında veri toplamak için sosyal ağlardan faydalanmaktadır. Diğer kullanıcıların yorumlarına, beğenilerine, deneyimlerine, tavsiyelerine ve şikayetlerine sosyal ağlar sayesinde ulaşmaktadırlar. Sosyal medyanın etkileşim özelliği sayesinde birey ürün hakkında araştırma yapmakta ve yaptığı araştırma sayesinde gerçek bireylerin fikirlerini elde etmektedir. Bu sebeple tüketici sosyal medyayı daha güvenilir bulmaktadır.

Markalar teknolojinin ilerlemesi ile kendilerine farklı pazarlama faaliyetleri aramaktadırlar. Bu sebeple sosyal medyadaki imajlarını olumlu oluşturmak ve ürünlerini pazarlamak adını fenomenleri kullanmaktadırlar. Fenomenler hitap ettikleri kitlelerce güvenilir kabul edilmektedirler. Bu sebeple markalar hedef kitleye mesajı fenomenler aracılığıyla aktarmaktadır.

Sosyal medyanın tüketicinin satın alma davranışına direkt yönlendirmesi zordur. Bireyler ait oldukları toplumun düşüncelerinden etkilenmektedir. Bu sebeple satın alma davranışına yönlendiren birçok etken vardır. Ancak sosyal medya aracılığıyla bir ürünün bilinirliği artmakta ve hızla yayılmaktadır. Sosyal medya, markalar için ucuz maliyetli bir pazarlama aracıdır.

Araştırmalara baktığımızda her sosyal mecranın ve fenomenin hedef kitlesi farklıdır. Buda markaların hedef kitleyi seçmeden önce iyi bir araştırma yaparak, fenomenlerle iş birliği yapmasını gerektiği sonucuna varılmaktadır. Araştırmaların verilerine göre internet üzerinden alışveriş yapan bireyler çoğunlukla kadınları oluşturmaktadır. Örneğin bir makyaj markası Youtube kanalı üzerinden, ürün tanıtımı yapacağı zaman, makyaj yapma içerikleri üreten ve tanıtan sosyal medya fenomenlerini tercih etmektedir. Bu sayede mesaj hedef kitleye istenildiği şekilde aktarılmaktadır.

YÖNTEM

Bu araştırmada yöntem olarak nitel yöntem kullanılmıştır. Nitel araştırmada araştırmacı gerçeği veya uygun olanı aramaz, bireyin düşüncelerini ayrıntılı şekilde anlamayı hedeflemektedir, araştırmada Youtube kullanıcılarının düşünceleri ayrıntılı şekilde analiz edilecektir (Tavşancıl Tarkun, 2000). Nitel araştırmalar duygu ve tutumların ölçümünün araştırılması konusunda yararlıdır, Youtube uygulamasının satın alma dürtüsünü harekete geçirmesini açıklamak amacıyla, nitel araştırma yöntemi tercih edilmektedir (Aydın, 2018). Nitelik araştırmaları, olay ya da durumları sosyal olarak açıklamaya çalışır, bu sebeple bireyin hangi pazarlama faktörlerinden etkilendiği açıklanmak istenmektedir (Arslan, 2012). Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan odak grup görüşmesi kullanılacaktır.

Problem Cümlesi

Sosyal medya fenomenlerinin, tüketicinin satın alma davranışına etkisi nedir?

Araştırma Modeli

Genel olarak, nicel araştırma modeli ve nitel araştırma modeli olan iki araştırma modeli veya araştırma paradigması vardır. Bu çalışmada nitel araştırma modeli kullanılmıştır. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden tarama modeli kullanılacaktır.

Evren

Bu araştırmanın evreni Youtube kullanıcılarıdır.

Örneklem

Araştırmanın örnekleme, Youtube fenomeni Merve Özkaynak'ın takipçilerindedir.

Araştırmada, tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme tekniği kullanılmıştır. Görüşmeye katılan bireyler, Youtube'da en az iki saat geçiren, yakın çevredeki kadın kullanıcılardan oluşmaktadır. Örneklem katılan bireylerin, belirli bir gelir kaynağının bulunması gerekmektedir.

Sosyal medya platformlarından Youtube' in seçilmesinin nedeni, kullanıcılarının giderek artması ve kullanıcılarının da interaktif olması nedeniyle seçilmiştir. Bireyler Youtube kanalında hem üretici hem tüketici konumundadır. Ayrıca bir ürün hakkında yorum yapabilme özelliği sayesinde de araştırmanın evreni olarak tercih edilmektedir. Araştırma Youtube fenomeni Merve Özkaynak'ın takipçilerinden oluşmaktadır. Merve Özkaynak'ın içerikleri

makyaj üzerinedir. Bu sebeple kadınlara hitap etmektedir. Araştırmanın katılımcıları kadın kullanıcılarından oluşmaktadır.

Veri Toplama Aracı

Araştırmada, odak grup görüşmesi ile veriler toplanmıştır. Araştırmada yapılandırılmış odak grup görüşmesi yapılmaktadır. Araştırmacı önceden belirlediği sorulara ve konulara bağlı kalarak görüşmeyi sürdürmektedir. Toplam beş katılımcı ile bir saatlik görüşme yapılmaktadır. Görüşme anında, veriler not alma yoluyla kayıt edilmektedir. Araştırma soruları iki ana bölümden oluşmaktadır. Dört soru genel ve üç soru inceleme sorusudur. İlk dört soru bireyin demografik özelliklerini öğrenmek amacıyla sorulmaktadır. İnceleme soruları ise sosyal medyanın tüketicinin satın alma davranışına etkisini anlamak amacıyla sorulacaktır. Araştırmada Youtube üyeliği olan bireyler belirlenmiş ve görüşme süresi ve mekânı planlanmıştır. Araştırmacılara önceden belirlenmiş sorular sorularak, hepsinden aynı soruya cevap vermeleri sağlanmıştır. Odak grup görüşmesi yapılarak veri toplanmıştır. Görüşme sorularının dört genel ve üç inceleme sorusu olarak sorulması bazı hususlar hakkında daha detaylı bilgiler toplanılmasına olanak sağlamıştır.

Veri Analizi

Nitel araştırma tekniği olarak içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizi yöntemi nitel verilerin nicel verilere çevrilmesine olanak sağlar (Öğülmüş, 1991). Araştırma verileri not tutarak elde edilmiştir. Bu sayede veriler bir bütün olarak değerlendirilip, sınıflandırılmaktadır. Görüşme not alma yoluyla kayıt altına alınmaktadır ve bu sebeple direk kodlama sürecine geçilmektedir. Veriler kodlama listesi sayesinde bölümlere ayrılmış ve kendi içlerinde açıklanmaya çalışılmıştır.

Varsayımlar

1. Sosyal medya tüketicinin satın alma davranışını etkilemektedir.
2. Sosyal medya fenomenleri bireye güven ve samimiyet duygusu vermektedir.
3. Markalar ürün ve hizmetleri sosyal medya aracılığıyla tüketiciye tanıtmaktadır.
4. Sosyal medya sayesinde insanlar birbirleriyle etkileşim halindedirler ve birbirlerinin bir ürün veya hizmet hakkındaki görüşlerine, değerlendirmelerine, istek ve şikayetlerine kolayca ulaşabilmektedirler.
5. Sosyal medya pazarlamada yeni bir ortam oluşturmaktadır.
6. Fenomenler, bir ürünün tanıtımını yaptığında takipçileri de o ürünü satın almaktadır.
7. Markanın imajının tüketicinin zihninde pozitif bir imaj çizmesi açısından sosyal medya iletişimi önemli bir faktördür.
8. Tüketiciler, fenomenleri sempatik bulmaktadırlar.
9. Kadınlar, sosyal medyadan daha fazla etkilenmektedirler ve daha fazla alışveriş yapmaktadırlar.

Sınırlılıklar

Araştırma sosyal medya platformlarından biri olan Youtube'un fenomen olarak kabul edilen Merve Özkayak'ın kadın takipçilerini oluşturmaktadır. Örneklem grubu Özkaynak'ın beş kadın takipçisi ile sınırlıdır. Zaman ve salgın sebebiyle görüşmeciler Ankara iliyle sınırlandırılmıştır. Araştırmanın zaman ve mekân imkanlarının sınırlı olması nedeniyle 1-30 Kasım arasında görüşme gerçekleşmiştir. Bu araştırma Youtube kullanıcılarının katılımıyla oluşturulmuştur. Bu sebeple araştırma bütün sosyal ağları kapsayan gelen veriler elde edilemese bile, sosyal medya fenomenlerinin tüketicinin satın alma davranışını anlamamız açısından önem arz etmektedir.

Bu Çalışmanın Önemli Olan Tanımlarının Açıklaması Aşağıdaki Gibidir:

Sosyal Medya: Sosyal medyanın içeriğini kullanıcı üretmektedir. Kullanıcılar ürettikleri içerikleri başka kullanıcılarla paylaşmaktadır. Kullanıcıları çevrimiçi iletişim kurmaktadır. Farklı amaçlarda birçok kullanıcıyı bir araya getirmektedir.

Fenomen: Fenomen, sosyal ağlarda takipçi sayısı fazla olan, tanınan ve belirli bir kesime önder olup, harekete geçirecek güce sahip olan bireylere verilen addır.

Algı: Algı, bireyin zihninde canlandırdığı ve doğrudan duyuşal gözlemlerle olan bağlantısını içermektedir

Tüketici: Tüketici, kendisi için ya da ait olduğu grup için ürün ve hizmet satın alan veya isterse alabilecek ekonomik güçte olan bireylerdir.

BULGULAR

Çalışmanın bulguları iki aşamadan oluşmaktadır. İlk bölümde bireylerin demografik özellikleri öğrenilmektedir. İkinci aşamada ise çalışmanın içeriğine uygun sorular belirlenerek, sosyal medyanın satın alma davranışını etkileyen unsurları ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Yapılan görüşme sonrasında, tüketiciyi satın almaya yönlendiren sosyal medya unsurları kod listesinde belirlenmiş ve güvenilirliklerinin ne derece geçerli olduğu anlaşılması hedeflenmiştir.

Demografik Özellikler

Çalışmaya katılan bireylerin, kişisel özelliklerinden yaşları, işleri, kazançları, eğitim seviyeleri bilgileri aşağıdaki çizelgede yer almaktadır.

Tablo 1. Kişisel özellikler

Görüşmeciler	Yaş	Meslek	Kazanç	Eğitim durumu
Fatma	23	Gazeteci	2500	Üniversite
Hatice	30	Öğretmen	3500	Üniversite
Ayşe	20	Öğrenci	1000	Üniversite
Şeyma	24	Çevirmen	2300	Y.lisans
Feyza	25	Satış temsilcisi	2000	Üniversite

Araştırmada toplam beş kadın ile görüşme yapılmıştır. Katılımcıların dördü üniversite mezunu biri yüksek lisans mezunudur. Öğrenci olan görüşmecinin aylık kazancı diğer katılımcılardan daha azdır. Bireylerin meslekleri farklı tercih edilmiştir ve gelir düzeyleri 1000-3500 TL arasındadır. Gelir düzeyi en yüksek katılımcı öğretmendir ve ek olarak sosyal medya üzerinden satış yapmaktadır.

Satın Alma Davranışına Yönlendiren Aşamalar ve Sosyal Medya Özellikleri

Çalışmanın bu bölümünde sosyal medya platformu olan Youtube uygulamasında en az 3 saat geçiren görüşmecilerin satın alma davranışına yönlendiren aşamalar incelenmektedir. Araştırmanın bulgularına göre aşağıdaki kod tablosu belirlenmiştir. Bu liste sosyal medyanın satın alma sürecindeki etkisi anlaşılmasına çalışılmıştır.

Tablo 2. Kod Listesi

Talep	Videonun içeriği ile satın alma dürtüsünün harekete geçmesi.
Çeşitlerin belirlenmesi	Ürün yorumları, eleştirileri ve önerileri.
Ürünlerin değerlendirilmesi	Seçim ölçütü.

Talebin Belirlenmesi

Bireyler sosyal medya araçları aracılığıyla diğer kullanıcılar ile etkileşime geçmekte ve bu durum satın alma davranışını yönlendirebilmektedir. Youtube kanalında bireylerin fenomen olarak kabul ettiği içerik üreticisinden etkilenmemesi olanaksızdır. Youtube kanalı bireylerin bilgilenmesi açısından olanaklar sağlamaktadır. Youtube kanalındaki ünlü kabul edilen bireyler ile bir ürüne ihtiyaç oluşturulmakta ve bireylerin algıları satın alma davranışına yönlendirebilmektedir.

Videonun İçeriği ile Satın Alma Dürtüsünün Harekete Geçmesi

Çalışmanın geneline bakıldığında görüşme boyunca bireylerin sosyal medya üzerinden pazarlama yapılmasına pozitif baktıkları görülmektedir. Bireyleri satın alma davranışına yönlendiren süreçte Youtube platformlarındaki fenomenlerin, video içerikleri ve videoların altına yapılan yorumlar bireyi satın alma davranışına yönlendirebilmektedir. Bireyler sosyal medya üzerinden bir ürün satın almadan önce bu ürünü deneyimleyip, kamera karşısında gösteren fenomenlerden etkilenmekte ve onlara güvenmektedirler. Bu sayede bireyin görüşleri değişmekte ve ihtiyacı olmadığı halde bir ürünü satın alma davranışı gösterebilmektedir.

Soru: Merve Özkaynak'ın Youtube kanalında tanıttığı hangi tür içerikler dikkatinizi çeker?

(Fatma) Genellikle Merve Özkaynak'ın tanıttığı makyaj ürünlerinin ve bu ürünleri deneyimlediği içerikleri takip ediyorum. Merve Hanım'ın ürünler hakkında fikirlerine önem veririm ve bilgili olduğumu düşünüyorum. Genellikle onun kullanıp beğendiği ürünleri satın almayı tercih ediyorum. Çünkü çok fazla ürün deneyimliyordum ve hangisinin verdiğimiz paraya değer olduğunu bize bildiriyor. Ürün performansı hakkındaki düşüncelerini kamera karşısında deneyerek kullanıcıya aktarması bana samimi ve daha güvenilir geliyor. Ayrıca diğer kullanıcılar arasında etkileşim sağlayabilmekteyiz. Videonun altına yaptığımız yorumlar sayesinde Merve Özkaynak ile direkt iletişime geçebiliyoruz. Televizyonda ünlü biri ile reklamı yapılan ürün hakkında soru sormamız olanaksız. Oysaki Youtube kanalı ile ürünü tanıtan kişi ile direkt etkileşime geçebiliyoruz. Makyaj yapmayı seven biri olarak, genellikle Merve Özkaynak'ın içeriklerini takip ediyorum. Bir ürünü satın almadan önce o ürünü deneyimlediği içeriği bulup izlemeyi tercih ediyorum.

(Hatice) Genellikle markaların gönderdiği ürünlerin incelenmesini konu alan içerikleri izliyorum. Markaların gönderdiği ürünler, yeni üretilen ürünler oluyor. Bu yüzden piyasaya yeni sunulmuş ürünleri takip etmek için Merve Özkaynak'ın içeriklerini izliyorum. Bu sayede her markanın son ürünlerinden haberim oluyor. Ürünü satın almadan önce deneyimlerini inceleyerek karar veriyorum. Yeni çıkmış bir makyaj ürünün

bana uygun olup olmadığını anlayabilmem için Youtube içerikleri olanak sağlamaktadır. Merve Özkaynak makyaj alanında profesyonelleştiği için onun fikirlerine önem veriyorum.

(Ayşe) Makyaj yaptığı içerikleri izliyorum. Ürün tanıttığı içerikler bana samimi gelmiyor. Ancak kendi makyaj videolarında tanıttığı ürünler, genellikle kişisel olarak kullandığı ürünlerdir diye düşünüyorum. Bu sebeple genellikle kendine makyaj yaptığı içerikleri izlemeyi tercih ederim. Ürünler bir bütün halinde nasıl duruyor ve nasıl kullanılması gerektiği hakkında bilgi sahibi olabiliyorum. Ayrıca Merve Özkaynak'ın içeriklerinde bizimle sohbet etmesini de seviyorum. Sanki karşıdaymışım ve onu canlı canlı izliyormuşum gibi hissediyorum. Uzun zamandır takip ettiğim biri zaten, o yüzden genellikle anlattığı konulara hâkim oluyorum. Bu sebeple daha çok sohbet ettiği içerikleri izlemeyi tercih edebiliyorum.

(Şeyma) Belirli bir içerik türünü takip etmiyorum. O an karşıma ne çıkarsa basıp izliyorum. Bu videolar her konuyu içerebilirler. Örneğin kendini tanıttığı videoyu da izliyorum, ürün tanıttığı videoyu da izliyorum. Genelde Merve Özkaynak her videosunda farklı ürünleri deniyor. Ben genellikle ürünlerden ziyade sohbet ve makyajın sonucunu görmek için videoları izlemekteyim. Çok fazla ürün tanıttığı için takip etmekte güçlük çekiyorum. Bu sebeple karşıma çıkan ne varsa rastgele izlemek en mantıklısı oluyor.

(Feyza) Genellikle makyaj ürünlerini tanıttığı içerikleri izliyorum. Makyaj yapmayı çok seviyorum. Karşımdaki kişinin makyaj yapma tarzını incelemek hoşuma gidiyor. Yeni fikirler oluşmasına olanak sağlıyor. Merve Özkaynak'ın içerikleri sürekli farklılık göstermektedir. Bu sebeple onun videolarını izlemeyi seviyorum. Genelde farklı makyaj ürünlerini deniyor ve tabi farklı tekniklerle deniyor. Bu sebeple genellikle değişik makyaj yaptığı videoları izlemeyi tercih ediyorum. Ama tabi ürünler hakkında yaptığı yorumları ve incelemeleri de izlemeyi seviyorum. Özellikle ürün incelemesi videolarını çok faydalı buluyorum. Her insanın gelir düzeyi bir değil. Son çıkan bütün ürünleri satın alıp deneyimlememiz olanaksız olduğu için başkasının bunu bizim için yapması, cezbedici geliyor.

Sosyal medya uygulamalarından biri olan Youtube'un video içeriklerinden oluşması pazarlamada kullanılabilir en önemli araçlardan biridir. Bireylere bir ürün tanıtırken videolar sayesinde ürünün deneyimlenerek, kamera karşısında incelenmesi ürüne olan güveni artırmaktadır. Bireyler takip ettiği içerik üreticisinin deneyimlerine güvenmekte ve markaya olan ilgi alaka artmaktadır. Fenomenler ürünleri incelemekle kalmayıp, eğlenceli bir içerik oluşturma çabasıdadırlar. Ürünlerin tanıtımlarını kendi üzerlerinde deneyimleyerek, sohbet havasında konuşması, tüketiciye samimi bir ortam oluşturmaktadır.

Ürün Çeşitlerinin Belirlenmesi

Dijital dönemde bireyler bilgiye internet üzerinden zahmetsiz bir şekilde ulaşabilmektedir. Bilgiye ulaşmakta internet teknolojilerini kullanan birey bir ürün satın alacağı süreçte ve sonrasında da interneti kullanmaktadır. Bir ürün veya hizmete ihtiyaç duyan birey öncelikle internet üzerinden bilgi toplamaktadır. Tüketicini kendi deneyimleri veya çevresindeki deneyimler yeterliyse, ek araştırmaya ihtiyaç duymayabilir. Sosyal medya araçları tüketicinin bilgiye kolay ve zamansız şekilde ulaşmasına olanak sağlamaktadır. Bu sebeple bireyler için sosyal medya etkili bir bilgi kaynağı haline gelmiştir.

Ürün Yorumları, Eleştiriler ve Önerileri.

Sosyal medya araçlarını kullanarak bilgiye ulaşmanın en önemli ve etkili yönü ürünler hakkında yorumların, deneyimlerin, eleştirilerin ve önerilerin paylaşılmasına olanak sağlamasıdır. Youtube uygulaması, fenomen bireylerin ürünler hakkındaki düşüncelerinin öneminin yanı sıra diğer kullanıcılara yorum yapabilme izni sayesinde etkili bir bilgi kaynağıdır.

Soru: Youtube kanalında bir ürün veya hizmet hakkında yapılan tavsiyeler ile ait olduğunuz toplumsal çevredeki tavsiyeler arasındaki farklılıklar nelerdir?

(Fatma) Yani benim için yapılan her yorum önemli değildir. Bir ürünü satın alacaksam eğer, ürünü deneyimlemiş bireylerin yorumlarını dikkate almayı tercih ederim. Ayrıca internette alanında uzman kişilere ulaşabilmek çok kolaydır. Bu sebeple genellikle ürünler hakkında yeterli bilgiye ve deneyeime sahip kişilerin içeriklerine bakarım. Ayrıca farklı içerik üreticilerinin deneyimlerini kıyaslayabiliyorum. Özellikle Merve Özkaynak'ın makyaj alanında uzman olduğunu düşünüyorum. Bu sebeple onun deneyimleri ve yorumları daha önemli geliyor. Sadece ürün hakkındaki yorumları okumak yeterli gelmiyor. Bu sebeple videolarda ürünlerin denenmesi ve özelliklerinin tanıtılması, daha güvenilir geliyor. Çevremdeki insanların istediğim her ürünü deneyimlemesi olanaksızdır. Bu sebeple Youtube sayesinde edindiğim veriler çok daha güvenilir geliyor. Çevremde aynı ürünü veya hizmeti kullanan kişilerin sayısının fazla olması güç bir durumdur. Ancak Youtube sayesinde milyonlarca kişinin deneyimlerine ulaşabiliyorum.

(Hatice) Kesinle Youtube içeriklerindeki tanıtılan ürünleri daha güvenli buluyorum. Çalışma ortamımda kadın arkadaşlar bir ürün önerdiklerinde hemen Youtube üzerinden ürün incelenmesine bakıyorum. Yani yine Youtube'u referans alıyorum diyebiliriz. İçeriklerin tanıtılması ve incelenmesi sayesinde işime yarayıp

yaramayacağını anlama imkanım oluyor. Neticede para vereceğim bir ürünün kötü çıkmasını istemem. Ayrıca diğer kullanıcılar ile sürekli etkileşim halindeyimdir. Katıldığım yorumlara like atarak desteklemekteyim. Bu sayede bende deneyimlerimi diğer bireylerle paylaşabiliyorum. Bilgi edinebilmek adına sosyal medya ağlarının çevremdeki kişilerden daha etkili olduğunu söyleyebilirim. Bilmiyorum ama bana daha güvenilir geliyor. Çünkü çok kişi deneyimliyor bu ürünleri ve tecrübelerini bizimle paylaşıyor.

(Ayşe) Aslında ortada bir fark olduğunu düşünmüyorum. Evet fenomenler marka iş birliği yaparak beğenmedikleri bir ürün hakkında dahi olumlu yorum yapabilirler. Ancak ürünü deneyimleyen farklı kullanıcılar bir çıkarları olmadığı için bana daha samimi gelmektedir. Eskiden fenomenler bir ürünü tanıtırken daha samimi ve güvenilir geliyorlardı. Artık takipçilerinin de artması ile fenomenler ile takipçilerin etkileşimi daha da azaldı. Bir insanın aynı süreçte on farklı nemlendirici kremi kullanması bana samimi gelmiyor. Fenomenler artık para karşılığı bu işi yapmaktadırlar. Açıkçası ben Merve Özkaynak'ı izlemeyi seviyorum ancak tanıttığı her ürünü dikkate almıyorum. Ortada ticari bir durum söz konusu iken kişinin görüşlerini açıkça ifade etmesini bekleyemeyiz. Amaç ürünü sattırmak ve markanın imajını olumlu oluşturmaktır.

(Seyma) İnternet üzerinden yapılan ürün tanıtımlarına güvenmektense yakın çevrem önerilerini dikkate almayı tercih ederim. Aslında hiç ürün almam demiyorum ama çevremdeki insanların düşünceleri daha ağır basıyor. Eğer ürünü fenomen sürekli kullanıyor ve ısrar ediyorsa alabilme olasılığım vardır. Ancak fenomenin tanıttığı ürün ile çevremdekilerin görüşleri uyuşmuyor ise daha detaylı bir araştırma yaparım. Genellikle bir makyaj ürününün tanıtımına denk geldiğimde ve dikkatimi çektiğinde ürünün mağazasına gidip kendim denemek istiyorum. Eğer beğenirsem ürünü satın alıyorum. Yani yakın çevrem veya internet deneyimleri benim için sadece bir yol göstericidir. Ürün hakkında bilgi toplarım ama ürünü satın almada son karar yine benim deneyimimdir.

(FeYZa) Sosyal medya kanalları sayesinde bir ürün hakkında bilgiyi hızla elde edebiliyorum. Aynı zamanda milyonlarca kullanıcı içerik hakkında yorum yapabiliyor. Makyaj yapma ve öğrenme konusuna çok fazla zaman ayırıyorum. Çevremdeki insanların deneyimleri yeterli gelmiyor. Youtube videolarındaki içerikler sayesinde ürünler hakkında bilgi edinebiliyorum ve makyaj yapmayı öğrenebiliyorum. Ayrıca hiç kendimi yormadan, mağazadan mağazaya gezmeden, uğraşmadan bilgiye ulaşmak daha kolay geliyor. Çevremdeki insanların bu konuda yeterli olduğunu düşünmüyorum.

Görüşmeye katılan bireylerin cevaplarına baktığımızda, genellikle diğer kullanıcıların sayısının çok fazla olması ve bu sebeple farklı bireylerin deneyimlerine kolay ve hızlı bir şekilde ulaşmayı olanaklı hale getiren Youtube kanalı ürün hakkında bilgi toplanması açısından oldukça fazla kullanılmaktadır. Fenomenlerin tanıttıkları ürünlerden etkilenen katılımcılar aynı zamanda içeriklerin altına yorum yapan yabancı bireylerinde görüşlerine önem vermektedirler. Verilen cevaplara baktığımızda birey, fenomenin marka iş birliği ile tanıttığı ürünü, samimi bulmayabiliyor. Ticari amaçlar ile ürün tanıtımını yapan fenomen kişi yerine daha samimi ve bir çıkarımın olmayacağını bildiği normal kişilerin yorumlarına güvenebilmektedir. Sonuç olarak markalar, tüketiciyi etkileyebilmek adına, daha samimi ve abartısız tanıtımlar yaparak, marka imajını olumlu yönde etkileyebilir. Cevaplardan elde edilebilecek bir diğer sonuç ise bireyler bir ürünü satın almadan önce kendi mağazasında deneyimleyerek yine internet ortamından sipariş verebilmektedir. Birey bilgiye bizzat kendi ulaşmak isteyebilmekte ve kendi deneyimlerine göre satın alma davranışında bulunabilmektedir. Sosyal medya ve bireyin çevresindeki insanlar tüketiciyi satın alma davranışına yönlendirebilir. Ancak internet teknolojilerinin hızla gelişmesi, tüketicinin satın alma davranışını da etkilemektedir. Birey ürünler hakkında bilgiye internet ile daha hızlı ve kolay ulaşabilmektedir.

Ürünlerin Değerlendirilmesi

Bireyler, ürünler veya hizmetler hakkında yeterli bilgiyi topladıklarında, marka terciğini yaparken bazı değerlendirmeler sayesinde hangi ürünü satın alacağına karar vermektedirler. Tüketici, ürünün veya hizmetin kalitesine, maliyetine, tasarımına, değişim olanağına ve garantisine bağlı olarak değerlendirmelerde bulunmaktadır (İslamoğlu ve Altunışık, 2008). Ayrıca bireyin önceki deneyimleri, psikolojik durumu da değerlendirmesini etkileyebilmektedir.

Seçim Ölçütü

Çalışmanın değerlendirme kapsamında, görüşmecilerin ürün veya hizmet hakkındaki beklentilerini anlayabilmek için soru sorulmuştur.

Soru: Youtube uygulamasında tanıtılan ürün veya hizmetler arasında bir tercih yaparak, satın alacaksınız hangi ölçütleri kullanırsınız?

(Fatma) İçerikler farklı ürünlerin tanıtıldığı ve dikkat çekici olmalıdır. Yani sürekli gördüğüm, diğer reklamlardan farklı olmalı ki ancak öyle dikkatimi çekebilir. Ürün tanıtılırken sürekli enformasyona maruz kalmak

istemem. Bana sıkıcı ve abartılı cümleler samimi gelmiyor. Ürünün gerçekten özelliklerinin anlatıldığı ve uygulandığı videolar dikkatimi çekmekte ve satın alma düşüncesini aklıma getirmektedir. Aslında ürünün beni heyecanlandırması gerekmektedir. Eğer Merve Özkaynak'ın tanıttığı bir ürünü videosunda kullandığımda, satın almak istersem, ne olursa olsun satın alırım. Beğenmesem bile aldığımdan dolayı tatmin olurum. Benim için en önemli kriter ürünün gösterişli ve kadınsı olmasıdır. Tanıtımda fenomenin ısrarla övdüğü bir ürünü satın almak isterim.

(Hatice) Bir ürünü satın alırsam bildiğim bir markayı tercih etmekteyim. Eğer tanıtılan ürün aşırı çok beğenilirse markası önemli değildir. Ayrıca ürüne ulaşabileceğim satış siteleri de karar vermeme etkileyebilmektedir. Alışveriş yapacağım sitenin güvenilir olması gerekmektedir. Ödeme ve iade konusunda tecrübeli sitelerin ürünlerini tercih etmekteyim. Yani Youtube üzerinden bir ürün pazarlansa ve aşırı beğensem dahi güvenilir bir sitede satılmıyor ise asla almam. Fenomen tanıtılan ürünlerin bütün özelliklerini bilmek isterim. Eğer kafama takılan sorular varsa hemen yorum yaparak sorularımı diğer kullanıcılar ile paylaşırım. Yeterli bilgiye ulaşmadan bir ürünü satın almam. Ürünün kalitesi ve ambalajı da benim için önemli bir kriterdir. Her insanın alamayacağı değişik ve pahalı ürünleri deneyimlemek hoşuma gidiyor.

(Ayşe) Benim için en önemli etken ürünün maliyetidir. Genellikle bütçeme uygun ürünlere yönelmekteyim. Ama ürün hoşuma giderse ve beğenisi çok fazlaysa satın almak isterim. Bu sebeple mali olarak çok zorluk çektiğim olmuştur. Ayrıca ürün çok iyi tanıtılmalıdır. Aklımda hiç soru kalmamalıdır. Eğer ürün içime sinmezse asla satın almam. İşime yaramayacak bir ürüne sırf tanıtımı iyi diye para vermek istemem. O yüzden tanıtımın samimiyeti önemli ve diğer kullanıcıların yorumları önemlidir. Merve Hanım'ı takip eden kişi sayısı çok fazla bu yüzden onun içeriklerine ve ürünlerine güveniyorum. Öyle olmasa bu kadar fazla insan onu takip etmezdi diye düşünüyorum.

(Şeyma) Ürün satın alırken öncelikle kendi deneyimlerim ön plandadır. İhtiyacımdan fazlasını almamaya özen göstermekteyim. Eğer bir ürüne gerçekten ihtiyacım varsa bilgi toplarım ve ürünün markasına bakarak satın alırım. Sürekli kullandığım ve güvendiğim markanın ürününü almak tercihimdir.

(Feyza) Ürünün tanıtımında kullanılan her detaya dikkat ederim. Fenomen ürünü kendi bedenini kullanırken videosunu çekip atmalıdır. Bizzat deneyimlediğini görmek istiyorum. Yoksa ürün hakkında kafamda soru işaretleri oluşmaktadır. Ürünün bütün özelliklerini öğrenmeliyim ve tabii uygulanmasını görmeliyim. Bildiğim markanın ürünlerine daha fazla güveniyorum. Ancak ürünü alacağım sitenin bilindik olması gerekir.

Görüşmenin sonucunda bireylerin sosyal medya üzerinde tanıtılan ürün ve hizmetlerin özelliklerinin söylenmesi yanı sıra çarpıcı reklamlarda bekledikleri gözlemlenmektedir. Tüketici ürünü beğense dahi, satın alabilmesi için güvenilir bir aracı istemektedir. Reklamların samimi, sade ve abartısız olması beklenmektedir. Bireyler eğlenme ve vakit geçirme amaçlı Youtube videoları izlemektedir. Bu sebeple sürekli enformasyonun ve mesajın verildiği içeriklerin izlenme oranı düşebilmektedir. Cevaplara göre katılımcılar bilgilenmekle birlikte eğlenmek ve hoş vakit geçirmek istemektedir. Bu sebeple sohbet havasındaki içerikler daha fazla izlenmektedir. Ürünün tanıtım süreci, sitenin özelliklerine göre uyarlanmalıdır. Youtube kanalında ürün tanıtılırken sözden daha fazla görsellik kullanılmalıdır. Fenomenlerin ürünleri deneyerek, tanıtım yapması beklenmektedir.

SONUÇ

Araştırmaya katılan bireylerin, Youtube platformunda oluşturulan pazarlama stratejilerine verdikleri cevaplar, çalışmanın genelini oluşturmaktadır. Cevaplara göre satın alma aşamasında tüketicinin dikkatini çeken en önemli etken reklamların farklı, eğlenceli, sade ve dikkat çekici olması, Youtube kullanıcılarının paylaştığı deneyimler, yorumlar, tavsiyeler satın alma sürecini etkilemektedir. Tüketici, alanında uzman kişilerin tanıttıkları ürünleri daha güvenilir bulmaktadır. İçerikleri videolardan oluşan Youtube platformu, ürünlerin tanıtılması ve denenmesi açısından önemli bir özelliğe sahiptir. Videoda içerik olarak kullanılan ürünler, tüketicinin dikkatini çekmektedir ve markanın imajını olumlu yönde etkilemektedir.

Markalar, kampanyaları hakkında bilgi vermek için sosyal medya araçlarını kullanmaktadır. Markalar, özellikle fenomenlerin takipçilerine verdikleri özel indirim kodlarıyla, tüketiciyi ürünü almaya yönlendirmektedir. Bu sayede birey bir kendini özel hissetmekte ve fırsat yakaladığını düşünerek ürünü satın alabilmektedir. Youtube üzerinden tanıtılan bir ürünü satın almak isteyen birey ya mağazaya gidip direk kendi almaktadır ya da online internet sitelerinden almaktadır.

Araştırmadan anlaşılıyor ki internet teknolojilerinin pazarlamaya etkisi oldukça fazladır. Markalar sosyal medya ağlarını kullanarak, tüketiciyi tek bir mesajla satın alma davranışına yönlendirebilmektedir. Kitleler ile marka arasındaki bağı ise fenomenler oluşturmaktadır. Ancak sürekli ürün tanıtımı ve deneyimlenmeyen ürünlerin pazarlanması kullanıcılara samimi gelmeyebilir. Tüketici, Youtube videolarındaki tanıtılan ürünlerin, para karşılığı tanıtıldığı fark edebilmektedir. Buda fenomenin güvenilirliğini ve samimiyetini etkilemektedir. Bireyler, sürekli maruz kaldıkları reklamlara ve tanıtımlara karşı, savunma geliştirebilmektedir. Algıda duyarsızlık oluşmasının sonucu olarak, marka mesajı istediği şekilde aktaramayabilir. Tüketici internet reklamlarını hemen görmek isteyebilir. Youtube içeriklerinin videolardan oluşması, markalar için büyük bir avantaj oluşturmaktadır.

Fenomenlerin videonun içeriğine ürünü gizleyerek tanıtması, tüketicinin farkında olmadan reklama maruz kalmasını sağlamaktadır. Ancak Youtube içeriklerinin işleyişinin dışında kalan reklamlar, bireyin savunmaya geçmesini sağlayarak, alakalarını başka yöne yönlendirebilmektedirler. Görüşme sonuçlarına göre Youtube kanalını bir pazarlama aracı olarak gören üreticilerin gayretleri istenilen hedefe ulaşamayacağı sonucuna varılmaktadır. Çünkü tüketici reklamlara olumsuz tepkiler verebilmektedir. Bunun sonucunda markanın imajı tüketicinin zihninde olumsuz çağrışımlarda bulunabilmektedir.

Sosyal medya kullanıcıları ürün satın almadan evvel kesinlikle ürün hakkında bilgi toplamaktadır. Araştırmanın verilerine göre bireyler sosyal medya kanallarındaki kişilerin fikirlerine ve deneyimlerine önem vermektedir. Bazı bireyler yakın çevresinden etkilense dahi sosyal medya üzerinden araştırmasını yapmaktadır. Bireyler ürün tanıtan fenomenlerden daha çok, diğer kullanıcıların yorumlarından etkilenmektedirler. Fenomenlerin giderek artan ürün tanıtımları, kullanıcının onlara olan güvenini azalttığı söylenebilmektedir. Bu aşamada markalar fenomenleri aracı olarak kullanmalı ve tüketicilerle iletişimini kuvvetlendirerek pozitif bir imaj oluşturmaktadır. Markaların sosyal medya kanallarında şeffaf ve iletişime açık olması tüketicinin üzerinde olumlu bir etki oluşturmaktadır. Üreticiler Youtube üzerinde edindikleri bilgileri, diğer pazarlama alanında da kullanması gerektiği sonucuna varılmaktadır. Youtube üzerinde olumlu bir imaj oluşturan marka, gerçek anlamda istenilen etkiyi göstermediği noktada, tüketici hayal kırıklığına uğrayabilir. Markanın istenileni karşılamaması ürün tanıtımı yapan fenomenin de imajını olumsuz etkileyebilmektedir.

Youtube kullanıcılarının sayısı günden güne artmakta ve sosyal medya pazarlaması giderek popülerlik kazanmaktadır. Markalar ürün tanıtımında ve pazarlanmasında Youtube aracılığıyla tüketiciye ulaşmak zorundadır. Rekabetin arttığı pazarlama alanında, sosyal medya büyük bir avantaj sağlamaktadır. Büyük bir kitle tarafından izlenen video içerikleri, tüketiciye güven vererek satın almasını teşvik etmektedir.

Tüketici, videoları izleyerek, ihtiyacı olmayan bir ürünü satın alma davranışına yönlendirilmektedir. Video içerikleri bireylerin dürtülerini harekete geçirmektedir. Youtube kanalı video içeriklerinden oluşması sebebiyle tüketicinin satın alma sürecini hızlandırmaktadır. Çünkü tüketici, ürünü görmekte, denemiş halini izlemekte ve ürünü e-ticaret siteleri aracılığıyla anında satın alabilmektedir.

Çalışmaya katılan görüşmecilerin satın alma davranışını bakılacak olursa, çoğunlukla ağızdan ağıza pazarlama yolunu kullanarak etkili bir veri toplama ve analiz yöntemi olarak kullandığı söylenebilir. Youtube platformu, bireylerin birbirleriyle iletişim kurmasına olanak sağlamakta, deneyimlerini paylaşmasına izin vermekte ve veri ihtiyacını sağlayan etkin bir iletişim kanalıdır. Markalar yeni ürünlerini büyük kitlelere sosyal medya aracılığıyla tanıtabilir ve satın alınmasını sağlayabilmektedir. Ürün tanıtımında güvenilir ve alanında uzman fenomenlerin kullanılması, ürünün satın alınmasına fayda sağlamaktadır. Marka ürün veya hizmeti pazarlayacağı hedef kitleyi belirlemeli ve Youtube fenomenini bu doğrultuda seçmelidir. Yanlış hedef kitle seçiminde, marka mesajı kitleye istenildiği şekilde aktarımaz. Ayrıca belirlenen hedef kitlenin hangi fenomeni takip ettiğini belirlemek, ürünün satın alınmasını etkilemektedir.

Araştırma ile bireylerin Youtube platformu üzerinden yapılan pazarlama süreci hakkında bilgi sahibi oldukları ve süreci yakından takip ettikleri sonucuna ulaşılmaktadır. Görüşmelerin sonucunda, Youtube içeriklerinin tüketicinin satın alma davranışında etkili olduğu sonucuna varılmaktadır. Youtube videoları sayesinde markaların bilinirliği artmaktadır. Araştırmaya göre bireylerin satın alma sürecini en çok etkileyen unsurlar, eğlenceli, olağandışı, etkileyici içeriklerdir. Bireyin dikkatini çeken farklı içerikler, mesajın hedef kitleye fark edilmeden aktarılmasına olanak sağlamaktadır. Ancak sosyal medya üzerinden tanıtılan bir ürünün satın alınmasını etkileyen en önemli unsur, diğer kullanıcıların yorum ve deneyimleridir.

KAYNAKÇA

- Akçal, G. N. (2020). *Sosyal medya pazarlamasının tüketici davranışı ve satın alma üzerindeki etkisi*. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Hacı Bayram Veli Üniversitesi.
- Akova, S., ve Aslan, M. (2018). Kültürel markalaşma uygulamalarında algı yönetiminin önemi. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 2 (3), 125-136.
- Aksoy, H. (2019). Türk tüketicilerin lüks ürün satın alma davranışları üzerinde dinin etkisinin analiz edilmesi. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 18.2, 581-596.
- Altınbaşak, İ. ve Karaca, E. S. (2009). *İnternet reklamcılığı ve internet reklam ölçülmesi üzerine bir uygulama*. Ege Akademik Bakış.
- Altunışık, R., Özdemir, Ş., ve Torlak, Ö. (2012). *Modern Pazarlama*. Değişim Yayınları.
- Altunışık, R. (2006). *Modern pazarlama*. Değişim Yayınevi.
- Arklan, Ü., ve Akdağ, M. (2016). Gündelik yaşamın sosyal medyası, sosyal medyanın gündelik yaşamı: İlişkisel ve etkileşimsel perspektiften uygulamalı bir çalışma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*. 7 (16), 16-34.
- Aslan, T. (2020). *Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kaygılarının sosyal medya bağımlılıklarını yordayıcı rolünün incelenmesi*. [Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi], Çağ Üniversitesi.
- Aslan, A. ve Ünlü, D. (2016). Instagram fenomenleri ve reklam ilişkisi: Instagram

- fenomenlerinin gözünden bir değerlendirme. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 3 (2), 41-65.
- Arslan, M. (2012). Araştırma Yöntem ve Teknikleri. Ders Notları. Harran Üniversitesi.
- Avcılar, M. Y., Demirgüneş, B. K., ve Açar, M. F. (2018, 01). Instagram Reklamlarında Ürün Destekçisi Olarak Sosyal Medya Fenomeni Kullanımının Reklama Yönelik Tutum ve E-WOM Niyetine Etkilerinin İncelenmesi. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*. 21: 1-27.
- Ayaydın, H., Durmuş, S., ve Pala, F. (2017). Gri ilişkisel analiz yöntemiyle Türk lojistik firmalarında performans ölçümü. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*. 8(21): 76-94.
- Aydın, N. (2018). Nitel araştırma yöntemleri: Etnoloji. *Uluslararası Beşeri ve Sosyal Bilimler İnceleme Dergisi*. 2 (2), 60-71.
- Aygül, E. (2010). *Yeni medyada nefret söylemi*. Kalkadan Yayınevi.
- Ayhan, A. ve Çakmak, F. (2018). Türkiye’ye yönelik algı operasyonlarının dijital medyaya yansımaları. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (29. Özel Sayısı), 11-35.
- Ayhan, A. (2007). *Propaganda nedir? propaganda ve halkla ilişkiler ekseninde A.B.D. dış politikası*. Literatürk yayınları.
- Aziz, A (2014), *Siyasal iletişim*. Nobel Yayın Dağıtım.
- Bacaksız, P. (2017). Sosyal medyada tüketim algısı ve kadın tüketicilerde satın alma davranışına olan etkisi. *Yorum Yönetim Yöntem Uluslararası Yönetim Ekonomi ve Felsefe Dergisi*. 5 (1), 43-54.
- Balaban Salı, J. (2015). Araştırma Önerisi Hazırlama. Yıldırım, B. (Ed.). *İletişim Araştırmalarında Yöntemler Uygulama ve Örneklerle*. Literatürk Academia.
- Başer, A. (2014). *Sosyal medya kullanıcılarının kişilik özellikleri, kullanım ve motivasyonlarının sosyal medya reklamlarına yönelik genel tutumları üzerindeki rolü: Facebook üzerine bir uygulama*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi.
- Bayındır, B. (2017). İletişimin iki aşamalı akış modelinin yeniden yorumlanması. *The Turkish Online Journal Of Design Art And Communication*, 7 (4), 599-610.
- Bektaş, A. (2013). *Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi*, 4. Basım, Bağlam Yayıncılık.
- Biro, M. ve Bakır, Z. (2019). Instagram fenomenlerinin paylaşımları üzerinden göstergebilimsel bir inceleme. *The Journal of International Scientific Researches*, 4 (2), 195-221.
- Bor, H. M., ve Erten, A. (2019). *Dijital çağın mesleği nasıl Influencer olunur?* Hürriyet Kitap.
- Bozkurt, G. Ş. (2020). *Sosyal medyada Parasosyal etkileşim: Sosyal medya fenomenlerinin tüketicilerin marka algısına etkisinin değerlendirilmesi*. (Yayımlanmış Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi.
- Burucuoğlu, M. ve Erdoğan Yazar, E. (2019). Youtube’da fenomen performanslarının ölçülmesi üzerine bir araştırma. *Journal of Business in The Digital Age*, 2 (2), 69-78.
- Çabuk, S. ve Yağcı, M. İ. (2003). Pazarlamaya çağdaş yaklaşım. Nobel Yayınları.
- Çakır, S. Y. (2010). *Teknolojinin pazarlama iletişimine etkileri*. Nobel Yayınları
- Cevher, M. F. (2019). *Sosyal medya fenomenlerinin tüketici algısı ve satın alma niyeti üzerine etkisi*. (Doktora Tezi). Beykent Üniversitesi.
- Coşkun, H., Gençdoğan B., Karagöz B., Ebrin F. G., Özgöz, A., Belber, B. G., Kara, M., Yücel, N., Yıldız, S., Divanoğlu, S. U., Karaca, Ş. ve Akçi, Y., (2014). *Tüketici davranışları*. Mustafa Paksoy ve Mehmet Kara (ed). Lisans Yayıncılık.
- Demircen, Ö. (2020). *Sosyal medya reklamlarında tüketici algılarının reklamı izleme davranışı üzerine etkisi: Youtube’daki reklamlara yönelik bir uygulama*. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Bülent Ecevit Üniversitesi.
- Demircan, Ö., ve Aksoy, R. (2020). Sosyal medya reklamlarında tüketici algılarının reklamı izleme davranışı üzerine etkisi: Youtube’daki reklamlara yönelik bir uygulama. *Akademik MATBUAT*, 4 (1), 27-56.
- Doğan, B. Ö. (2015). *Online reklamcılık*. Köprü Kitapları.
- Dökmen, Ü. (2018). *Sanatta ve günlük yaşamda iletişim çatışmaları ve empati*. Remzi Kitabevi.
- Durmaz, Y. (2008). *Tüketici davranışları*. Detay Yayınları.
- Elbaşı, G. Y. (2015). *Sosyal medyada pazarlama: sosyal medyada kullanıcı motivasyonunun üniversite öğrencilerinin sosyal medya pazarlama algısına ilişkin bir uygulama*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Engin, F. (2011). *Uzun yaşanmışlıkların, kısa anlatımıyla tüketimde tüketici*. GDK Yayınları.
- Eraslan, L. (2018). *Sosyal medya ve algı yönetimi: Sosyal medya istihbaratına giriş*. Anı Yayıncılık.

- Erdem, A. (2006). *Tüketici Odaklı Bütünleşik Pazarlama İletişimi*. Nobel Yayıncılık.
- Erdoğan, İ., ve Korkmaz, A. (2005). *Öteki Kuram*. Erk Yayınları.
- Erkan, İ. (2020). YouTube kullanma amacının Youtube’da yapılan marka iş birliklerine yönelik tutuma etkisi. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21 (1), 128-145.
- Eru, O., Çelik, I. K., Çelik, S., ve Cop, R. (2018). Kaynak olarak Youtuber’a güvenilirliğin ve marka güveninin gençlerin satın alma niyetine etkisi. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 14(2), 219-238.
- Fırat, D. (2017). *Sosyal medya pazarlaması: Instagram’dan satın almanın değerlendirilmesine etki eden faktörler*. Beta Basım Yayın.
- Gökçe, O. (2002). *İletişim Bilimine Giriş*. Turhan Kitapevi.
- Gülmez, M. (2011). İnternet üzerinde ağızdan ağıza pazarlama uygulama örnekleri. *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, (1), 29-36
- Gülsünler, M. ve Tahmaz, Ş. (2020). Siyasal İletişim ve Algı Yönetimi İlişkisinin İdeolojik Açıdan Değerlendirilmesi: Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7 (1), 321-344.
- Haşiloğlu, S., Baran, T., ve Aydın, O. (2015). Pazarlama Araştırmalarındaki Potansiyel Problemlere Yönelik Bir Araştırma: Kolayda Örnekleme ve Sıklık İfadeli Ölçek Maddeleri. *Pamukkale İşletme ve Bilişim Yönetimi Dergisi*. (1), 19-28.
- Hügül, H. (2011). *İnegöl olaylarının basında sunuluşunun algı yönetimi kapsamında analiz edilmesi*. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Kara Harp Okulu.
- İnceoğlu, M. (2010). *Tutum, algı, iletişim*. Beykent Üniversitesi Yayınları.
- İnce, M., ve Bozyiğit, S. (2018). Tüketicilerin Instagram reklamlarına karşı tutumlarının satın alma davranışları üzerindeki etkisi: Y ve Z kuşağı üzerine bir araştırma. *Beykoz Akademi Dergisi*, 6 (2), 39-56.
- İslamoğlu, A. H. ve Altunışık, R. (2008). *Tüketici davranışları*. Beta Yayınları.
- Kara, T. ve Özgen, E. (2012). *Sosyal Medya/Akademi*. Beta Yayınları.
- Karasar, N. (1994) *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. 5. Basım, 3A Araştırma ve Eğitim Danışmanlık.
- Karsak, B., ve Sancar, G. A. (2017). *Halkla İlişkilerde Yeni Nesil Kanaat Önderleri Kullanımı: Snapchat Üzerine Niteliksel Bir Araştırma*. 1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı. (315-232).
- Kaplan, M. (2019). *Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri, sosyal medya kullanım amaçları ve bağlanma stilleri arasındaki ilişkinin incelenmesi*, [Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi], Gaziantep Üniversitesi.
- Kaya, M. (2020). Satın alma davranışında yorumların rolü: Trendyol müşterileri üzerinden bir değerlendirme. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. 7 (1), 49-67.
- Kaymaz, Ö. T. (2013). *Kanaat önderi kavramının yeni mecrası*. II. International Conference on Communication, Media, Technology and Design, (s. 357-359).
- Kaynak, N, B. (2020). *Sosyal medya uygulamalarında çocukları hedef alan reklamlar: Youtube üzerine bir inceleme*. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Erciyes Üniversitesi.
- Kılıçer, K. (2008). Teknolojik yeniliklerin yayılmasını ve benimsenmesini arttıran etmenler. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 209-222.
- Kırcova, İ. ve Enginkaya, E. (2015). *Sosyal medya pazarlama*. Beta Yayıncılık.
- Koç, E. (2013). *Tüketici davranışları ve pazarlama stratejileri*. Seçkin Yayıncılık.
- Koçak, A., ve Arun, Ö. (2013). İçerik analizi çalışmalarında örneklem sorunu. *Selçuk İletişim*. 4 (3), 21-28.
- McQuail, D., ve Windahl, S. (2005). *İletişim Modelleri*. (K. Yumlu, Çev.) İmge Kitapevi.
- Mutlu, B. ve Bazarıcı, S. (2017). Marka işbirlikleri için yeni bir alan: Youtube içerik üreticileri ve kanal toplulukları üzerine Netnografik bir araştırma. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. (27), 28-45.
- Mutlu, E. (2000). *İletişim Sözlüğü*. Sofos Yayınları.
- Nardalı, S. ve Balkan, E. (2019). Sosyal medya fenomenleri: Instagram ve kozmetik sektöründe bir uygulama. *İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2 (2), 176-187.
- Odabaşı, Y. ve Barış, G. (2005). *Tüketici davranışı*. Mediacat Yayınları.
- Okumuş, A. (2013). *Tüketici davranışı “teorik ve uygulamalı bir yaklaşım”*. Türkmen Yayıncılık.
- Öğülmüş, S. (2019). İçerik çözümlemesi. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES)*, 24 (1), 213-228.
- Özdemir, M. (2010). Nitel veri analizi: Sosyal bilimlerde yöntem bilim sorunsalı üzerine bir

- çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (1), 323-343.
- Özçiğci, V. (2020). Sosyal medyanın tüketicilerin satın alma niyeti üzerindeki etkisi. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 6 (1), 206-223.
- Özkaya, B. (2010). Reklam aracı olarak Advergaming. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F.Dergisi*, 455-478.
- Parlak, F. (2010). *Sosyal medya ve tüketici satın alma karar sürecine etkileri: nitel bir uygulama*. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Dumlupınar Üniversitesi.
- Pustu, Y. (2017). *Algı yönetimi: Kavramsal ve teorik bakış açısı*. Alfa Yayınları.
- Sarıtaş, A. (2019). Sosyal Medya Reklamlarında Fenomen Kullanımı ve Reklam İzleme Tercihi. *The Journal of International Scientific Researches*. 3(4): 62-74.
- Sarıtaş, A. ve Karagöz, Ş. (2017). Sosyal medya kullanımının tüketici davranışlarına etkisi: Üniversite öğrencileri örneği. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum Eğitim Bilimleri ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 6 (17).
- Saydam, A. (2017). *Algı yönetimi*. Remzi Kitabevi.
- Sevinç, S.S. (2015). *Pazarlama iletişimde sosyal medya*, Optimist Yayın ve Dağıtım.
- Silah, M. (2005). *Sosyal psikoloji*. Seçkin Yayıncılık.
- Sönmez, E. (2019). *Sosyal medya fenomenlerinin tüketicilerin marka tercihine etkisi: Kozmetik markaları üzerine bir araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi.
- Şahin, B. (2020). *Dijital kanaat önderlerinin sosyal medya perspektifinde tüketici satın alma karar sürecine etkisi*. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi.
- Şahin, E., Çağlıyan, V., ve Başer, H. (2017). Sosyal medya pazarlamasının tüketici satın alma davranışına etkisi: Selçuk Üniversitesi İ.İ.BF Örneği. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 10 (4), 67-86.
- Şener, A., ve Yücel, S. (2020). Sosyal Medyanın Y Kuşağı Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkisi: Bir Literatür İncelemesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. (65), 265-284.
- Şimşek, G. (2020). *Youtuberların satın alma niyeti üzerindeki etkisi: reklam sektörü çalışanları ve reklamcılık öğrencileri üzerinde bir araştırma*. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Bahçeşehir Üniversitesi.
- Şişman, S. (2020). *Türkiye’de sosyal medya pazarlama faaliyetlerinin tüketicilerin satın alma davranışı üzerine etkileri ve sosyal medya kullanan tüketicilerin satın alma tercihlerini belirlemeye yönelik bir uygulama*. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Ufuk Üniversitesi.
- Taş, İ. (2017). Ergenler için sosyal medya bağımlılığı ölçeği kısa formunun (SMBÖKF) geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Online Journal of Technology Addiction & Cyberbullying*, 4(1), 27-40.
- Taylan, A. (2015). Nitel ve Nicel Araştırmalarda Evren ve Örneklem Seçimi ve sorunlar. Yıldırım, B. (Ed.). *İletişim Araştırmalarında Yöntemler Uygulama ve Örneklerle*. Konya: Literatürk Academia.
- Tavşancıl Tarkun, E. (2000). Nitel araştırmalar. *Öneri Dergisi*. 3 (14), 29-34.
- Tombul, I. (2020). Netnografik analizle Türkiye’de YouTuberlar ve değişen ahlaki panik fenomeni. *Erciyes İletişim Dergisi*. 7 (2), 789-811.
- Uludağ, Ö. (2020). Koronavirüs enfeksiyonları ve yeni düşman: Covid-19. *Adıyaman Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*. 6 (1), 118-127.
- Utma, S. (2018). Dijital çağda medyanın psikolojik gücü: Algı yönetimi perspektifinden kuramsal bir değerlendirme. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22 (Özel Sayı 3), 2903-2913
- Uyar, A. (2018). Fikir liderinin ağızdan ağıza pazarlama yoluyla tüketici satın alma davranışı üzerindeki etkisi: akıllı telefon kullanıcıları üzerine bir çalışma. *Business ve Management Studies: An International Journal*, 6(2), 656-674.
- Uzuner, Y. (1999). *Niteliksel araştırma yaklaşımı*. T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları. No: 601. Ünite 9:175-190.
- Vural, B. A., ve Bat, M. (2010). *Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine yönelik bir araştırma*. Yaşar Üniversitesi.
- Yaylagül, L. (2006). *Kitle İletişim Kuramları*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yaylagül, Ş. (2017). Sosyal medya fenomenlerine bağlanmışlığın belirlenmesi: yükseköğretim öğrencileri üzerine bir uygulama. *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(3) pp. 232.
- Yoldaş, M., ve Özyayın, H. (2017). Sosyal medya üzerinden yapılan reklamların satın alma davranışı üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik bir uygulama. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*. 4 (12), 781-794.

Yıldız, M. L. (2019). Algılanan kişi-örgüt uyumu, tanınırlık, imaj, örgütsel çekicilik ve işe başvurma niyeti arasındaki ilişkilerin yapısal eşitlik modellemesi ile incelenmesi. *MU İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2013, 34(1), 153-173.

Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2006), *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. 6. Baskı, Seçkin Yayıncılık.

TÜRKİYE’DE KADININ İŞ HAYATINDAKİ KONUMU: GÖZ ARDI EDİLENLER

Hande ORTAY

İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü, İstanbul, Türkiye,
handeortay611903@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9553-5910>

ÖZET

Yüzyıllar boyunca kadınlar, üretimin her aşamasında yer almışlardır. Ülkenin ekonomik kalkınmasında önemli katkıları olan kadınlar, işgücü piyasasında günümüzdeki pozisyonlarını çetin uğraşlar sonucu elde etmişlerdir. Yapılan araştırmalar neticesinde, dereceleri aynı çıkmasa da kadınlar işgücü piyasasında, çeşitli problemlerle karşılaşmaktadırlar. Bu problemlerin başında mesleklerin “kadın işi” ve “erkek işi” şeklinde ikiye ayrılarak, ayrımcılık yapılması gelmektedir. Cinsiyete yönelik ayrımcılık ve sosyo-kültürel değer yargıları, kadının iş hayatındaki konumunu etkileyen durumlardan birkaçıdır.

Piyasanın etkinleştirilmesi, kadına yönelik istihdam politikaları ve gelişimi ile ilişkilidir. Kadının iş hayatındaki pozisyonunun iyileşmesi, ülkelerin ekonomik kalkınma sürecine olumlu olarak yansır ve kadının toplum içindeki önemini daha da artırır. Bu araştırmada, Türkiye’de kadınların iş hayatındaki konumu, göz ardı edilenler, cinsiyet eşitsizliği ile ilgili karşılaştıkları problemler belirlenmekte, sebepleri araştırılmakta ve sorunların çözümü kadınların bakış açısıyla irdelenmektedir. Araştırmanın amacı, ülkemizde çalışan kadınların iş hayatındaki konumlarını düzelterek, onları geliştirecek istihdam politikalarına yön vermektir.

Giriş bölümünde çalışan kadının konumu, amacı ve kavramsal çerçeve ele alınmaktadır. İkinci bölümde, kadının toplumsal yaşama ve çalışma yaşamına katılımı konusu anlatılmaktadır. Üçüncü bölümde, Türkiye’deki uygulamalara ilişkin bazı araştırmalar ile ilgili ülkemizin cinsiyet ayrımcılığında bulunduğu nokta ve sorunların nedenleri açıklanmaktadır. Dördüncü bölümde, çalışan kadınların iş yaşamında karşılaştıkları sorunlar analiz edilmektedir. Beşinci bölümde, kadınların çalışma hakkı ele alınıp, altıncı bölümde girişimcilğe değinilmektedir. Yedinci bölümde, toplumsal cinsiyet ve cinsiyet eşitliği üzerinde bilgi verilmektedir. Sekizinci bölümde, işgücü kavramının tanımı yapıp, işsizlik ve kadın işsizliği üzerinde durulmaktadır. Dokuzuncu bölümde, istihdam çeşitleri ve kadın işgücünün alanlarına; onuncu bölümde, kadın istihdamını teşvik eden uygulamalara değinilmektedir. Son bölümde ise, değerlendirme ve önerilere yer verilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Türkiye’de Kadın, Kültürel ve Geleneksel Direnç, İşgücü Piyasası, Toplumsal Cinsiyet Roller, Kadınlara Yönelik İstihdam Politikaları

THE POSITION OF WOMEN IN BUSINESS LIFE IN TURKEY: WHAT IS IGNORED

ABSTRACT

For centuries, women have been involved in every stage of production. Women who have made significant contributions to the economic development of the country, have achieved their current position in the labor market as a result of hard work. As a result of research, women face various problems in the labor market, although their degrees do not match. At the beginning of these problems, discrimination occurs by dividing professions into “women's work” and “men's work”. Gender discrimination and socio-cultural value judgments are some of the situations that effect a woman's position in work life.

Market activation is associated with employment policies and development for women. Improving the position of women in business life is positively reflected in the economic development process of countries and further increases the importance of women in society. In this study, the position of women in business life in Turkey, what is ignored, the problems they face related to gender inequality are determined, their causes are investigated and the solution of the problems are examined from the point of view of women. The aim of the research is to correct the position of women working in our country in business life and to guide the employment policies that will improve them.

In the introduction section, the position, purpose and conceptual framework of the working woman are discussed. In the second chapter, the subject of women's participation in social life and working life is explained. In the third section, some research related to practices in Turkey explains the points and causes of gender discrimination in our country. In the fourth chapter, the problems that working women face in their work life are analyzed. In the fifth chapter, women's right to work is discussed, and in the sixth chapter, entrepreneurship is mentioned. Chapter seven provides information on gender and gender equality. In the eighth chapter, the definition of the concept of labor force is made and the focus is on unemployment and female unemployment. In the ninth chapter, the types of employment and areas of the female workforce; in the tenth chapter, the practices that promote female employment are addressed. In the last section, evaluation and recommendations are included.

Keywords: Women in Turkey, Cultural and Traditional Resistance, Labor Market, Social Gender Roles, Employment Policies for Women

1.GİRİŞ

Tarihsel süreç içerisinde kadınlar, zamanın şartlarına göre, değişen statülerde, çeşitli ekonomik faaliyetlere katılmışlardır. Sanayi devrimi, kadınların çalışma yaşamındaki konumunda ciddi bir dönüm noktasını temsil etmektedir. Sanayi devrimi sonrası oluşan ekonomik, teknolojik, içtimai değişiklikler, kadınlara ev içindeki annelik, ev kadınlığı rollerinin dışında, ekonomik faaliyetlere ücret karşılığı daha fazla katılma imkânı yaratmış, “ücretli kadın işgücü” kavramının doğmasına yol açmıştır. Ücret, kadın işgücü adına hayati bir kavramdır. Toplum içinde görünür kılan, birey olma hissini sağlayan, her alanda fiili eşit sağlanmasında etkin kılan bir görüştür. Aynı zamanda, ekonomik faaliyete katılan veyahut katılmayan kadın ayrımı gelişen ücretli kadın işgücü örneği ile daha da belirginleşmiştir. Ülke nüfusunun neredeyse yarısını oluşturan kadınlar, ülkelerin topyekün ilerleme sürecinde rol oynayan ciddi kaynakların başında gelmektedir.

Günümüzde, kadınların iş hayatına katılımları olmadan, ülkelerin istikrarlı ekonomik büyümelerinden ve kalkınmalarından bahsetmek olanaksızdır. Kadının iş hayatına katılımının artması, ekonomik büyümeyi arttırırken, kadının toplum, bürokrasi, politika ve aile içindeki konumunu de olumlu yönde etkileyerek, ülkenin içtimai ve kültürel gelişimine ciddi katkılar sağlamaktadır. Kadınların iş hayatındaki bugünkü pozisyona gelmeleri, yüzyıllarca vermiş oldukları zorlu mücadeleler neticesinde olmuştur. Buna karşın, yapılan araştırmalarda, dünyanın her yerinde, dereceleri çeşitli de olsa, iş hayatında birçok problemle karşılaştıkları ortaya konulmaktadır. Bu problemlerin başında, geniş bir alanı kapsayan cinsiyete dayalı mesleki ayrımcılık konusu gelmektedir. Bunları; kabaca belirli sektörlerde yoğunlaşma, iş bulma ve terfi süreçlerinde sıkça karşılaşılan ayrımcılık, ücretlendirmede oransızlık olarak sıralamak mümkün. Cinsiyete dair mesleki ayrımcılık, kadının iş hayatındaki konumuna odaklanan bir temadır. Kadının iş hayatındaki yerinin iyileştirilmesi ise, kadına özgü istihdam politikaları ve bu politikaların gelişimi ile ilgilidir. Pek çok ülkenin ekonomik, içtimai, kültürel yapılarının gelişimiyle, doğrudan ilişkili olan cinsiyete dayalı mesleki ayrımcılık konusu, ülkenin mutlak iktisadi ve sosyo-kültürel yapısından kaynaklanan problemlerin bir yansımasıdır. Dolayısıyla cinsiyete dair mesleki ayrımcılık konusu ile alakalı problemlere getirilecek çözüm önerileri, yalnızca kadına yönelik çalıştırma politikalarının geliştirilmesiyle değil, dolaylı olarak etkileyen diğer politikaların geliştirilmesi ile de ilişkilidir.

1.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE KONUSU

Araştırmanın amacı, Türkiye’de kadının iş hayatındaki konumu ve göz ardı edilenlerden yola çıkarak, karşılaşılmış oldukları güçlüklerin tespit edilmesi ve bu sorunların çözümüne yönelik önerilerin geliştirilmesidir.

1.2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Araştırmanın kavramsal çerçevesi, kadının toplumsal yaşama ve çalışma yaşamına katılımı, çalışma hakkı, toplumsal cinsiyet ve cinsiyet eşitliği, istihdam çeşitleri, kadın girişimciliği, işsizlik ve kadın işsizliği, kadın işgücünün istihdam alanları, kadın istihdamını teşvik eden uygulamalar, kadınların istihdama katılma durumları şeklindedir. Bu bağlamda yapılan çalışmalarda, kadınların sosyo-demografik özelliklerinin belirlenmesi, iş kurma nedenleri, işi kurma ve sürdürmede karşılaştıkları sorunlar ve örgütlenme eğilimleri gibi konulara ağırlık verilmiştir. Aynı zamanda bu çalışmalarda, kadın girişimcileri erkek girişimcilerden ayıran özellikler de ele alınmıştır. Aşağıda kadın girişimciliği ile ilgili teorik çerçeve önemli başlıklar altında verilmeye çalışılmıştır.

2.KADININ TOPLUMSAL YAŞAMA VE ÇALIŞMA YAŞAMINA KATILIMI

İstihdam, eğitim ve karar organlarındaki temsil durumu, kadının toplumsal yaşama katılımında erkeği ne kadar geriden takip ettiğini gösteren politika alanlarından sadece birkaçıdır (Esen, 2013:105). Eğitimin bireyin hayatında ne derece önemli olduğu yapılan çalışmalar sonucunda bilinmektedir. 21. yüzyılda ülkelerin kalkınabilmek için eğitime katkıda bulunması şarttır. Ancak kadınlar uzun yıllar boyunca eğitimden dışlanmışlardır. Sadece eğitimden uzak kalmak değil iş olanaklarından da mahrum bırakılmak kadınların ciddi anlamda sıkıntılar yaşadığı bir konudur (Aybek ve Karataş, 2015:69). Kadınlara karşı toplumsal ön yargılarımızdan sıyrılıp, kadınların da birer birey olduğunu ve çeşitli haklara sahip olduğunu hatırlayarak öncelikle eğitim alanında kadınlara fırsat verilerek kadınların bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Kadının çalışma hayatına girmesiyle, kendine olan güveni artacak ve daha büyük işler yapma cesareti toplayarak çeşitli girişimlerde bulunacak ve ekonomi her alanda gelişecektir (Kutluay Tutar ve Şahin, 2017:41).

3.TÜRKİYE’DEKİ UYGULAMALARA İLİŞKİN BAZI ARAŞTIRMALAR

Ülkemiz iş hayatında özellikle yönetici konumundaki kadın sayısı, erkeklere oranla oldukça düşüktür. Ayrıca, bu durumun geçmişten bu yana oransal olarak kadınlar lehine bir değişiklik göstermediği görülmektedir. Araştırmalar, tarihsel seyri dikkate alınarak sırasıyla incelendiğinde bu durum açıkça görülmektedir.

Türkiye’de 2021 yılında bankaların yönetim kurullarındaki kadın üyelerin oranı %13’te kalırken, Avrupa bankalarında bu oran %30 oldu. Buna karşın, Türk bankalarında Avrupalı bankalara kıyasla daha fazla kadın yönetim kurulu başkanı bulunduğu dikkat çekildi (İnBusiness, 2021).

Kadınlar adına çok düşük olan bu oran, ülkemizin cinsiyet ayrımcılığında bulunduğu noktayı belirtmek açısından anlamlıdır. Aydın Tükeltürk ve Şahin Perçin (2008, 125)'e göre yerine getirilen hizmetler açısından “emek-yoğun” olduğu kadar “kadın-yoğun” bir istihdam özelliği gösteren turizm işletmelerinde de bu sorun mevcuttur. Her geçen gün çalışan kadın sayısının artması, ancak buna paralel olarak kadın yönetici oranında artışın olmaması, turizm sektöründe cam tavan engelini varlığını düşündürmektedir. Konuyla ilgili olarak, Zeybek (2010) tarafından 224 otel çalışanı üzerinde gerçekleştirilmiş olan çalışmada da benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Kadınların iş hayatında yükselmesi konusunu, Cumhuriyet Üniversitesi'nde çalışan 154 kadın idari personele uyguladığı anket ile ortaya koymaya çalışan Bilican Gökkaya'nın (2011), araştırmaya katılan kadınlara “Genelde üst kademeye aynı işte çalışan kadın mı erkek mi terfi eder?” sorusuna, kadınlar %51.3'lük oranla “Erkekler terfi eder” cevabını vermiştir. Üst kademelerde erkeklerin daha çok yer aldığını ifade eden kadınlar, bunun nedenlerini kadınlara eşit davranılmaması, erkeklerin daha çok çalıştığı ve daha çok hak ettiği genel yargısına bağlamışlardır. Ancak ankete katılan kadınların belli bir oranı ise, bu nedenlerin dışında toplumsal yapının ataerkil bir yapıya sahip olmasından, kadınların işte ve aynı zamanda evde yükümlülüklerinin olmasından, eğitim açısından kadınların erkeklere göre daha alt seviyede kalmasından ve son olarak da erkeklerin fiziksel anlamdaki gücünden bahsetmektedir. Buradan çıkarılacak sonuç; kadınların toplumsal yapıdaki durumunun biyolojik farklılıklardan ziyade, toplumda benimsenmiş toplumsal cinsiyet anlayışlarıyla belirlenmesi ve bu durumun kadını bağımlı, edilgen ve boyun eğici bir kalıba sokmasıdır. Ülkemizdeki kadın istidamı konusunda 2021 yılında TÜİK'in yapmış olduğu nüfus istatistiklerine göre, Türkiye nüfusu geçen yıl 459 bin 365 kişi artarken, İstanbul nüfusunda 56 bin 815 kişilik azalma oldu. Nüfus artış hızında ise güçlü bir gerileme kaydedildi (Deutsche Welle Türkçe, 2021). Nitekim ülkemizin bu tarihte dünya genelinde 128 ülke arasında cinsiyet ayrımı endeksinde 123. sırada yer alarak, OECD ülkeleri arasında en düşük kadın istihdam eden ülke olması cinsiyet eşitsizliği açısından çok net bir görüntü vermektedir. Ülkemizde, kadınlarla özdeşleşmiş bir meslek olan öğretmenlikte bile, yönetici düzeylerinde kadın oranı kadın öğretmen oranına kıyasla çok düşüktür. Ülkemizde lisansüstü düzeyde yapılan bir çalışmada (Çetin ve Atan, 2012); ilköğretim okullarından liseye doğru gidildikçe ve gelişmiş bölgelerden az gelişmiş bölgelere doğru inildikçe, kadın yönetici oranının düştüğü tespit edilmiştir. Aynı alanda, Durmaz (2016) tarafından aktarılan bir başka çalışmada, eğitim sektöründe cinsiyete dayalı ayrımcılığı ve kadın çalışanlara karşı tutumu incelemek amacıyla farklı eğitim kültürü ve değer kümesini oluşturan üç orta öğretim kurumu incelenmiştir. Çalışmanın sonucunda Milli Eğitim camiasında, karar verici ve iktidar konumu olan noktalarda, kadınların oran olarak çok az olduğu belirtilmektedir.

Yıldız (2014), kadın çalışanların üst kademelere yükselmesindeki kariyer engelini hem yıl itibarıyla, hem de geçmişten günümüze irdelemiştir. Buna göre milletvekili, başkonsolosluk, büyükelçilik, HSYK üyeleri, dekanlar, banka genel müdürleri, banka üst yönetim üyeleri ve banka şube müdürleri seviyesinde kadın oranı %10'ların biraz üstündedir. Vali, vali yardımcısı, kaymakam, belediye başkanı, cumhurbaşkanı, başbakan, bakan, müsteşar, meclis başkanı, Anayasa Mahkemesi üyeleri ve rektörler düzeyinde kadın oranı çok daha düşük düzeydedir. Aynı yıl, Türkiye'deki profesörlerin %28,5'i, doçentlerin %32,7'si ve yardımcı doçentlerin ise; %36'sı kadındır (Yıldız, 2014, 88). Esasen akademisyenler açısından bu rakamlar diğer sektörlerde göre kadınların daha iyi olduğunu düşündürebilecek rakamlardır. Asıl sorun, bu akademisyenlerden yönetici olanların oranıdır. Bu konuyu çalışan Ayyıldız Ünnü vd., (2014); Türkiye'de kadınların genelde sosyal düzen içerisinde, özelde akademide yetki ve karar verme mekanizmalarına yeterli ve anlamlı düzeyde katılmadıklarını belirtmektedir. Bu durum temelinde; belli mesleklerde “kadın işi-erkek işi” ayrımının ön planda olması ve kadınların belli işlerde yoğunlaşmaya zorlanması, ücretsiz aile işçisi olma durumu, ucuz emek olarak algılanması ve buna paralel olarak sosyal güvenlik sistemine dahil olmakta zorluk yaşamaları, iş ve aile yaşamı arasında denge kurma zorunluluğu ve beraberindeki baskılar, gebelik süreci ve anneliğin getirdiği ek sorumluluklar, toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin algılamalar ve cinsiyet eşitsizliği, üst yönetim kademelerine seçim ve terfi süreçlerinin yeterince şeffaf olmaması, üniversiteler başta olmak üzere genel olarak örgüt kültürlerinin maskülen değerlere sahip olması, başta mentorluk olmak üzere kadını destekleyici mekanizmaların eksikliği, kadınların cinsiyete ilişkin olarak, maruz kaldıkları stereotipleştirmeleri içselleştirmeleri ve yaşadıkları rol çatışmaları yatmaktadır (Ayyıldız Ünnü vd., 2014, 129). Aynı alanda yapılan bir başka araştırma; öğretim üyelerinin sayısal verileri ışığında üst düzey yönetici pozisyonlar için gerekli olan profesörlük unvanı alan kadınların sayısının azlığını, yükseköğretim kurumlarında üst düzey pozisyonlar için kadınların aleyhine işleyen bir durum olarak değerlendirmektedir.

YÖK'ün 2021 istatistiklerine göre, Türkiye'de 10 bin 11 kadın profesör bulunuyor. Kadınların oranı toplam profesörlerin % 32,5'ini oluşturuyor. İstatistikler, Türkiye'deki kadın profesörlerin oranının, AB ülkelerinin ortalamalarını geçtiğini gösteriyor. Buna göre, Türkiye'deki % 32,5 orana sahip kadın profesör oranı, % 20,8 ortalama ile AB ülkelerini geride bırakırken, % 32,5 olan ABD ile eşitlendi. Türkiye, % 45 oranındaki kadın öğretim üyesi oranı ile % 41,3 orana sahip AB ortalamasını ve % 42,5'lik ABD ortalamasını geride bıraktı. Türkiye genelindeki 203 üniversitede, devlet üniversitelerinde 255, vakıf üniversitelerinde 139 olmak üzere toplam 394 akademisyen kadın, üniversitelerde dekan ve rektörlük görevinde bulunuyor. Türkiye'de 17 kadın rektör görev yaparken Avrupa Üniversiteler Birliğinin yayınladığı rapora göre, 48 üye ülkede kadın rektör oranı ortalaması % 15 ve bu ülkelerin 20'sinde bu görevde hiç kadın bulunmuyor. 377 kadın dekanın 129'u Marmara, 95'i İç Anadolu, 50'si Ege, 38'i Akdeniz, 27'si Karadeniz, 23'ü Doğu Anadolu, 15'i Güneydoğu Anadolu bölgesindeki

üniversitelerde görev alıyor. Bu oranlara yakından bakıldığında, Türkiye genelindeki fakülte sayıları açısından kadın dekan oranlarının benzerlik göstermesi dikkati çekiyor (YÖK, 2021). 2021 yılında Türkiye’de toplam 207 üniversitede, 8 milyondan fazla öğrenci vardır. Kız ve erkek öğrenciler neredeyse yarı yarıyadır. Bu durum aslında geçmişe oranla daha iyi bir tablodur. Yine bu yılın verilerine göre Üniversitelerde görev yapan 180 bin 65 öğretim elemanının yaklaşık 82 bini, yani %45’i kadındır. 2016-2021 arasında geçen 5 yıllık sürede kadına akademisyen lehine sadece %2’lik bir iyileşme olmuştur. Buna karşılık 05/06/2021 tarihli Yükseköğretim Kurulu bildirisinde, 2021 yılında Türkiye’de kadın profesör oranının Avrupa Birliğinden fazla olduğunu, Türkiye’de bu oran %32 iken, Avrupa Birliğinde %20,8 olduğunu ifade edilmiştir. (TRT HABER, 2021). Türkiye’de cinsiyet ayrımcılığı konusunda son dönemlerde yapılan araştırmalardan birisi de Hoşgör ve arkadaşları (2016) tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmaya göre; koruyucu sağlık hizmetlerinde ve tedavi hizmetlerinin yoğunlukta olduğu hastane hizmetlerinde kadınlar ezici bir çoğunlukta yer almalarına karşın, yönetim pozisyonunda görev alan kadın sağlık çalışanı sayısı oldukça yetersizdir. Buraya kadar ele alınan araştırma sonuçları; ülkemizde kadın yönetici oranlarına göre, kadın-erkek eşitsizliğinin varlığını güçlü bir şekilde desteklemektedir.

4.ÇALIŞAN KADINLARIN İŞ YAŞAMINDA KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR

İnsanlık tarihi boyunca ataerkil toplum yapısı egemen olduğu kadar, kadın ve erkek arasında ayırım da ciddi bir şekilde görülmektedir. Erkek ve kadın arasındaki cinsiyet ayrımcılığı, kadını ev ve özel yaşam ile sınırlandırmakta, erkeği ise ailenin maddi sorumluluklarını üstlenen, alınacak kararlarda ilk söz sahibi olan bir güç olarak göstermektedir. Başka bir şekilde ifade edilecek olunursa, kadın üreme ve ev işlerini üstlenmekte, erkek ise üretimde bulunmaktadır. Kadınların çalışma yaşamına katılmaları, eğitim hakları, toplumsal etkinliklere katılmaları “kadın” oldukları için engellenmiş ve kadınlar uzun süren mücadeleler sonucu hak ettikleri yasal ve ekonomik özgürlüklerine kavuşmuşlardır. Günümüzde gerek yasalarla, gerek kadınların mücadeleleri ile çalışma yaşamında kadın ve erkek arasında ayrımcılık giderilmeye, fırsat eşitliği sağlanmaya çalışılmaktadır. Kadınların iş yaşamı ile aile yaşamının uyumlaştırılma çabaları hala devam etmektedir. Ancak, ülkemizde yeteri kadar sonuç alınmamakta, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerle aramızda ciddi farklılıklar bulunmaktadır (Aytaç vd., 2002). Kadınların çalışma yaşamında karşılaştıkları sorunları: Cinsiyet Ayrımcılığı, Eğitim ve Mesleki Eğitimde Eşitsizlik, İşyerinde Cinsel Taciz, İş Bulma ve Yükseltimede Eşitsizlik, Psikolojik Taciz, Kayıt Dışı Çalıştırma, Sosyal Haklardan Yararlanmada Eşitsizlik ve İş Güvencesizliği olarak dokuz ana grupta ele alabilmek mümkündür.

5.ÇALIŞMA HAKKI

Bir işe sahip olma, bireyi toplumsal hayata kazandırmanın en önemli yoludur. Günümüzde “çalışma hakkı” bireylerin en önemli toplumsal hakları arasında sayılmakta, toplumlar, yeteneklerine uygun bir işte çalışmak isteyen bireylerine bu olanağı sağlamakla yükümlü tutulmaktadırlar. Bir başka anlatımla, çalışma kişi için bir “hak”, bu hakkın yerine getirilmesi de toplum için bir görev konumunda bulunmaktadır. Bir egemen görüş olarak giderek yaygınlaşan “sosyal devlet” kavramının içeriğinde en önemli öğelerden biri, iş bulma sorununa çözüm bulunması sorumluluğudur. Çalışma hakkının toplumsal niteliği, iş bulmanın, ya da istihdam sorununun çözümünün kamu eliyle sağlanması gerektiği noktasından kaynaklanmaktadır (TÜSES, 1990: 3’ten akt: Gündoğan, 1999:64).

6.KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

Kadın girişimciliğinin sektörel dağılımına ve işyeri büyüklüklerine bakıldığında Türkiye genelinde 2019 yılı itibariyle 94 bin işveren kadının; %59,1’si hizmetler, %15,8’i sanayi ve %25,1’i tarım kesiminde, 2023 yılı sonuna kadar, kadın işgücüne katılım oranı %38,5’e, kadın istihdam oranının %34’e, kendi hesabına çalışanlar içindeki kadın oranının %20’ye, işveren olarak çalışanlar içindeki kadın oranının %10’a yükseltilmesi olarak yer aldığı görülmektedir (Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, 2021).

7.TOPLUMSAL CİNSİYET ve CİNSİYET EŞİTLİĞİ

Toplumsal cinsiyet, biyolojik cinsiyetten farklı olarak kamusal alanda ve özel yaşamda içinde bulunulan kültürle ilişkili olarak kadın ve erkeğin toplumdaki statüsü ve buna uygun biçimde toplumun cinsiyetlere yüklediği roller, duygu, tutum ve davranışlar şeklinde ifade edilmektedir. Bu durumda toplumsal cinsiyet rolleri, kadın ve erkeğin toplum tarafından nasıl algılandığına bağlı olarak farklılıklarını ortaya koyan, toplumsal kimliğin ve aidiyetin ayrılmaz bir parçası haline almıştır (Arabacı, 2015). Kadınlara Karşı Her Türü Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesi’nin 200 dolayında ülke tarafından onaylandığını düşünürsek, 90’lı yıllar sonrasında BM’nin “ana akımlaştırmaya” (mainstreaming) karar verdiği toplumsal cinsiyet (gender) eşitliği politikalarının bugün “küreselleştirdiği” söylemek yanlış olmaz. Türkiye 1990 yılında tarafından da onaylanan bu Sözleşme uyarınca, Türkiye’de, ana akımlaştırılan cinsiyet eşitliği politikalarının bir tarafı olarak ve bu yolda adım atmaya taahhüt etmiş ülkelerden biridir (Koray, 2011). Küresel Cinsiyet Uçurumu Raporu 2021’e göre cinsiyet uçurumu; eğitim ve sağlıkta %95 oranında kapanırken siyasete, liderlik pozisyonlarına ve işgücüne katılımda 2020 yılına nazaran geriye gidış var. Rapora göre Covid-19 krizi en çok kadınları ve kız çocuklarını olumsuz etkiledi! Gelecekte

kadınlar bir nesil daha cinsiyet eşitliği için beklemek zorunda kalacak. COVID-19 salgınının etkisi hissedilmeye devam ederken, küresel cinsiyet uçurumunun kapatılması için tahmini süre 99,5 seneden, 135.6 seneye yükseldi. Türkiye Cinsiyet Uçurumu Endeksinde 156 ülke içinde 133. sırada yer alırken ilk 5'e giren ülkeler sırasıyla: 1- İzlanda, 2- Finlandiya, 3- Norveç, 4- Yeni Zelanda, 5- İsveç'tir (Etki Yatırımı Platformu, 2021). Kadınların istihdama katılamamaları onları ekonomik özgürlüğe ulaştıracak kapının kapanmasına neden olurken toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinin daha keskin ve daha başa çıkılmaz bir hal almasına yol açmaktadır. Tabii istihdam artışının, düşük ücret ve güvencesizlikle örülü esnek zamanlı işlerde kadınların yoğunlaşmasıyla gelmesi, toplumsal cinsiyet uçurumunun kapanmasında hiçbir etki yapmayacağı gibi yalnızca kadınların durumlarının kötüleşmesine yol açabileceğini söylemek yanlış olmayacaktır (İğde, 2011'den akt: Kutluay Tutar ve Şahin, 2017). İstatistikler, eğitilmiş kadınların daha fazla işgücüne katıldığını ve daha geç evlendiğini göstermektedir. Eğitime katılan kadın nüfus az olunca, haliyle iş gücünde yer alan kadın nüfus da erkeklere oranla oldukça düşük olmaktadır. İstatistiklerden ve araştırmalardan da görüldüğü üzere ülkemizde kadınların eğitim ve istihdam olanakları, erkeklerin eğitim ve istihdam olanaklarına göre daha kısıtlıdır. Bu durumda, kadınlar daima erkeklerin gerisinde kalmakta ve eşitsizliğin dezavantajlarını yaşamaktadırlar. Oysa ülkenin her açıdan gelişmesinde kadınların eğitime ve istihdamına yeterli olanaklar sağlanmalı ve kadınlar erkeklerden düşük konumda görülmemelidirler (Aybek ve Karataş, 2015).

8.İŞGÜCÜ KAVRAMI

Bir ülkede, çalışma çağında (yani 15 yaş ve üzerinde) olan, istihdam edilenler ile işsizlerin toplamı "işgücü" olarak tanımlanmaktadır. Mevcut dönemde istihdam edilenlerin yanı sıra, istihdam edilmek arzusunda olan işsizler de işgücünden sayılmaktadır (TÜİK, 2009'dan akt: Korkmaz ve Korkut, 2012:42). İşgücü, referans dönemi içinde ekonomik mal ve hizmetlerin üretimi için emek arzında bulunan çalışma çağındaki nüfusu kapsar. İşgücü, istihdamda olanlar ile işsizlerin toplamı olarak da ifade edilmektedir (TÜİK, 2019). Bir ülkedeki nüfusun üretici durumda bulunan yani iktisadi faaliyete katılan kısmına da işgücü denilmektedir. Başka bir tanımla; bir ülkede emek arzını insan sayısı yönünden ifade eden bir kavramdır.

İşgücüne, 15-64 yaş arasındaki maaş ve ücretliler, bağımsız olarak çalışanlar, işverenler ve işsizler girmektedir. Çalışmak istemeyenler ile çalışma yeteneği olmayanlar işgücüne dâhil değildiler. Çoğu zaman aktif nüfus ile işgücü eş anlamlı olarak kullanılmaktadır. Ancak aktif nüfusun belirtilebilmesi için işgücü miktarından geçici çalışanlar ile çalışmak isteyip de iş bulamayan işsizlerin toplam sayısının düşülmesi gerekmektedir (Ülgen, ty:90-91).

8.1.İŞSİZLİK ve KADIN İŞSİZLİĞİ

Ocak 2015 dönemine ilişkin olarak kadınlarda işsizlik oranı %12,6, erkeklerdeki işsizlik oranına %10,2 göre daha fazladır. Bu durumun tam tersi olarak kadınlarda işgücüne katılma oranı %29,9 ise erkeklerde işgücüne katılma oranına %70,5 göre oldukça düşüktür. Yani kadınlar arasında erkeklere göre daha fazla işsiz nüfus olmasına rağmen, kadınlara daha az işgücüne katılma olanakları sunulmakta (Aybek ve Karataş, 2015:71) iken, Mart 2021 dönemine ilişkin HİA verilerine göre mevsim etkisinden arındırılmış dar tanımlı işsiz sayısı toplamda 4 milyon 236 bin kişidir. DİSK-AR tarafından yapılan hesaplama göre geniş tanımlı işsiz sayısı 9 milyon 204 bin olarak gerçekleşmiştir. Cinsiyete göre işsizlik oranlarına bakıldığında kadın işsizliğinin tüm türlerde erkeklerden yüksek olduğu görülmektedir. Mevsim etkisinden arındırılmış dar tanımlı işsizlik oranı erkeklerde %11,5 iken kadınlarda %16,5'tir. Zamana bağlı eksik istihdam ve işsizlerin bütünleşik oranı erkeklerde %16,8 iken kadınlarda %21,2'dir. İşsiz ve potansiyel işgücünün bütünleşik oranı erkeklerde %16,6 iken kadınlarda 13,5 puan yüksek olarak %30,1 seviyesindedir. Dar işsizlikte kadınlar erkeklerden 5 puan yüksek iken, geniş tanımlı işsizlikte kadınlar erkeklerden 12,4 puan daha yüksektir. Tüm işsizlik türlerinde kadın işsizliğinin çok daha yüksek olduğu dikkat çekmektedir (DİSKAR, 2021:5). İşsizlik, ülkelerin en önemli sosyo-ekonomik sorunlarının başında gelmektedir. Bu nedenledir ki; istihdamı artırıcı politikalar her dönem ülkelerin ekonomi politikalarının vazgeçilmez bir unsuru olmaktadır (Yılmaz Eser ve Terzi, 2008). İşsizlik, günümüz toplumlarının ekonomik, toplumsal ve siyasal sonuçlarıyla, en önemli sorunlarından birisidir. Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) verilerine göre, 2021'in ilk çeyreğinde küresel çapta çalışma saatlerinde %4,8 kayıp yaşandığı, bunun da 140 milyon kişinin Covid-19 nedeniyle tam zamanlı işini kaybettiğini anlamına geldiğini bildirdi (BirGün, 2021). Kadınların istihdama katılımlarını etkileyen en önemli unsur işsizliktir. Türkiye'de kadınların iş hayatına dahil olmaları noktasında mesleki eğitim kursları ve programları daha yoğun olarak organize edilmelidir.

Almanya'da yapılan mesleki eğitim çalışmalarını ve yürütülen politikaları idare eden kamu istihdam kurumu BA (Bundesanstalt für Arbeit) Federal Alman Çalışma Kuruludur. Almanya'da doğum ve çocuk bakımı nedeniyle işe ara veren ve yeniden işe dönmek isteyen kadınlara yönelik mesleki eğitim programları uygulanmaktadır. Almanya'da mesleki eğitim kurslarına katılan kadınlara ayrıca aldıkları mesleki eğitimin başarısını artırmak için danışmanlık hizmeti verilmektedir. Almanya'da kadın istihdamını artırmaya yönelik yapılan bir başka uygulama ise hasta çocuklu yalnız annelere hasta çocuğunun bakımı için yılda 20 gün izin verilmesidir. Almanya'da 2012 yılında kadın istihdam oranı % 68,0'dır (OECD, 2013'den akt: Taner ve Gökalp, 2015:56). Ülkemizde ise TÜİK verilerine göre 2021 yılı itibarıyla kadın istihdam oranı %43,8 olup, dünyadaki kadın istihdam oranlarından

düşüktür (TÜİK, 2021). Dünya Ekonomik Forumu'nun (DEF) 2014 Küresel Toplumsal Cinsiyet Uçurumu Raporuna göre Toplumsal cinsiyet endeksinde 142 ülke arasında 125. sırada olan Türkiye, ekonomik katılım ve fırsat eşitliğinde 132, eğitimde 105, siyasi güçlenmede ise 113. sırada yer almıştır (Taner ve Gökalp, 2015). Dünyada kadın istihdamını artırmaya yönelik yapılan mesleki eğitim çalışmalarına ve yürütülen politikalara bakıldığında, kadınların işgücüne dâhil olmaları noktasında mesleki eğitim kurslarının ve programlarının son derece etkili olduğu tespit edilmiştir. Yine çeşitli ülkeler bazında mevcut işgücü piyasasındaki istihdam durumu incelendiğinde, istihdamdaki kadınların büyük çoğunluğunun mesleki eğitim aldığı ve kadın istihdam oranının yüksek olduğu görülmüştür (Taner ve Gökalp, 2015).

9.İSTİHDAM ÇEŞİTLERİ ve KADIN İŞGÜCÜNÜN İSTİHDAM ALANLARI

Günümüzde standart istihdamdan standart olmayan diğer bir ifadeyle düzensiz, korumasız, öngörülemeyen, geçici, güvencesiz özellikleri yansıtan bir istihdam biçimine doğru hızlı bir geçiş süreci yaşanmaktadır. İyi bir ücret, güvenli bir gelecek, sosyal korumanın hâkim olduğu, sosyal güvenlik sistemine erişimin bulunduğu istihdam türü artık çok küçük bir çekirdek işgücü için geçerli olup, işgücünün çok büyük bir kısmı diğer bir ifadeyle çevre işgücü için neredeyse imkânsız hale gelmiştir (Işık Erol, 2017). Bilgi toplumlarına dönüşmüş ülkelerde kadınların eğitim ve uzmanlaşma gerektiren bilgi ve hizmet sektörlerinde yoğun olarak çalıştıkları gözlenmektedir. Hatta bu ülkelerde kadın işgücünün %60'ından fazlası tek başına bilgi sektöründe istihdam edilmektedir. Türkiye'deki kadın işgücünün istihdam yapısı henüz bilgi toplumlarının oldukça gerisindedir. Türkiye'de kadınların en yoğun olarak istihdam edildiği sektör tarım sektörüdür. Sanayi toplumunda sanayi sektörünün kas gücüne dayalı olan yapısından dolayı çok fazla istihdam olanağı bulamayan kadın işgücü, sanayi sonrası toplumda ön plana çıkan bilgi ve hizmet sektörlerinde daha fazla çalışma olanağı bulmuştur. Bu sektörlerdeki işlerin zihin gücüne dayalı olması, eğitim düzeyi gittikçe yükselen kadın işgücünün bu sektörlerde yoğunlaşmasına yol açmıştır. Kadın işgücünün meslek grupları arasında dağılımını incelediğimizde, bilgi toplumlarına dönüşmüş ülkelerde kadınların eğitim ve uzmanlaşma gerektiren bilgi ve hizmet sektörlerinde yoğun olarak çalıştıkları gözlenmektedir. Türkiye'deki kadın işgücünün istihdam yapısı henüz bilgi toplumlarının oldukça gerisindedir. Hâlihazırda, Türkiye'de kadınların en yoğun olarak istihdam edildiği sektör tarım sektörüdür. Hem kadın işgücünün istihdama katılım oranı hem de bilgi ve hizmet sektörlerindeki istihdam payı bakımından bilgi toplumları ile karşılaştırıldığında Türkiye'nin önemli eksiklikleri bulunmaktadır. Bilgi sektörünün ihtiyaç duyduğu eğitim ve uzmanlaşmaya ağırlık verilmesi, özellikle kız çocuklarının eğitim düzeylerini iyileştirici politikalar geliştirilmesi, Türkiye'de kadın işgücünün hem işgücüne katılım oranını yükseltecek hem de bilgi toplumlarının sahip olduğu istihdam yapısına ulaşmasını sağlayacaktır (Atik ve Tombak, 2012).

10.KADIN İSTİHDAMINI TEŞVİK EDEN UYGULAMALAR

Türkiye'de kadın istihdamını teşvik eden uygulamalar oldukça yetersizdir. İşverenler hali hazırda işe alımlarda kadın çalışanlara potansiyel anne adayları gözüyle bakarak cinsiyet ayrımcılığına başvurabilmektedir. Kadınlar doğum sonrasında aynı pozisyonda işe dönmekte sıkıntı yaşamakta, doğum izninde annelerin rolü ön plana çıkarılırken, babaların aile izni ile sürece dâhil olmaları, ebeveynler arası eşitlik uygulamaları yetersiz kalmaktadır. Kadınların istihdamını arttıran ve diğer ülkelerde görülen çocuk bakım hizmetlerinin iyileştirilmesi uygulamalarının yerine devlet hali hazırda geleneksel aile yapısında babaanne veya anneanneye devredilen informal bakımı meşrulaştırmaktadır. Özel sektörün kendi çalışanları için yapması öngörülen kreş, bakım evi, emzirme odası gibi uygulamalar yasal mevzuatta olmasına rağmen pratikte işlememekte, işverenler iş-aile yaşam dengesi yasal yükümlülüklerinden mevzuat boşluklarıyla kaçmakta veya otokratik tavırlarıyla çalışanlara sağlanan hakların karşısında yer almaktadırlar. Bu haliyle Türkiye, İsveç ve Almanya'nın oldukça gerisinde kalmaktadır (Sarica ve Çağlı, 2018). Kadınların çalışma hayatının düzenlenmesinde en önemli aşama ise 1936 tarihli İş Kanunu'dur. 8 Haziran 1936 tarihinde kabul edilen bu yasa ile erkek, kadın ve çocukların çalışma koşulları yeniden düzenlenmiştir. O tarihe kadar kadınların çalışma hayatını düzenleyen başka bir kanun bulunmamaktadır (Ağlı, 2015:18'den akt: Kutluay Tutar ve Şahin, 2017:48). Ekonomik kalkınmanın gerçekleşmesi için gerekli koşullardan biri olan istihdam kavramı, gün geçtikçe önem kazanmaktadır. İstihdam oranlarının yüksekliği ve işsizlik oranlarının düşüklüğü ekonomik kalkınmada tek başına yeterli olmasa da önemli bir etki derecesine sahiptir. Bu noktada istihdam oranlarında artış gerçekleştirebilmek için kadınların işgücü piyasasına katılımını sağlamak, ülkenin gelişmişlik düzeyinin artmasında ve ekonomik kalkınmanın sağlanmasında büyük önem arz etmektedir. Kadınların işgücü piyasasına dâhil olmasıyla beraber ekonomik faaliyetler içerisinde önemli katkılar sağlamaları, onların işgücü piyasalarında daha fazla yer almalarını sağlamak için birtakım düzenleme ve çalışmalar yapılmıştır. Kadınlara ve erkeklere eşit haklar sağlanması adına konferanslar düzenlenmiştir. Yapılan düzenlemeler kadınların işgücüne katılım oranında, kadınların işgücü arzında önemli düzeyde etkiler yaratarak kadınların ekonomik gelişim üzerinde katkı sağlamalarında ciddi anlamda etkili olmuştur. Ancak kadınların istihdam edilme oranları erkeklere oranla daha düşük seviyelerde gerçekleşmektedir. Bu noktada kadın istihdamını artırabilmek adına öncelikle toplumsal olarak kadına bakış açısı değiştirilmelidir. Kadının da bir birey olarak çeşitli haklara sahip olduğu göz önünde bulundurularak önyargılardan kurtulmalıdır. Kadın istihdamını artırmak için öncelikle kadına bakış açısı değiştirilmeli ve kadının da bir birey olduğu hatırlanarak cinsiyet ayrımı yapılmamalıdır. Kadının

eğitimine en az erkek kadar önem verilmeli ve kadınlar bilinçlendirilmelidir. Kadının kendine güveninin artması ile ekonomik özgürlüğünü kazanacak daha fazla işler başarmak için uğraş verecektir. Bu noktada kadın girişimcilere verilen destekler artırılmalıdır. Kadının ekonomiye katılımı ile aile içinde yaşam şartları düzelecek, kadının toplumsal değeri artacak, ülkenin eğitim seviyesi yükselecek ve kalkınmışlık düzeyi artarak gelişmiş ülkeler arasına dâhil olabilecektir (Kutluay Tutar ve Şahin, 2017). Türkiye, Cumhuriyetin kurulmasıyla birlikte kadının toplumda var olabilmesi için bazı düzenlemeler yapmıştır, ama bu düzenlemeler koruma amaçlı olduğundan kadının çalışan ve yönetici olarak toplumdaki yerini alması 1950'lerden sonra başlamıştır. Özellikle kamu sektöründe var olmaya başlayan kadınlar zamanla önemli bir oransal büyüklüğe gelmişlerdir. 2015 yılı itibariyle Türk Kamu Personel Sisteminin içerisinde kadın personel oranı yaklaşık %37'lerde bulunmaktadır. Türkiye'de kamu personeli olmada cinsiyet ayrımının bulunmaması bu durumu sağlamıştır (Tunç, Uslan ve Gökçe, 2015). Yapılan araştırmada, bireylerin sosyalleşme sürecinde cinsiyetlere atfedilen ve toplumsal kurumların da etkisi ile özel yaşamda kendilerinden beklenen toplumsal cinsiyet rollerine uygun dişil ve eril özelliklerin işgücü piyasasında meslek seçimlerinde ve işgücü piyasasına katılıp katılmama kararlarında etkili olduğu görülmektedir. Erkeğin ailesine bakmakla sorumlu aile reisi, kadının ise anne ve eş rolüne vurgu yapılması kadınların çalışma hayatına bakış açılarını olumsuz etkilemekte ve kadının işgücü piyasasına girmesine engel olmaktadır. İşgücü piyasasına katılan kadınların ise ikinci planda kalmalarına, meslek seçiminde cinsiyetlerine uygun olarak belirlenmiş mesleklerle yönelmelerine, cinsiyete özgü mesleklerdeki çalışma koşullarına uygun becerileri kazanmalarına ve kadınların bu mesleklerde yoğunlaşmalarına neden olmaktadır (Arabacı, 2015). Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)'nin Toplumsal Cinsiyet Göstergelerinden aldığımız verilere göre kadın istihdamının 2004 yılından 2021 yılına değin sürekli bir artış gösterdiği ancak yine de erkek istihdamının yarısından daha az olduğu görülmektedir. Hane halkı işgücü araştırması sonuçlarına göre; 2019 yılında, Türkiye'de 15 ve daha yukarı yaşta istihdam edilenlerin oranı %45,7 olup bu oran kadınlarda %28,7, erkeklerde ise %63,1 de kalmıştır. En yüksek istihdam oranı, 2019 yılında %53,0 ile TR21 (Tekirdağ, Edirne, Kırklareli) bölgesinde gerçekleşmiştir. En düşük istihdam oranı ise %30,0 ile TRC3 (Mardin, Batman, Şırnak, Siirt) bölgesinde olmuştur. En yüksek kadın istihdam oranı, %38,6 ile TR90 (Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane) bölgesinde iken, en yüksek erkek istihdam oranı, %71,3 ile TR21 (Tekirdağ, Edirne, Kırklareli) bölgesinde gerçekleşmiştir. En düşük istihdam oranı ise kadınlarda %12,4, erkeklerde %49,4 ile TRC3 (Mardin, Batman, Şırnak, Siirt) bölgesinde olmuştur. Tarım dışı sektörde kayıt dışı çalışanların oranı %16,8 olmuştur. Ocak ayında sosyal güvenlik kuruluşuna bağlı olmadan çalışanların toplam çalışanlar içindeki payını gösteren kayıt dışı çalışanların oranı, bir önceki yılın aynı ayına göre 3,6 puan azalarak %28,0 olarak gerçekleşmiştir. Tarım dışı sektörde kayıt dışı çalışanların oranı bir önceki yılın aynı ayına göre 5,1 puan azalarak %16,8 olmuştur (TÜİK, 2021). Bu düzeyi nitelik gerektirmeyen işlerde çalışanların oluşturduğu meslek grubu takip etmektedir. Bu oranlar göstermektedir ki kadınlar en fazla ev işleriyle benzer özellikler gösteren ve ev işlerini aksatmadan yapabilecekleri tarım hayvancılık gibi bakım işlerinde ve herhangi bir nitelik gerektirmeyen işlerde yoğunlaşmaktadırlar. Kanun yapma ve üst düzey yöneticilik işleri erkek çalışanlara uygun işler olarak görüldüğünden, kadınların önlerine konulan engellerden dolayı en az istihdam edildikleri alandır.

İstihdam edilen kadınların toplumsal cinsiyet rollerine uygun ev işi ve bakım hizmetleri gibi çok fazla nitelik gerektirmeyen mesleklerde, erkeklerin ise erkek işi olarak kabul gören ve beceri gerektiren işlerde ve kanun yapıcı, üst düzey yöneticilik gibi mesleklerde yoğun olarak istihdam edildikleri, kadınlarda ise bu oranın düşük kaldığı görülmektedir. Bunun yanında meslek gruplarına göre istihdam edilenlerin yıllara göre dağılımına baktığımızda ise erkek işi kabul edilen meslekler içerisinde kadın oranında, kadın işi olarak kabul gören mesleklerde ise erkek oranında artış gözlenmektedir. Bu da göstermektedir ki toplumsal cinsiyet rolleri gün geçtikçe birbirine yaklaşmaktadır. Kadınların yoğun olarak istihdam edildiği emek yoğun nitelik ve beceri gerektirmeyen meslekleri ücret bağlamında değerlendirdiğimizde ise kadınların erkeklerden daha düşük ücretlerle çalıştıkları, aynı işlerde çalışan erkeklerin ise kadınlardan daha fazla ücret aldıkları ortaya konulmuştur. Bu durum, bu mesleklerde kadın emeğinin değersizleştirilmesi ya da düşük statü ve ücretli görüldüğü için kadınlara özgülendiği şeklinde açıklanabilmektedir. Yani bazı meslekler, ücretleri ve statüleri düşük olduğu için kadınlara uygun görülürken bazı meslekler ise kadınların bu meslekleri tercih etmesi sebebiyle ücreti ve statüsü düşürülmektedir. Bunun yanında kadınların en az istihdam edildiği üst düzey yöneticilik mesleğinde, kadınların erkeklerden daha fazla ücret aldıkları görülmektedir. Bu da göstermektedir ki kadınların önlerine konulan engellere rağmen üst düzey yönetim kademelerine geldiklerinde emeğinin karşılığını almaları daha olası hale gelmektedir (Arabacı, 2015).

11.SONUÇ VE ÖNERİLER

Son yıllarda kadının çalışma yaşamına katılımını artırma yönünde türlü politikalar izlenmektedir. Dünya'da ve Türkiye'de kadınların işgücü piyasasına katılımının ve istihdamının artırılmasının en temel şartı, kadınların eğitim düzeyinin yükseltilmesidir. Eğitim seviyesinin yükseltilmesi kadınların daha vasıflı ve yüksek katma değer oluşturan işlerde çalıştırılmasını sağlamaktadır. Bu nedenle kadınların emek piyasasına katılımının, özellikle de insana yaraşır işlerde çalıştırılmasının artırılabilmesi için öncelikle kadınların yeterli seviyede eğitime sahip olmaları ve emek piyasası ve eğitim arasındaki ilişkinin daha güçlü kurulmasını gerektirmektedir. Ülkemizde kadınların iktisadi ve sosyal hayata, özellikle de emek piyasasına daha yüksek düzeyde katılımı hususunda son

dönemde gerek kamu kuruluşlarında, özel kesimde ve yerel yönetimlerde, gerekse de yükseköğretimde ve sivil toplum kurumlarında önemli bir farkındalık yaratılmıştır. Buna ek olarak, kadın istihdamının artırılması konusunda cemiyetin bütün yanlarında, özellikle de kamu kuruluşları tarafından bir devlet siyaseti olarak kabul edilmesi gerekli olmaktadır. Bu çerçevede kadın istihdamının artırılması ve gelişmiş ülkelerin sahip olduğu çalıştırma büyüklüklerine erişebilmesi hedefiyle bu alanın önemine milli belgelerde yer verilmesi ve mevzuatta buna göre yapılması gereken düzenlemeler büyük önem taşımaktadır (Şahbaz Kılınc, 2015). Kadınların işgücü pazarının dışında kalmalarını önlemek için, eğitim programlarında geleneksel meslek alanlarının dışına çıkarak, gelişmekte olan meslek alanlarına yer verilmeli ve sürekli değişen teknolojiler dikkate alınmalıdır. Kadın istihdamı bakımından bir diğer önemli husus da kadınların istihdamdaki hisselerinin kayıtlı sektörlerde artırılmasıdır. Bilhassa küçük iş yerlerinde gizli bir şekilde çalışan ve her türlü sosyal güvenceden yoksun bırakılan kadınlar, sosyal güvenlik kapsamına dâhil edilmelidir (Pekel, 2019). Kadının toplumsal yaşamda hak kazandığı değeri alabilmesi, kadınları çalışma hayatında dezavantajlı pozisyondan çıkaracak tedbirlerin alınması, kadın ve erkeğe eşit olanakların tanınması, ancak geleneksel anlayışın yok edilmesi ile mümkün olmaktadır. Geleneksel aile yapısının eşitlikçi ilişkiler ile tekrarlanması ve kadına özgü mesleklerle ilgili hükümlerin yok edilmesinin yanında, eğitim sahasında ve iletişim ortamında da önemli değişimler gereklidir. Kadınların daha ziyade söz sahibi olabilmelerinin usulü; eğitim, çalışma ve siyasi hükümlere katılmaktan geçmektedir. Kadınlar, eğitim düzeyleri ve çalışma hayatındaki durumlarına paralel şekilde karar alma sistemlerinde de gerektiği ölçüde temsil edilmelidirler.

Birleşmiş Milletler Kadın Birimi (UN Women) ve Parlamentolar Arası Birlik (IPU) tarafından yayımlanan “Siyasette Kadın 2021” haritası verilerine göre Türkiye, parlamentolarda kadın milletvekili oranı sıralamasında 122. sıradan 129. sıraya düştü. Veriler, dünya genelinde parlamentolarda, bakanlıklarda, devlet ve hükümet başkanlıklarında kadın oranının arttığını, ancak kadınların temsilinin hâlâ yetersiz olduğunu ortaya koyuyor. Dünya genelinde parlamentolardaki kadın milletvekili oranı küçük bir artış göstererek %25,5'e çıktı. Geçen yıl bu oran %24,9'du. Bakanlık pozisyonlarındaki kadınların oranı %21,9'a çıktı. 22 ülkenin hükümet ve devlet başkanları kadın. Bu sayı 2019'da 20'yd. Devlet başkanı kadın olan ülkelerin oranı %5,9. Hükümet başkanı kadın olan ülkelerin oranı %6,7. Ocak 2021 itibarıyla ülkelerdeki hükümet, devlet ve parlamento düzeyindeki kadınların temsiliyetini gösteren Siyasette Kadın 2021 haritası, hükümet ve devlet başkanı kadınların ve bakan düzeyindeki kadınların oranının tüm zamanların en yüksek seviyesine ulaştığını gösteriyor. Veriler, hükümet düzeyinde kadın temsilinin olmadığı ülkelerin sayısının da arttığını gösteriyor (Evrensel, 2021). Aile ve iş yaşamının uyumunu sağlayacak ve çalışan kadınların hayatını kolaylaştıracak yöntemler belirli bir seviyeye getirilmelidir. İşyerinde çocuk bakımını gerçekleştirebilecek bebek bakımevi açma sayısı tekrar tertip edilmelidir. Çocuk bakımına verilen izin anne ve babanın müsaadesi adı ile anılması ve bu izni isteyen tarafın kullanabilmesinin sağlanması, vasıflı ve düşük maliyetli çocuk, hasta ve yaşlı bakım hizmetlerinin yaygınlaşması, ailelerine bu hizmetleri sağlayabilmek için çalışma yaşamını bırakan ve uzak duran kadınların çalışma yaşamına tekrar dönmelerini sağlayacaktır. Kadın istihdamına ait bir veri tabanı meydana getirmek ve kadın istihdamını görünür kılmak amacıyla düzenli ve sistematik veriler üretilmeli ve bunun için araştırmalar yapılmalıdır (Alparslan vd., 2015). Çalışma yerlerinin gereksinimlerine göre kadınlara yönelik olarak kısa müddetli meslek edindirme programları ve aktif çalıştırma tedbirlerinin gelişmesi sağlanmalıdır (Erkek ve Karagöz, 2009). Eğitim düzeni ile işgücü pazarı arasında etkili bir ilişki kurulmalıdır. Hayat boyu öğrenmeye ve köyden kente göç edenlerle genç işsizlerin eğitim almalarına önem verilmelidir. Fırsat eşitliğine yönelik uygulamaların geliştirilmesi için sivil toplum kuruluşlarıyla işbirliği yapılması sağlanmalıdır. Bu bağlamda, erkeklerin bilinçli olmasına yönelik eğitim de olağanüstü bir önem taşıyor. Sivil toplum kurumlarının kadın istihdamında üstlendiği rol oldukça önemlidir. Ülkemizde bundan sonra her problemin çözümünü devletten bekleme alışkanlığından vazgeçilmelidir. Kadın cemiyetleri dışındaki diğer sivil toplum kurumlarının da iş birliği ve koordinasyon içinde öngörülen müşterek gayeler doğrultusundaki çalışmalarını arttırmaları gerekmektedir. Çalışma yerlerinde ayrımcılığa karşı kanunlar konulmalı ve bu konulan kanunlar uygulanmaya çalışılmalıdır. İşyerlerinde ücret eşitliği sağlanmalıdır.

Kadınların istihdamını olumsuz yönde etkileyen, kadınlara yönelik geleneksel bakış açısını yok etmeye yönelik çalışmalara da olabildiğince yer vermek gereklidir. Bu konuyla ilgili olarak çeşitli toplantılar, seminerler ve konferanslar yapabilmelerinin yanı sıra uzun dönemi içine alan planlı reklam kampanyaları düzenlenmelidir. Düzenlenmiş olan bu toplantı ve konferanslarda hem kadınların istihdama katılımları için cesaretlendirilmeleri hem de toplumun öteki bireylerine, kadınların çalışmaları halinde hanelerine ve topluma yapacakları pozitif yansımaları anlatılmalıdır. Kadın istihdamını sektörel bakımdan düzenlemeye yönelik olarak, tarım dışı dallardaki çalışma şartları kadınlara elverişli bir hale getirilmelidir. Bilhassa çalışma saatlerinin daha esnek olduğu part-time gibi kısmi süreli işlerin uygulamaya konulması, kadınları bu sektörlerle yönlendirmede çok fazla önem taşımaktadır. Böyle olmakla birlikte, çalışma yerlerinde açılacak çocuk yuvaları, kadınların iş yaşamına girebilmelerindeki en büyük problemlerden biri olan çocuk bakımı problemini yok edecek ve kadın istihdamına pozitif yönde tesir edecektir. İstihdamda bulunan kadınlar özel sektörün çalışma saatlerinin kadınlar için çok uygun olmadığı ve çalışma saatlerinin kadınlar üzerinde baskı ögesi oluşturduğunu, aile hayatlarının daha sağlıklı olabilmesi için çalışma saatlerinin yeniden düzenli bir duruma getirilmesinin bir gereklilik olduğu konusunda bilhassa vurgu yapılması gerektiğini ve bu kapsam alanında yoğun çalışma koşullarında olan kadınların daha önce de

bahsettiğimiz gibi evlilik veya çocuk yapma planlarını daha sonraya bırakmak durumunda kaldıklarını belirtmişlerdir. Bir başka düşünce ise, kıdem tazminatlarında daha kapsamlı düzenlemeler yapılmalıdır. Kadınlara erken emekli olabilmek hakkının tanınması, toplumu eğiterek genel olarak cinsiyet ayrımcılığı, duygusal taciz ve tacize karşı farkındalığın oluşmasının sağlanması bütün bunların türlü kuruluşlar ile işlerin elbirliği içerisinde yapılarak sonuca kavuşturulması tavsiye edilmektedir. Ayrıca mahalli yönetimlerin düşük gelirli kadınların çocukları için kreş, etüt merkezi ve benzeri çocuk bakım alanları oluşturularak hizmetine sunulması gerektiğini önerilmektedir. Evde bıraktıkları yaşlı kişiler için bakım merkezlerinin kurulması kadınların üzerinde önemle durdukları bir diğer konudur. Kayıt dışı ve düşük ücret ile çalıştıran işverenlerin ortaya çıkarılması ve bu işverenler hakkında karardan döndürücü kanunlar uygulanarak kamu işlerinden yoksun bırakılması tavsiye edilmektedir. Başka bir konu da belirlenen zamandan önce yapılan evlilikler sebebiyle özellikle de kadınların eğitim hayatlarını henüz tamamlayamamış olmalarından dolayı düşük ücretli ve vasıfsız işlerde çalışmak mecburiyetinde kalmalarıdır. Bu konuyla ilgili devletin ve mahalli yönetim sahibi kişilerin kadınlara, aslında topluma karşı yapmak zorunda bulunduğu sorumluluklarını yerine getirmeleri önerilmektedir (Küçük, 2015). Kadın olmanın oluşturduğu sorunlar bir insanlık sorunu olarak değerlendirilmeli ve bu anlamda çözüm için ne gerekiyorsa bunlar araştırılmalıdır. Toplum, kadın ve erkeği birbiriyle yarışan olarak değil, kadın ve erkeğin birbirini tamamlayan öğeler olarak görmeli ve bu anlamda önceden belirtilen yöntemler üretebilmelidir. Atılacak her adım başında, kadının konumunun yükseltilmesi gelmektedir. Kadının konumu, kadının aile ve toplum içerisinde bulunduğu yeridir. Kadının pozisyonunu yükseltmenin yöntemi, genel anlamda kadının eğitim imkânlarından nispeten daha çok faydalandırılması, özel anlamda ise mesleki anlamda nispeten daha çok teknik bilgi alması sağlanmalıdır. Burada üzerinde durulması gereken husus, kadınların çalışmasını zorlaştıran öğelerin yasalardan çıkartılması, iş alanlarının genişletilmesi, evli ve çocuklu kadınların çalışmasını basitleştirecek tertiplerin yapılmasıdır (Kocacık ve Gökkaya, 2015: 215-217). Tüm bu söylediklerimizin genel anlamda bir değerlendirmesini yapacak olursak; kadın istihdamını artırma hususunda yönetim kuruluşlarına ve sivil toplum teşkilatına mühim vazifeler düşmektedir. Bu konuyla ilgili olarak yapılan çalışmalar çeşitlendirilerek artırılmalıdır. Kadın istihdamının artırılması, yönetim kuruluşlarının siyasetlerinde yer almalı, kadın istihdamı ile ilgili düzenlemelere yönelik olarak hükümet ve sivil toplum kuruluşları ile bir arada yola çıkılmalıdır (Berber ve Yılmaz-Eser, 2008).

KAYNAKÇA

- Agby, E. ve Terzi, H. (2008). Türkiye’de İşsizlik Sorunu ve Avrupa İstihdam Stratejisi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (30), 229-250.
- Ağlı, E. ve Tor, H. (2015). Cumhuriyetin İlanından Günümüze Türk Kadınlarının Eğitim, Sosyal ve Siyasal Hayattaki Durumlarının Değerlendirilmesi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 2(1), 75-86.
- Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı. (2021, Ocak). Türkiye’de Kadın. (Erişim adresi: <https://ailevecalisma.gov.tr/media/67346/turkiye-de-kadin-2021-ocak.pdf>, Erişim tarihi: 7 Haziran 2021).
- Alparslan, A. M., Çetinkaya, Bozkurt Ö. ve Özgöz, A. (2015). İşletmelerde Cinsiyet Ayrımcılığı ve Kadın Çalışanların Sorunları. *MAKÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(3), 66-81. Yıl: 2.
- Arabacı, B. (2015). Toplumsal Cinsiyet Rollerine Bağlamında Cinsiyete Dayalı İşbölümü ve Çalışan Kadın. Türkiye’de ve Dünyada Kadın Araştırmaları, (s.50-54) (Editor: Gülseren Ağrıdağ) Adana: Çukurova Üniversitesi Basımevi.
- Atik, H. ve Tombak, F. (2012). Bilgi Ekonomileri ve Türkiye’de Kadın İşgücünün İstihdam Yapısı. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 7(1), 137-148. (Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/beyder/issue/3474/47267>, Erişim tarihi: 2 Şubat 2021).
- Aybek, B. ve Karataş, T. (2015). Türkiye’de Kadın Eğitimi ve İstihdamı. Türkiye’de ve Dünyada Kadın Araştırmaları, (s.69-75) (Editor: Gülseren Ağrıdağ) Adana: Çukurova Üniversitesi Basımevi.
- Aydın Tükeltürk, Ş. ve Şahin Perçin N. (2008). Turizm Sektöründe Kadın Çalışanların Karşılaştıkları Kariyer Engelleri ve Cam Tavan Sendromu: Cam Tavani Kirmaya Yönelik Stratejiler. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6(2), 113-128.
- Aytaç, S., Seviktekin M., Işığışok, Ö., Bayram, N., Yıldız, S. ve Eryiğit, K. Y. (2002). Çağdaş Sanayi Merkezlerinde Kadın İşgücünün Konumu: Bursa Örneği. Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu.
- Ayyıldız Ünnü, N. A., Baybars, M. ve Kesken, J. (2014). Türkiye’de Kadınların Üniversiteler Bağlamında Yetki ve Karar Verme Mekanizmalarına Katılımı. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (42), 121-133.
- Berber, M. ve Yılmaz Eser, B. (2008). Türkiye’de Kadın İstihdamı: Ülke Ve Bölge Düzeyinde Sektörel Analiz. *İş, Güç, Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 10(2).
- Bilican Gökkaya, V. (2011). Kadına Yönelik Ekonomik Şiddet: Sivas İli (Cumhuriyet Üniversitesi) Örneği. *ZfWT Zeitschrift für die Welt der Türken*, 3(3), 129-145.
- BirGün. (2021, 2 Haziran). Uluslararası Çalışma Örgütü: Covid-19 nedeniyle 2021’in İlk Çeyreğinde 140 Milyon Kişi İşini Kaybetti. (Erişim adresi: <https://www.birgun.net/haber/uluslararasi-calisma-orgutu-covid-19-nedeniyle-2021-in-ilk-ceyreginde-140-milyon-kisi-isini-kaybetti-346954>, Erişim tarihi: 7 Haziran 2021).

- Çelik, C. ve Özdevecioğlu, M. (2001). Kadın Girişimcilerin Demografik Özellikleri ve Karşılaştıkları sorunlara İlişkin Nevşehir İlinde Bir Araştırma. 1. Orta Anadolu Kongresi (Nevşehir): 487-498.
- Çetin, M. ve Atan, E. (2012). İlköğretim Okullarında Görev Yapan Kadın Okul Yöneticilerinin “Cam Tavan” a İlişkin Algılarının İncelenmesi. *M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 35, 123-136.
- Deutsche Welle Türkçe. (2021, 4 Ocak). Türkiye’de Nüfus İstatistikleri Açıkladı. (Erişim adresi: <https://www.dw.com/tr/t%C3%BCrkiyede-n%C3%BCfus-istatistikleri-a%C3%A7%C4%B1kland%C4%B1/a-56451664>, Erişim tarihi 7 Haziran 2021).
- DİSKAR. (2021, 10 Mayıs). Türkiye Devrimci İşçi Sendikaları Konfederasyonu Araştırma Merkezi. İşsizlik ve İstihdamın Görünümü. İşsizlikte Artış Eğilimi Sürüyor! içinde. (Erişim adresi: <http://arastirma.disk.org.tr/wp-content/uploads/2021/05/ISSIZLIK-VE-ISTIHDAMIN-GORUNUMU-MAYIS-2021.pdf>, Erişim tarihi: 6 Haziran 2021).
- Durmaz, Ş. (2016). İşgücü Piyasasında Kadınlar ve Karşılaştıkları Engeller. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(3), 37-60.
- Erbay, E. ve Tuncay, T. (2006). Sosyal Hizmet Bakışıyla Kadın İstihdamı. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 17(2), 25-40.
- Erkek, S. ve Karagöz, H. (2009). Kadının İş Hayatındaki Yeri Ve Karşılaştığı Sorunlar, Konya Ticaret Odası.
- Esen, E. (2013). Avrupa Birliği ve Türkiye’de Kırsal Kadının Durumu ve Almanya’dan Proje Uygulama Örnekleri. *Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi*, 12(1), 105-127. (Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/aacd/issue/50070/642420>, Erişim tarihi: 13 Mayıs 2021).
- Etki Yatırımı Platformu. (2021, 1 Nisan). 2021 Küresel Cinsiyet Uçurumu Raporu Yayınlandı!. (Erişim adresi: <https://etkiyap.org/blog/kuresel-cinsiyet-ucurumu-raporu-yayinlandi/>, Erişim tarihi 7 Haziran 2021).
- Evrensel. (2021, 11 Mart). Türkiye Kadın Milletvekili Oranı Sıralamasında 122. Sıradan 129. Sıraya Geriledi. (Erişim adresi: <https://www.evrensel.net/haber/427888/turkiye-kadin-milletvekili-orani-siralamasinda-122-siradan-129-siraya-geriledi>, Erişim tarihi 7 Haziran 2021).
- Gündoğan, N. (1999). Genç İşsizliği ve Avrupa Birliğine Üye Ülkelerde Uygulanan Genç İstihdam Politikaları. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 54(01), 63-79. (Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/36293>, Erişim tarihi: 9 Haziran 2021).
- Hoşgör, H., Gündüz Hoşgör, D. ve Memiş, K. (2016). Sosyo-Demografik Özellikler ile Cam Tavan Sendromu Arasındaki İlişki ve Farklılıkların İncelenmesi: Sağlık Çalışanları Örneği. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(35), 345-362.
- Işık Erol, S. (2017). Almanya’da Güvencesiz Çalışmaya Karşı Sendikaların Tutumu. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, Cilt 7(1/1), 45-62. (Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/buyasambid/issue/29808/320570>, Erişim tarihi: 10 Ocak 2021).
- İğde, G. (2011). Avrupa Birliği’nde İş ve Aile Yaşamını Uyumlaştırma Politikaları: İspanya ve Türkiye Örneği, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- InBusiness. (2021, 15 Nisan). Türk Bankalar Dünyadaki En İyi Uygulama standartlarını Karşılıyor. (Erişim adresi: <https://www.inbusiness.com.tr/finans/bankacilik/2021/04/15/turk-bankalari-dunyadaki-en-iyi-uygulama-standartlarini-karsiliyor>, Erişim tarihi: 7 Haziran 2021).
- İpek, C. ve Yazar, S. (2010). Sınıf Öğretmeni ve Sınıf Öğretmeni Adaylarının Okul Yöneticiliğinde Cinsiyet Ayrımcılığına Yönelik Tutum ve Görüşleri. *E-International Journal of Educational Research*, 1(1), 58-76.
- Kocacık, F. ve Gökkaya Veda, B. (2005). Türkiye’de Çalışan Kadınlar ve Sorunları. *C.Ü. İİBF Dergisi*, 6(1),215-217.
- Koray, M. (2011). Avrupa Birliği ve Türkiye’de “Cinsiyet” Eşitliği Politikaları: Sol-Feminist Bir Eleştiri. *Çalışma ve Toplum Dergisi*, 29(13-53). (Erişim adresi: <https://www.calismatoplum.org/Content/pdf/calismatoplum-1363-3b89ffdd.pdf>, Erişim tarihi: 1 Mart 2021).
- Korkmaz, A. ve Korkut, G. (2012). Türkiye’de Kadının İşgücüne Katılımının Belirleyicileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(2), 41-65. (Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/sduiibfd/issue/20821/222845>, Erişim tarihi: 20 Şubat 2021).
- Kutluay Tutar, F. ve Şahin, H. (2017). Türkiye’nin Avrupa Birliği’ne Uyum Sürecinde Kadın İstihdamının Analizi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 40-57. (Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/iibfdkastamonu/issue/30656/326636>, Erişim tarihi: 28 Haziran 2021).
- Küçük, M. (2015). Çalışma Hayatında Kadınlar ve Karşılaştıkları Sorunlar: Bir İşverene Bağlı Olarak Çalışan Emekçi Kadınlara İlişkin Bir Araştırma. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 7(1).
- Organisation for Economic Co-Operation and Development (OECD). (2013). Pension at a Glance: Retirement-Income Systems in OECD and G20 Countries. (Erişim adresi: <http://www.oecd.org/els/publicpensions/pensionsataglance2011retirementincomesystemsinoecdandg20countries.htm>, Erişim tarihi: 8 Ocak 2021).

- Pekel, E. (2019). Toplumsal Cinsiyet Roller ve Kadının Çalışma Hayatındaki Konumu. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 30-39.
- Soykut Sarıca, Y. P. ve Çağlı, E. (2018). İş-Aile Yaşamında Dengeyi Bulma Çabaları: Ülke İncelemeleri. *SGD-Sosyal Güvenlik Dergisi*, 8(1), 95-118. (Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/sgd/article/421086>, Erişim tarihi: 28 Haziran 2021).
- Şahbaz Kılınç, N. (2015). Küresel Eğilimler Çerçevesinde Kadın İstihdamı. *Hak-İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 4(9).
- Tahtaloğlu, H. (2016). Türkiye’de Yükseköğretim Kurumlarında Cam Tavan Sendromunun Kadınlar Üzerindeki Etkileri. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2), 89-105.
- Taner, B. ve Gökalp, Z. (2015). İŞKUR Mesleki Eğitim Kurslarını Bitiren Kadınların İstihdam Durumları. Türkiye’de ve Dünyada Kadın Araştırmaları, (s.55-62) (Editor: Gülseren Ağrıdağ) Adana: Çukurova Üniversitesi Basımevi.
- TRT HABER. (2021, 3 Haziran). YÖK Başkanı Saraç: Türkiye’de Kadın Akademisyen Oranı % 45 içinde. (Erişim adresi: <https://www.trthaber.com/haber/egitim/yok-baskani-sarac-turkiyede-kadin-akademisyen-orani-yuzde-45-585901.html>, Erişim tarihi: 6 Haziran 2021).
- TÜİK. (2019). İşgücü İstatistikleri Mikro Veri Seti. Ankara: Türkiye İstatistik Kurumu Başkanlığı Yayını. (Erişim adresi: <https://www.tuik.gov.tr/media/microdata/pdf/ısgucu.pdf>, Erişim tarihi: 7 Şubat 2021).
- Tunç, A., Uslan, Y. U. ve Gökçe, A. F. (2015). Türk Kamu Yönetiminde Personel Ve Yönetici Olarak “Kadının Varlığı”: Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Örneği. Türkiye’de ve Dünyada Kadın Araştırmaları, (s.7-14) (Editor: Gülseren Ağrıdağ) Adana: Çukurova Üniversitesi Basımevi.
- TÜİK. (2009). İşgücü, İstihdam ve İşsizlik İstatistikleri Sorularla Resmi İstatistikler Dizisi-1. Ankara: T.C.Başbakanlık Türkiye İstatistik Kurumu.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2021, 10 Mart). İşgücü İstatistikleri, Ocak 2021 içinde. (Erişim adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Isgucu-Istatistikleri-Ocak-2021-37486>, Erişim tarihi: 6 Haziran 2021).
- TÜSES. (1990). İstihdam Politikaları. Ankara.
- Ülgen, G. (ty). İktisada Giriş-II. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi Yayını.(Erişim adresi: http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/iktisat_ao/iktisadagiris_2.pdf, Erişim tarihi: 6 Mayıs 2021).
- Yıldız, S. (2014). Türkiye’de Cam Tavan Sendromunun Varlığı Üzerine Bir Araştırma. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6(1), 72-90.
- Yılmaz Eser, B. ve Terzi, H. (2008). Türkiye’de İşsizlik Sorunu ve Avrupa İstihdam Stratejisi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (30), 229-250. (Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/erciyesiibd/issue/5887/77872>, Erişim tarihi: 17 Haziran 2021).
- YÖK. (2021, 5 Haziran). Türk Üniversitelerindeki Kadın Profesör Oranı, Avrupa Ortalamasını Geride Bıraktı. (Erişim adresi: <https://www.yok.gov.tr/Sayfalar/Haberler/2021/turk-universitelerindeki-kadin-profesör-orani-avrupa-ortalamasini-gecti.aspx>, Erişim tarihi: 7 Haziran 2021).
- Zeybek, E. (2010). Kariyer Engelleri ve Cam Tavan: Ankara’da Faaliyet Gösteren 4 ve 5 Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara: Gazi Üniversitesi.

ULUSLARARASI LİSANS ÖĞRENCİLERİNİN EĞİTİM GEREKSİNİMLERİ*

Muhammet NARSEYİTOV
Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Eğitim Fakültesi
m.narseyitov@gmail.com

Nermin KARABACAK
Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Eğitim Fakültesi
nermin.karabacak@erdogan.edu.tr

Şenol SEZER
Ordu Üniversitesi Eğitim Fakültesi
senolsezer.28@gmail.com

ÖZET

Uluslararası öğrenciler, yükseköğrenimini tamamlamak veya akademik kariyer yapmak amacıyla yükseköğrenim yaşamının tamamını veya bir kısmını, vatandaşı olduğu ülkenin dışında ya da başka bir ülkede geçiren öğrencilerdir. Ev sahibi ülkede eğitim gören uluslararası öğrencilerin gerçek yaşam alanı hala kendi ülkesi olması nedeniyle uluslararası öğrencilerin uyum sürecinde zorlandıkları ve farklı düzeylerde sorunlar yaşadıkları bilinmektedir. Alanyazında bu sorunlar ve nedenleri arasında; iletişim, ekonomik nedenler, eğitimsel sorunlar, sosyo-kültürel sorunlar, öğrencilerin sorun yaşadıklarında muhatap bulamamaları, aldıkları burslar ile geçinememeleri, özellikle ilk zamanlarda yaşadıkları beslenme ve barınma problemleri, dil yetersizliği, sosyal ve akademik uyum sorunu, vatan özlemi sorunları sayılabilir. Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi'nin, uluslararası öğrencilerle tanışması 2010 yılında başlamış ve her akademik yılda uluslararası öğrenci sayıları artmıştır. Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, uluslararası öğrencilerinin de alanyazında belirtilen bu sorunlarla karşılaştıkları görülmektedir. Uluslararası öğrencilerin yaşadıkları bu sorunların en aza indirgenebilmesi için eğitim gereksinimlerinin belirlenerek bu doğrultuda akademik hizmetlerin daha nitelikli bir şekilde verilmesi gerekmektedir. Bu çalışmada, uluslararası lisans öğrencilerinin eğitim gereksinimlerinin Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi özelinde belirlenmesi amaçlanmıştır.

Bu araştırma, nicel araştırma yöntemlerinden betimsel tarama modelinde planlanmıştır. Araştırmanın örneklemini, 2019-2020 akademik yılında Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi'nde öğrenimlerini sürdüren 181 uluslararası öğrenci oluşturmaktadır. Veriler, Karabacak (2019) tarafından geliştirilen 'RTEÜ Uluslararası Lisans Öğrencilerinin Eğitim Gereksinimleri Envanteri' ile toplanmıştır. Envanter, alanyazına dayalı olarak hazırlanan ve uluslararası lisans öğrencileriyle yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılarak geliştirilmiştir. Envanter, demografik bilgiler, ailevi bilgiler, okula aidiyet, yaşam sorunları ve öğrenme çıktıları başlıklarından oluşmaktadır. Öncelikle, katılımcılara araştırmanın amacı ve önemi açıklanmıştır. Veri toplama aşamasında, TÖMER'den dil eğitimi alan ya da Türkçesi yeterli olmayan katılımcılarla Rusça ve İngilizce iletişim sağlanmıştır.

Araştırmanın bulguları, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi uluslararası öğrencilerinin barınma ve beslenme sorunları, etnik köken ve inanç farklılığı nedeniyle sosyo-kültürel sorunlar, kendilerini üniversitenin bir parçası olarak görememe nedeniyle üniversiteye ve bölüme aidiyet sorunları, öğrencilere hizmet sorunları ve eğitimsel sorunlar yaşadıklarını ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yükseköğretim, uluslararası öğrenci, eğitim gereksinimi

EDUCATIONAL NEEDS OF INTERNATIONAL UNDERGRADUATE STUDENTS

ABSTRACT

International students are students who spend all or part of their higher education life outside their country of citizenship or in another country in order to complete their higher education or pursue an academic career. It is known that international students have difficulties in the adaptation process and experience problems at different levels, since the real-life space of international students studying in the host country is still their own country. In the literature, these problems and their causes can be listed as communication, economic reasons, educational problems, socio-cultural problems, the inability of students to find an interlocutor when they have problems, the inability to get along with the scholarships they receive, the nutrition and accommodation problems they experience especially in the early days, language inadequacy, social and academic adaptation problems, and

* Bu bildiri Muhammet Narseyitov'un "Uluslararası Öğrencilerin Algılanan Esenlik Düzeyleri, Karşılaştıkları Güçlükler Ve Eğitim Gereksinimleri" başlıklı yüksek lisans tezinin bir bölümünden üretilmiştir.

homesickness. The meeting of Recep Tayyip Erdoğan University with international students started in 2010, and the number of international students has increased every academic year. It is seen that international students at Recep Tayyip Erdoğan University also encounter these problems mentioned in the literature. In order to minimize these problems experienced by international students, their educational needs should be determined and academic services should be provided in a more qualified way accordingly.

This research was planned in the descriptive survey model, which is one of the quantitative research methods. This research was conducted with 181 international students at Recep Tayyip Erdoğan University in the 2019-2020 academic year. Data were collected through the 'RTEU International Undergraduate Students' Educational Requirements Inventory', which developed by Karabacak (2019). The inventory was developed through literature review and semi-structured interviews with international undergraduate students. The inventory consists of demographic information, family information, belonging to school, life problems, and learning outcomes. Since the data collection tool was prepared in Turkish, the data were collected through personal interviews with international students. Firstly, the purpose and importance of the research was explained to the participants. In data collection process, the communication was provided in Russian and English with the participants who were receiving TOMER training or whose Turkish was not sufficient.

The findings of the study reveal that international students of Recep Tayyip Erdoğan University have accommodation and nutrition problems, socio-cultural problems due to ethnic origin and belief differences, problems of belonging to the university and the department due to not seeing themselves as a part of the university, service problems, and educational problems.

Key Words: Higher Education, international student, educational requirement

GİRİŞ

Uluslararası öğrenciler, yükseköğrenimini tamamlamak veya akademik kariyer yapmak amacıyla yükseköğrenim yaşamının tamamını veya bir kısmını, vatandaşı olduğu ülkenin dışında ya da başka bir ülkede geçiren öğrencilerdir (Glossary of Project Atlas, 2021; Ward, Bochner ve Furnham, 2001). Uluslararası öğrenciler, alan yazında resmî kurumlarca (OECD, 2013; UNESCO, 2009; EUROSTAT, 2012; YÖK, 2015; YTB, 2017) farklı ifadelerle tanımlanmışlardır. Uluslararası öğrenci tanımı, ülkeden ülkeye bile farklılık gösterebilmektedir. Bu anlamda, uluslararası öğrenciler, yabancı öğrenciler, değişim programı öğrencileri, misafir öğrenciler tanımlamaları uluslararası öğrenciler için kullanılan ifadelerdir. 1983 yılından 2011 yılına kadar kanun metinlerinde *yabancı öğrenci* ve sonrasında *uluslararası öğrenci* olarak tanımlanmıştır (insamer.com). 2012 yılından itibaren kanun metinlerinde "uluslararası öğrenci" ifadesi kullanılmıştır. Uluslararası öğrenci ifadesine kadar olan süreçte yabancı öğrenci, misafir öğrenci, değişim programı öğrencisi gibi ifadeler kullanılmıştır.

Ev sahibi ülkede eğitim gören uluslararası öğrencilerin gerçek yaşam alanı hala kendi ülkesi olması nedeniyle uluslararası öğrencilerin uyum sürecinde zorlandıkları ve farklı düzeylerde sorunlar yaşadıkları bilinmektedir (Ye, 2006). Bu sorunlar ve nedenleri arasında; insan ilişkileri, ekonomik sebepler, eğitimsel sorunlar, sosyo-kültürel sorunlar, öğrencilerin sorun yaşadıklarında muhatap bulamamaları, aldıkları burslar ile geçinememeleri, özellikle ilk zamanlarda yaşadıkları beslenme ve barınma problemleri, dil yetersizliği, sosyal ve akademik uyum sorunu, vatan özlemi sorunları sayılabilir.

Uluslararası öğrencilerin akademik sorunlarının nedenlerine yönelik sınırlı sayıda araştırma yapılmış olduğu görülmektedir. Akademik sorunların büyük bir kısmının; vatan özlemi, kültürel uzaklık, öz yeterlilik, dil yetersizliği, maddi sorunlar, kültürel farklılıklar, ayrımcılık, stres, oryantasyon, aile ve arkadaş desteği, vb. uyum ve kültürleşme problemlerinden kaynaklandığı tespit edilmiştir. Uluslararası öğrencilerin yaşadıkları bu problemler akademik uyum ve başarılarına etki eden öncül faktörlerdir. Bu bağlamda, yükseköğretim kurumlarının farklı ülke ve kültürlerden öğrenci kabul etmesi ve bu öğrencilerin eğitimsel gereksinimlerinin karşılanamaması nedeniyle uluslararası öğrencilerin farklı ve birbirleriyle bağlantılı sorunlar yaşadıkları görülmektedir.

Uluslararası öğrencilerin yaşadıkları bu sorunların en aza indirgenebilmesi için eğitim gereksinimlerinin belirlenerek bu doğrultuda akademik hizmetlerin daha nitelikli bir şekilde verilmesi gerekmektedir. Bu eğitimin daha nitelikli verilebilmesi için ise konuya ilişkin araştırmalara ve bu araştırmalardan elde edilen bulgulardan etkili bir şekilde yararlanmaya gereksinim duyulmaktadır. Bu nedenle, bu çalışmada, uluslararası öğrencilerin akademik sorunlarının üstesinden gelebilmeleri için eğitimsel gereksinimlerine ve bu gereksinimlerin karşılanabilmesine yönelik öneriler geliştirmeye odaklanılmıştır.

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi'nde öğrenim gören uluslararası öğrencilerin sayıları son yıllarda artmıştır. Bu artış, beraberinde bir dizi sorunları da getirmiştir. Uluslararası öğrencilerin yaşadıkları bu sorunların en aza indirgenebilmesi için eğitim gereksinimlerinin belirlenerek bu doğrultuda akademik hizmetlerin daha nitelikli bir şekilde verilmesi gerekmektedir. Bu eğitimin daha nitelikli verilebilmesi için ise konuya ilişkin araştırmalara ve bu araştırmalardan elde edilen bulgulardan etkili bir şekilde yararlanmaya gereksinim duyulmaktadır. Bu bağlamda, öğrencilerin demografik bilgileri, ailevi bilgileri, okula aidiyetlik durumları, öğrenme çıktılarını ve yaşam sorunları ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

Bu araştırmanın sonuçlarının, uluslararası öğrencilerin Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi'nde sürdürdükleri eğitim sürecinden daha fazla yarar sağlamalarına katkı sunması hedeflenmektedir. Ayrıca araştırmanın

sonuçlarının, uluslararası öğrencilerin Rize'ye daha kolay uyum sağlamalarına, akademik sorunlarının azalmasına, uluslararası öğrencilerin üniversite tercihine ve Türkiye'deki üniversitelere olumlu bakmalarına katkı sağlayacağı öngörülmektedir. Bu çalışmada Uluslararası Lisans Öğrencilerinin Eğitim Gereksiniminin Belirlenmesi Envanterine samimi ve doğru cevaplar verdikleri varsayılmıştır.

AMAÇ

Bu çalışmada, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi özelinde uluslararası lisans öğrencilerinin eğitim gereksinimlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

YÖNTEM

Bu çalışma, nicel araştırma yöntemlerinden betimsel tarama modelinde planlanmıştır. Bu çalışma, 2019-2020 akademik yılında Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesinin fakülte/yüksekokullarındaki akademik birimlerinde kayıtlı 181 uluslararası öğrencinin görüşleri ile sınırlıdır. Bu çalışma sonucunda elde edilen veriler için betimsel istatistik değerleri hesaplanmıştır. Betimsel istatistik tablolarına bulgular bölümünde yer verilmiştir.

Çalışmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın nicel verilerinin toplanmasında, (Karabacak, 2018) tarafından geliştirilen Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Uluslararası Lisans Öğrencilerinin Eğitim Gereksinimlerinin Belirlenmesi Envanterinin yeniden düzenlenmiş formu (Karabacak, 2019) kullanılmıştır. Envanter, alan yazın taraması ve uluslararası lisans öğrencileriyle yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılarak temellendirilmiştir.

Verilerin toplanması sürecinde tez danışmanı tarafından ölçme aracı uygulanacak fakülte/yüksekokulların yöneticileriyle iletişime geçilerek tez araştırması hakkında bilgi verilmiş ve uygulama için en uygun günler istenmiştir. İlgili fakültenin/yüksekokulun yöneticileri tarafından uluslararası öğrencilere duyuru yapılmıştır. Uluslararası öğrencilerle önceden belirlenen yer ve zamanda veri toplanan fakülte/yüksekokullarda, veri toplama standı açılarak sabah 9.00'dan akşam 19.00'a kadar yüz yüze veri toplama işlemi gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, veri güvenilirliğini artırmak ve daha fazla sayıda öğrenciye ulaşmak amacıyla veri toplama araçları tez araştırmacısı tarafından lisans eğitimi verilen bütün fakülte/yüksekokullarda stant açılarak Kasım 2019-Ocak 2020 tarihleri arası uluslararası öğrencilere uygulanmıştır. Veri toplama araçlarına samimi cevaplar vermeleri için tez araştırmacısı tarafından katılımcılara araştırmanın amacı ve önemi açıklanmıştır. TÖMER eğitimi alan ya da Türkçesi yeterli olmayan katılımcılarla tez araştırmacısı Rusça ve İngilizce iletişim kurarak veri toplama araçlarının doldurulmasına katkı sağlamıştır.

Tablo 1'de, katılımcıların demografik özellikleri sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcıların demografik özellikleri (N=181)

Değişken	Gruplar	N	%
Cinsiyet	Erkek	107	59,1
	Kadın	74	40,9
Yaş	16-19	41	22,6
	20-24	116	64,2
	25-29	20	11,0
	30-36	4	2,2
Medeni Durum	Bekâr	173	95,6
	Evli	8	4,4
Üniversiteye Yerleşme	Lise Diploma	95	52,5
	YÖS	86	47,5
Türkçe Eğitim Alma	Evet	104	57,5
	Hayır	77	42,5
Sınıflar	TÖMER	32	17,7
	1. sınıf	41	22,7
	2. sınıf	33	18,2
	3. sınıf	19	10,5
	4. sınıf	39	21,5
	5. sınıf ve üstü	17	9,4

Tablo 1'de, katılımcıların 107'sinin (%59,1) erkek, 74'ünün (%40,9) kadın olduğu görülmektedir. Katılımcıların 116'sının (%64,2) 20-24 yaş aralığında, 41'inin (%22,6) 16-19 yaş aralığında, 20'sinin (%11,0) 25-29 yaş aralığında ve 4'ünün (%2,2) 30-36 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Verilere katılımcıların 20-24 yaş aralığında yoğunlaştığı, 173'ünün (%95,6) bekâr ve 8'inin (%4,4) evli oldukları görülmektedir. Tablo 4'te, katılımcıların 95'inin (%52,5) lise diplomasıyla ve 86'sının (%47,5) Yabancı Uyraklı Öğrenci Sınavıyla (YÖS)

eğitim hakkını kazandıkları görülmektedir. Katılımcıların Türkçe Öğretim Merkezi (TÖMER)'den 104'ünün (%57,5) Türkçe eğitimi alırken 77'sinin (%42,5) Türkçe eğitim almadıkları görülmektedir. Katılımcıların 41'i (%22,7) 1. sınıf, 39'u (%21,5) 4. sınıf, 33'ü (%18,2) 2. sınıf, 32'si (%17,7) TÖMER, 19'u (%10,5) 3. sınıf ve 17'si (%9,4) 5. sınıf ve üzerinde eğitim almaktadır.

BULGULAR

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Uluslararası Lisans Öğrencilerinin Eğitim Gereksinimlerinin Belirlenmesi Envanterine ait sonuçlar, envanter maddeleri bazında sunulmuştur.

Tablo 2. Uluslararası lisans öğrencilerin bölgesel dağılımı (N=181)

Bölge	N	%
Türki Cumhuriyetler	71	39,2
Ortadoğu	71	39,2
Avrasya	21	11,6
Afrika	11	6,1
Uzakdoğu	7	3,9
Toplam	181	100

Tablo 2'de, araştırmaya katılan 181 uluslararası öğrencinin 71'i (%39,2) Türki Cumhuriyetler, 71'i (%39,2) Ortadoğu, 21'i (%11,6) Avrasya, 11'i (%6,1) Afrika ve 7'si (%3,9) Uzakdoğu bölgelerinden olmak üzere toplam 29 farklı ülkeden uluslararası öğrenci yer almaktadır.

Tablo 3'te, katılımcıların Rize'de yaşamaktan memnuniyet durumu ve nedenlerine ilişkin bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 3. Katılımcıların Rize'de yaşamaktan memnuniyet durumu ve nedenleri (N=181)

Değişken		N	%
Barınma yeri	Kiralık ev	62	34,3
	KYK yurdu	58	32,0
	Özel yurt	37	20,4
	Aile	7	3,9
	Diğer	17	9,4
Toplam		181	100
Rize'de kaldığı süre	1-2 yıl	89	49,1
	3-4 yıl	48	26,5
	5-6 yıl	42	23,2
	7-8 yıl	1	0,6
	11-12 yıl	1	0,6
Toplam		181	100
Rize'de yaşamaktan memnuniyet durumu	Evet	160	88,4
	Hayır	21	11,6
Toplam		181	100
Memnuniyet nedenleri	Güvenli bir şehir olması	29	16,0
	Rizelilerin yabancıları sevmesi	27	14,9
	Ulaşımın kolay olması	18	10,0
	Denizin olması	17	9,4
	Akrabalarının bulunması	13	7,2
Memnuniyetsizlik nedenleri	Yerleşim yerinin sıkışık ve yüksek olması	19	10,5
	Pahalı bir şehir olması	16	8,8
	Sosyal aktivitelerin yetersiz olması	14	7,7
	Yabancılar ön yargılı davranışlar	10	5,5
	Küçük şehir olması	9	5,0
Konaklama imkânların kısıtlı olması	9	5,0	
Toplam		181	100

Tablo 3 incelendiğinde, katılımcıların çoğunlukla kiralık ev (f=62, %34), KYK yurdu (f=58, %32,0) ve özel yurtda (f=37, %20,4) barındığı görülmektedir. Uluslararası öğrencilerin yoğunluk olarak kiralık evlerde kaldığı görülmektedir. Diğer şekilde yanıt verenler (f=17, %9,4) ve ailesinin yanında kalanlar (f=7, %3,9) şeklindedir. Tablo 3'te, uluslararası lisans öğrencilerinin Rize'de bulunma süresi 1-2 yıl aralığında olanlar (f=89, %49,2), 3-4 yıl aralığında olanlar (f=48, %26,5), 5-6 yıl aralığında olanlar (f=42, %23,2), 7-8 yıl aralığında olanlar (f=1, %0,6) ve 11-12 yıl aralığında olanlar (f=1, %0,6) şeklindedir. Uluslararası öğrencilerin bulunduğu süreye bakıldığında 1

yıl ve 2 yıl aralığında Rize’de kalanların en fazla olduğu görülürken; 11-12 yıl aralığında kalanların en az olduğu dikkati çekmektedir. Tablo 5 incelendiğinde, uluslararası lisans öğrencilerinin büyük çoğunluğunun Rize şehrinde memnun olduğu (f=160, %88.4) görülürken; küçük bir bölümünün (f=21, %11.6) memnun olmadığı dikkati çekmektedir. Uluslararası lisans öğrencilerinin Rize şehrinde memnuniyet nedenleri arasında güvenli bir şehir olması (f=29, %16.0), Rize’lilerin yabancıları sevmesi (f=27, %14.9), ulaşımın kolay olması (f=18, %10.0), denizin olması (f=17, %9.4) ve akrabalarının bulunması (f=13, %7.2) yer almaktadır. Rize şehrinde memnun olmama nedenleri arasında, yerleşim yerinin sıkışık ve yüksek olması (f=19, %10.5), pahalı bir şehir olması (f=16, %8.8), sosyal aktivitelerin yetersiz olması (f=14, %7.7), yabancılar ön yargılı davranışlar (f=10, %5.5), küçük şehir olması (f=9, %5.0) ve konaklama imkânlarının kısıtlı olması (f=9, %5.0) yer almaktadır.

Tablo 4’te, uluslararası lisans öğrencilerinin Türkiye’de yaşadıkları sorunların dağılımına yer verilmiştir.

Tablo 4. Uluslararası lisans öğrencilerinin Türkiye’de yaşadıkları sorunların dağılımı (N=181)

Değişken	N	%
Aile, arkadaş ve ülkeyi özleme	114	25,6
Eğitim ve akademik sorunlar	79	17,7
Dil sorunları	74	16,6
Ekonomik sorunlar	72	16,1
Baskı ve ayrımcılığa uğrama	38	8,5
Kültürel sorunlar	35	7,8
Barınma sorunları	34	7,6
Toplam	446	100

Tablo 4’te, katılımcıların 114’ünün (%25,6) aile, arkadaş ve ülkelerini özleme, 79’unun (%17,7) eğitim ve akademik sorunlar, 74’ünün (%16,6) dil sorunları, 72’sinin (%16,1) ekonomik sorunlar, 38’inin (%8,5) baskı ve ayrımcılığa uğrama, 35’inin (%7,8) kültürel sorunlar ve 34’ünün (%7,6) barınma sorunları yaşadıkları görülmektedir.

Tablo 5’te, uluslararası lisans öğrencilerinin Türkiye’yi tercih nedenleri ve memnuniyet durumuna ilişkin bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 5. Uluslararası lisans öğrencilerinin Türkiye'yi tercih nedenleri ve memnuniyet durumu (N=181)

Değişken		f	%
Türkiye'yi kendi isteğiyle tercih etme durumu	Evet	144	10.5
	Hayır	19	79.6
	Kısmen	18	9.9
Toplam		181	100
Türkiye'yi tercih etme nedeni	Eğitim sonrası Türkiye'de çalışma	140	77.3
	Zorunlu göç (savaş)	19	10.5
	İnsani değerlere önem verilmesi	14	7.7
	Türk kültürünü tanıma	4	2.2
	Avrupa-Amerika'ya daha kolay gidebilme	4	2.2
Toplam		181	100
Eğitim için Türkiye'yi tercih etmeden memnuniyet durumu	Türkiye'yi tercih etmekten memnunum	71	39.2
	Verilen eğitimi yeterli buluyorum	59	32.6
	Yeterli bulmuyorum	31	17.1
	Eğitim sistemini zorlayıcı buluyorum	10	5.5
	Şehirden memnun değilim	10	5.5
Toplam		181	100
Eğitim sonrası yaşamını sürdürmek istediği ülke	Kendi ülkemde	81	44.8
	Türkiye'de	58	32.0
	Başka bir ülkede	28	15.5
	Diğer	14	7.7
Toplam		181	100

Tablo 5'te, eğitim amacıyla Türkiye'yi kendi isteğiyle tercih edenlerin (f=144, %79.6) dağılımının oldukça yüksek olduğu dikkati çekmektedir. Kendi isteğiyle tercih etmeyenlerin (f=19, % 10.5) ve kısmen kendi isteğiyle tercih edenlerin (f=18, %9.9) sayılarının ise birbirine çok yakın olduğu görülmektedir. Tablo 5 incelendiğinde, uluslararası lisans öğrencilerinin eğitim için Türkiye'yi seçme nedenlerinin eğitim sonrası Türkiye'de çalışma (f=140, %77.3) şeklindeki görüşlerin oldukça yüksek olduğu dikkati çekmektedir. Bu sıralamayı zorunlu göç (savaş) (f=19, %10.5), insani değerlere önem verilmesi (f=14, %7.7), Türk kültürünü tanıma (f=4, %2.2), Avrupa-Amerika'ya daha kolay gidebilme (f=4, %2.2) şeklindeki görüşler izlemektedir. Ayrıca eğitim için Türkiye'yi tercih etmekten memnun olduklarını dile getiren ve verilen eğitimden memnun olan öğrencilerin sayıları oldukça yüksektir. Öte yandan, verilen eğitimden memnun olmadıklarını belirten ve eğitim sistemini zorlayıcı bulan öğrenciler de vardır. Öte yandan, uluslararası lisans öğrencilerinin eğitim sonrası yaşamını sürdüreceği ülkeye ilişkin başlıca görüşler, kendi ülkemde (f=81, %44.8) Türkiye'de (f=58, %32.0), başka bir ülkede (f=28, %15.5) ve bunların dışında (f=14, %7.7) şeklindedir. Bu sonuçlara göre, uluslararası öğrencilerin eğitim amacıyla Türkiye'yi daha çok kendi isteğiyle tercih ettikleri söylenebilir. Ayrıca mezuniyet sonrasında kendi ülkesinde yaşamlarını sürdürmek isteyenlerin sayısı oldukça yüksek olmakla birlikte, yaşamlarını Türkiye'de sürdürmek isteyen öğrencilerin sayısının yüksek olması dikkate değerdir.

Tablo 6'da, uluslararası lisans öğrencilerinin ayrımcılığa uğrama durumu ve nedenlerine ilişkin bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 6. Uluslararası lisans öğrencilerinin ayrımcılığa uğrama durumu ve nedenleri (N=181)

Değişken		f	%
Ayrımcılığa uğrama durumu	Evet	23	12.7
	Hayır	126	69.6
	Kısmen	32	17.7
Toplam		181	100
Ayrımcılığa uğrama nedenleri	Etnik köken	88	48.6
	Öğretim elemanlarının tutumu	50	27.6
	Hiç ayrımcılık görmedim	24	13.3
	İnanç farklılığı	19	10.5
Toplam		181	100

Tablo 6'da, uluslararası lisans öğrencilerinden ayrımcılığa uğramadıklarını belirtenlerin oranının oldukça yüksek olduğu (f=126, %69.6), kısmen ayrımcılığa uğradıklarını belirtenlerin oranının (f=32, %17.7) ve ayrımcılığa uğradıklarını belirtenlerin oranının (f=23, %12.7) düşük olduğu görülmektedir. Tablo 6'da, uluslararası lisans öğrencilerinin ayrımcılığa uğrama nedenleri arasında etnik köken (f=88, %48.6) ilk sırada yer almaktadır. Öğretim elemanlarının tutumu nedeniyle ayrımcılığa uğradıklarını belirtenler (f=50, %27.6), hiç ayrımcılık görmedim

diyenler (f=24, %13.3) ve inanç farklılığı nedeniyle ayrımcılık hissettiklerini belirtenler ise (n=19, %10.5) şeklindedir. Uluslararası lisans öğrencilerinin en fazla etnik köken nedeniyle en az inanç farklılığı nedeniyle ayrımcılığa uğradıklarını belirtmeleri araştırmanın oldukça dikkat çekici bulguları arasında görülebilir.

Tablo 7’de uluslararası öğrencilerin aidiyet duygularına ilişkin bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 7. Uluslararası öğrencilerin aidiyet duymaya ilişkin görüşleri (N=181)

Değişken		f	%
Üniversiteye ilişkin tutum	Şikâyetim yok	81	44.8
	Yüksekokul/fakülteden memnunum	46	25.4
	Yüksekokul/fakülteye gitmek beni mutlu ediyor	34	18.7
	Yüksekokul/fakülteye gitmek beni mutsuz ediyor	11	6.1
	Yüksekokul/fakülteye gitmek bana sıkıntı veriyor	9	5.0
Toplam		181	100
Kendini üniversitenin bir parçası olarak görme	Kısmen görüyorum	62	34.3
	Kararsızım	59	32.6
	Kesinlikle görüyorum	43	23.8
	Kısmen görmüyorum	14	7.7
	Kesinlikle görmüyorum	3	1.6
Toplam		181	100
Kendini üniversitenin bir parçası olarak görememe nedenleri	Tek amacın fakülteyi bitirme olması	38	21.1
	Ayrımcılığa uğrama	29	16.0
	Üniversite ortamında rahat olmama	29	16.0
	Bilmiyorum	20	11.0
	Üniversitenin sosyal imkânlarının yetersizliği	20	11.0
	Öğrencilerin asosyal olması	15	8.3
	Öğrencilerin bencil olması	15	8.3
	Derslerin çok yoğun ve zor olması	15	8.3
Toplam		181	100
Türkçe verilen dersleri anlama düzeyi	İyi düzeyde	69	38.1
	Orta düzeyde	54	29.8
	Çok iyi düzeyde	24	13.3
	Mükemmel düzeyde	23	12.7
	Anlayamıyorum	10	5.5
	Hiç anlamıyorum	1	0.6
Toplam		181	100
Verilen eğitimin beklentilerini karşılama durumu	Evet, karşılıyor	119	65.7
	Hayır, karşılamıyor	50	27.6
	Kısmen karşılıyor	12	6.6
Toplam		181	100

Tablo 7’de, uluslararası lisans öğrencilerinin üniversiteye ilişkin tutumlarına ilişkin başlıca görüşler şikâyetim yok (f=81, %44.8), üniversiteden memnunum (f=46, %25.4), üniversiteye gitmek beni mutlu ediyor (f=34, %18.7), üniversiteye gitmek beni mutsuz ediyor (f=11, %6.1) ve üniversiteye gitmek bana sıkıntı veriyor (f=9, %5.0) şeklindedir. Uluslararası lisans öğrencilerinin eğitim gördükleri üniversiteye ilişkin tutumlarının pozitif yönde ve yüksek bir oranda olduğu görülmektedir. Uluslararası lisans öğrencilerinin kendilerini üniversitenin bir parçası olarak görme durumuna ilişkin başlıca görüşler kısmen görüyorum (f=62, %34.3, kararsızım (f=59, %32.6), kesinlikle görüyorum (f=43, %23.8), kısmen görmüyorum” (f=14, %7.7) ve kesinlikle görmüyorum (f=3, %1.6) şeklindedir. Bu sonuçlara göre, uluslararası öğrencilerin üniversiteye aidiyet duygularının orta düzeyde olduğu söylenebilir. Tablo 7’de, uluslararası lisans öğrencilerinin kendilerini üniversitenin bir parçası olarak görememe nedenleri, tek amacının fakülteyi bitirme olması (f=38, %21.1), ayrımcılığa uğrama (f=29, %16.0), üniversite ortamında rahat olmama (f=29, %16.0), bilmiyorum (f=20, %11.0), üniversitenin sosyal imkânlarının yetersizliği (f=20, %11.0), öğrencilerin asosyal olması (f=15, %8.3), öğrencilerin bencil olması (f=15, %8.3) ve derslerin çok yoğun ve zor olması (f=15, %8.3) şeklindedir. Bu sonuçlara göre, öğrencilerin RTEÜ’deki eğitim ortamını sosyal öğrenme ve kendilerini geliştirme açısından çok yeterli bulmadıkları şeklinde değerlendirilebilir.

Uluslararası lisans öğrencilerinin Türkçe olarak verilen dersleri anlama düzeylerine ilişkin başlıca görüşler, iyi düzeyde (f=69, %38.1), orta düzeyde (f=54, %29.8), çok iyi düzeyde (f=24, %13.3), mükemmel düzeyde (f=23, %12.7), anlayamıyorum (f=10, %5.5) ve hiç anlamıyorum (f=1, %0.6) şeklindedir. Tablo 7’de, uluslararası lisans öğrencilerinin Türkiye’de gördüğü eğitimin beklentilerini karşılama durumuna ilişkin başlıca görüşleri evet, karşılıyor (f=119, %65.7), hayır, karşılamıyor (f=50, %27.6) ve kısmen karşılıyor (f=12, %6.6) şeklindedir. Tablo

7’de, uluslararası lisans öğrencilerinin eğitim amacıyla Türkiye’yi tercih etmekten memnunum diyenler (f=71, %39.2), verilen eğitimi yeterli bulanlar (f=59, %32.6), verilen eğitimi yeterli bulmayanlar (f=31, %17.1), eğitim sistemini zorlayıcı bulanlar (f=10, %5.5) ve şehirden memnun olmayanlar (f=10, %5.5) şeklinde dağılım göstermektedir. Bu sonuçlara göre, uluslararası öğrencilerin Türkçe verilen dersleri büyük ölçüde anladıkları söylenebilir. Uluslararası öğrencilerin önemli bir bölümü RTEÜ’de aldıkları lisans eğitiminin beklentilerini karşıladığı şeklinde görüş belirtmektedir. Ancak hayır, karşılamıyor şeklinde yanıt verenlerin sayısının da gözden uzak tutulmaması gerektiği söylenebilir.

SONUÇ

RTEÜ’nde öğrenimlerini sürdüren uluslararası öğrencilerin eğitim gereksinimlerini belirlemek amacıyla yapılan bu çalışmada, oldukça dikkat çekici sonuçlara ulaşılmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlar, katılımcıların çoğunluğunun Türki Cumhuriyetler ve Ortadoğu ülkelerinden olduğunu ortaya koymaktadır. Uluslararası öğrencilerin genel olarak kiralık evlerde kaldığı görülmektedir. Uluslararası lisans öğrencilerinin büyük çoğunluğunun Rize şehirden memnun olduğu görülürken; küçük bir bölümünün memnun olmadığı dikkati çekmektedir. Uluslararası lisans öğrencilerinin Rize şehirden memnuniyet nedenleri arasında güvenli bir şehir olmasıdır. Öte yandan Rize şehirden memnun olmama nedenleri arasında, yerleşim yerinin sıkışık ve yüksek olmasıdır. Uluslararası öğrencilerin Türkiye’de yaşadıkları sorunların ilk sırasında aile, arkadaş ve ülke özlemi gelmektedir. Katılımcıların Türkiye’yi kendi istekleriyle tercih etmesi ve tercih etmelerinden memnun oldukları, eğitim sonrası Türkiye’de çalışmak için tercih ettikleri ve eğitim sonrası yaşamını sürdürmek için kendi ülkelerinde yaşamını sürdürmek istedikleri sonucu elde edilmiştir. Katılımcıların çoğunluğu ayrımcılığa uğramadıkları, uğrayanlarının de etnik kökenleri tarafından ayrımcılığa uğradıkları sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların üniversiteye ilişkin tutumlarına göre şikâyetlerinin olmadığı, kendilerini üniversitenin bir parçası olduklarını ve verilen eğitimin beklentilerini karşıladıklarını ortaya koymaktadır. Kendini üniversitenin bir parçası olarak görmeyenlerin amacının bir an önce Türkiye’deki eğitimlerini tamamlamak olduğu görülmektedir.

KAYNAKLAR

- EUROSTAT (2012). *European commission, immigration of international students to the EU*. Retrieved from <https://ec.europa.eu/eurostat>
- Glossary of Project Atlas (2021). *Infographics and data*. Retrieved from <https://www.iie.org/>
- INSAMER (2018). *İnsan ve sosyal araştırmalar merkezi raporu*. https://insamer.com/tr/rapor_235.htm adresinden edinilmiştir.
- OECD (2013). *Education at a glance*. OECD iLibrary. Retrieved from <https://www.oecd.org/>
- UNESCO (2009). *Higher education*. Retrieved from <https://en.unesco.org/themes/higher-education>
- Ward, C., Bochner, S., & Furnham, A. (2001). *The psychology of culture shock*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003070696>
- Ye, J. (2006). Acculturative stress and use of the internet among East Asian international students in the United States. *Cyberpsychology and Behavior*, 8(2), 154-161. <https://doi.org/10.1089/cpb.2005.8.154>
- YÖK (2015). *Türkiye’de yükseköğretim sistemi*. <https://www.yok.gov.tr> adresinden edinilmiştir.
- Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı (YTB). (2017). *Yurtdışı Türkler ve Akraba Toplulukları Bakanlığı Uluslararası Öğrenciler Türkiye Bursları*. <https://www.ytb.gov.tr/uluslararasi-ogrenciler/turkiye-burslari> adresinden edinilmiştir

ULUSLARARASI ÖĞRENCİ YAPISININ ANALİZİ: RECEP TAYYİP ERDOĞAN ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

Nermin KARABACAK
Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Eğitim Fakültesi
nermin.karabacak@erdogan.edu.tr

Şenol SEZER
Ordu Üniversitesi Eğitim Fakültesi
senolsezer.28@gmail.com

ÖZET

Eğitim, göçe neden olan hareketlilik türlerinden biridir. Günümüzde her yıl milyonlarca yabancı uyruklu öğrenci, başka ülkelere eğitim görmek için göç etmektedir. 1980'lerde yaygınlaşmaya başlayan küreselleşme ve eğitimde neo-liberal politikalar, tüm dünya ülkelerinin eğitim sistemlerini etkilemiştir. Eğitimde uluslararasılaşma ve öğrencilerin yurt dışında eğitim talepleri, bu değişim kapsamında yer alan oldukça önemli bir konudur. Türkiye, eğitim sektöründe yaşanan uluslararasılaşmaya bağlı olarak uluslararası eğitim pazarında yer alma mücadelesi içindedir. Bu bağlamda, Türkiye yabancı uyruklu öğrenciler için cazip bir pazar olarak görülmekle birlikte, yurtdışından hem öğrenci çeken hem de yurtdışına öğrenci gönderen bir ülke konumundadır. Eğitim amacıyla Türkiye'ye gelen öğrencilerin büyük bir kısmını Türkî Cumhuriyetler ile Türk ve Akarba Toplulukları devletlerden gelen öğrenciler oluşturmaktadır.

Türkiye'deki üniversitelerin uluslararası öğrenci yapısına benzer bir şekilde, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, 2011 yılından itibaren Yükseköğretimde uluslararasılaşma deneyimine sahiptir. Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, 2020-2021 akademik yılında, 46 farklı ülkeden toplam 780 uluslararası lisans ve yüksek lisans öğrencisine ev sahipliği yapmaktadır. Bu öğrencilerin 724'ü lisans ve 56'sı lisansüstü öğrenci kapsamındadır. Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesinin her geçen yıl uluslararası öğrenci sayısı artmaktadır. Bu çalışmada, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesinde öğrenimlerini sürdüren yurtdışı öğrenci yapısının analizi amaçlanmıştır.

Bu çalışma, nicel araştırma yöntemlerinden betimsel tarama modelinde planlanmıştır. Çalışma kapsamında, 2010-2021 eğitim-öğretim yılları sürecinde Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesinde öğrenimlerini tamamlamış ya da halen sürdüren öğrencilerin genel özellikleri incelenmiştir. Araştırmanın evrenini, 2010-2021 yılları arasında Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesinde uluslararası lisans ve yüksek lisans öğrencileri oluşturmaktadır. Evrenin tamamı örneklem olarak alınmıştır. Veriler, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Öğrenci İşleri Daire Başkanlığından resmi yazı ile alınmıştır. Bu amaçla, uluslararası lisans ve yüksek lisans öğrencilerinin mezuniyet oranı, ilişkisi kesilenlerin oranı ve halen öğrenimlerini sürdürenlerin oranı belirlenmiştir. Ayrıca cinsiyet ve uyruklarına göre, öğrencilerin tercih ettikleri fakülteler, bölümler ve kayıt oranları açıklanmıştır. Veriler yüzde ve frekans değerleri kullanılarak analiz edilmiş ve tabloleştirilmiştir.

Sonuç olarak uluslararası öğrencilerin 2010-2021 akademik yılları arasında en çok 2019-2020 yılları arasında kayıtlı olduğu, uluslararası öğrencilerin uyruklarına göre en çok Azerbaycan, Suriye, Türkmenistan, Gürcistan ve Yemen kökenli oldukları görülmüştür. Uluslararası öğrencilerin cinsiyetlerine göre öğrencilerin çoğunluğu erkekler oluşturmaktadır. Eğitim durumlarına göre özellikle öğrencilerin çoğunluğunun ilk yıllarında ilişkisinin kesildiği sonucuna varılırken, kayıtlanma şekli olarak da YÖS ile eğitime alındıkları sonucu elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Uluslararası öğrenci, göç, uluslararasılaşma, lisans, yüksek lisans.

ANALYSIS OF THE STRUCTURE OF INTERNATIONAL STUDENTS: THE CASE OF RECEP TAYYIP ERDOĞAN UNIVERSITY

ABSTRACT

Education is one of the types of mobility that causes migration. Today, millions of foreign students immigrate every year to study in other countries. Globalization and neo-liberal policies in education, which started to become widespread in the 1980s, have affected the education systems of all countries of the world. Internationalization in education and students' demands for education abroad are very important issues within the scope of this change. Depending on the internationalization experienced in the education sector, Turkey is struggling to take place in the international education market. In this context, Turkey is a country that both attracts students and sends students abroad as well as being seen as an attractive market for foreign students. Most of the students who come to Turkey for education are those from the Turkic Republics and the Turkish and Related Communities states.

Similar to the international student structure of universities in Turkey, Recep Tayyip Erdogan University has had internationalization experience in Higher Education since 2011. Recep Tayyip Erdogan University hosts 780 international undergraduate and graduate students from 46 different countries in the 2020-2021 academic year. While 724 of them are undergraduate students, 56 of them are graduate students. The number of international

students at Recep Tayyip Erdogan University is increasing every year. In this study, it is aimed to analyze the structure of foreign students studying at Recep Tayyip Erdogan University.

This study was planned in the descriptive survey model, which is one of the quantitative research methods. Within the scope of the study, the general characteristics of the students who completed or continue their education at Recep Tayyip Erdogan University during the 2010-2021 academic years were examined. The population of the research consisted of international undergraduate and graduate students at Recep Tayyip Erdogan University between the years of 2010 and 2021. The entire population was taken as the sample group. The data were obtained from the Registrar's Office of Recep Tayyip Erdogan University with an official letter. For this purpose, the graduation rate of international undergraduate and graduate students, the rate of those who were dismissed and the rate of those continuing their education were determined. In addition, the faculties, departments and enrollment rates of the students were revealed according to their gender and nationality. The data were analyzed and tabulated using percentage and frequency values.

As a result, it was seen that international students were mostly registered in the 2019-2020 academic year between the years of 2010 and 2021, and they were mostly from Azerbaijan, Syria, Turkmenistan, Georgia, and Yemen. As for the gender of international students, the majority consisted of males. It was concluded that most of the international students were discharged in their first year, and they were enrolled in the university through the Foreign Students Examination (YÖS) as the way of enrollment.

Keywords: International student, migration, internationalization, undergraduate, postgraduate.

GİRİŞ

Günümüzde her yıl milyonlarca yabancı uyruklu öğrenci, başka ülkelere eğitim görmek için göç etmektedir. Yurtdışından öğrencilere ev sahipliği yapan bir ülke konumunda bulunan Türkiye'nin; bir devlet politikası olarak, yükseköğretimde uluslararası öğrenciler için çekim merkezi olması hedeflenmektedir. Eğitim amacıyla Türkiye'ye gelen öğrencilerin büyük bir kısmını Türk Cumhuriyetler, Türk ve akraba toplulukları ve Afrika devletlerinden gelen öğrenciler oluşturmaktadır (DEİK, 2013; PEJİFA, 2017; YÖK, 2019). Türkiye'deki eğitim imkânları, yaşam maliyeti, burs olanakları, dini-kültürel yapı, üniversitelerin ve diğer resmî kurumların burs teşviki, Türkiye'de eğitim görmenin kazandırdığı saygınlık ve diğer avantajlar, uluslararası öğrencilerin Türkiye'de eğitim almayı tercih etme nedenleri arasında yer almaktadır (DEİK, 2013; Ghanbary, 2017; Koçak, 2020; pervinkaplan.com, 2020; Radmard, 2012; Snoubar, 2015).

1980'lerde yaygınlaşmaya başlayan dünya ekonomisinin küreselleşmesi sürecinde yaşanan rekabet ve uluslararası organizasyonların yatırım politikaları, tüm dünya ülkelerinin eğitim sistemlerini etkilemiştir. Eğitimde uluslararasılaşma ve öğrencilerin yurt dışında eğitim talepleri, bu değişim kapsamında yer alan oldukça önemli bir konudur. 2000'li yıllardan itibaren gelişmiş ülkelerdeki yükseköğretimin küreselleşmesi, yükseköğrenimin uluslararası bir boyut kazanması ve bilgi endüstrilerine dönüşmesinde hızlandırıcı bir etki yapmıştır (Bloom, 2006; Gibbons, 1998). Dış politikadaki etkinliklerini artırmak ve dünya kamuoyunda pozitif bir algı oluşturmak amacıyla ülkeler, uluslararası öğrenciler için cazibe merkezi olmada rekabet halindedirler (Abdujabarova, 2018). Bu anlamda, ABD ve Kanada tarafından uluslararası eğitim, pazar mantığına dayalı mali bir kaynak ve satılabilecek bir hizmet olarak görülmektedir. Bu durum yükseköğretimde uluslararasılaşmanın, gelişmiş dünya devletleri tarafından bir devlet politikası olarak yürütülmesini ve yükseköğretimde ticarileşmeyi beraberinde getirmiştir (Didou-Aupetit, 2002; Scott, 2002).

Dünyada, uluslararası öğrenci sayısı 1970'li yıllarda 800 bin civarındayken, bu rakam 2012 yılında 4,5 milyona ulaşmıştır. Bu sayının 2021 yılında 7,5 milyonu aşacağı öngörülmektedir (sbb.gov.tr). Uluslararası öğrencilerin büyük çoğunluğu tarafından ABD üniversiteleri tercih edilmektedir. Uluslararası öğrenciler, ABD ülke ekonomisine 12 milyar dolardan fazla katkı sağlamaktadır. Uluslararası öğrencilerin 2017 yılı itibarıyla Amerikan ekonomisine katkısı, 42 milyar dolardır (Open Doors, 2019). 2000-2001 yılları arasında uluslararası öğrencilerin yarım milyondan fazlası ABD'de, 200 binden fazlası İngiltere'de, 185 bini Almanya'da ve 135 bini Fransa'da ve geri kalanı da gelişmiş Asya-Pasifik ve diğer Avrupa ülkelerinde eğitim görmektedir (Yepes, 2006). Uluslararasılaşmadaki gelişmeler bağlamında OECD ülkelerinde yükseköğrenim gören uluslararası öğrencilerin sayısı son 20 yılda iki katına çıkmıştır (OECD, 2019; YÖK, 2017). ABD, dünya üzerinde öğrenim görmek için kendi ülkesi dışına çıkan uluslararası yükseköğretim öğrencilerinin %19,1'ine (971.417) ev sahipliği yapan uluslararası öğrenci oranı en yüksek ülkedir (Project Atlas, 2021).

Türkiye, eğitim sektöründe yaşanan uluslararasılaşmaya bağlı olarak uluslararası eğitim pazarında yer alma mücadelesi içindedir. 2000'li yıllarda sadece İngilizce eğitim veren birkaç devlet ve özel üniversiteyle sınırlı uluslararası öğrencilerin varlığı, 2020'de vakıf ve devlet üniversitelerin tamamına yansımış durumdadır. Savaşan (2015), uluslararası öğrenciler tarafından lisans ve özellikle lisansüstü eğitim için Türkiye'nin tercih edilmesini, yükseköğretimdeki cazibesinin artmasına bağlamıştır. Türkiye'de Yükseköğretimde 2001 yılında 16.656 olan uluslararası öğrenci sayısı 2020 yılında 178 bine ulaşmış olup 19 yılda ülkeye gelen öğrenci sayısında ciddi bir artış gözlemlenmiştir (pervinkaplan.com; YÖK, 2019).

Türkiye, tarihi ve kültürel zenginlikleriyle Türk Cumhuriyetler ile Türk ve Akraba Toplulukları öğrencilerinin yükseköğrenim görmek istedikleri ülkelerin başında geldiği için Türkiye'nin uluslararası öğrenci sayısı her geçen

yıl artmaktadır. Bu sayının artmasında, yükseköğretimde uluslararasılaşma politikası bağlamında rekabetçi bir yapının benimsenerek Türkiye'deki üniversitelerin çeşitlendirilmesi ile uluslararası öğrenciler ve yabancı uyruklu nitelikli akademisyenler için cazibe merkezi olma çabalarının etkili olduğu söylenebilir (Selvitopu ve Aydın, 2018). YÖK (2021) tarafından, Türkiye'nin gelecek yıllarda uluslararası öğrenci sayısında yükselişini sürdürerek daha da üst sıralamalara ulaşacağı belirtilmiştir. Dünya çapında yaşanan Covid-19 sürecinin olumsuz etkilerine rağmen 2021 yılında, YÖK tarafından düzenlenen sanal fuarlar ve farklı tanıtım faaliyetleriyle uluslararası öğrenci sayısının 220 bini geçmesi hedeflenmiştir. Türkiye'nin yükseköğretimde uluslararasılaşma çabaları 2010 yılından itibaren ivme kazanmıştır.

Bu çalışmada, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesinde öğrenimlerini sürdüren yurtdışı öğrenci yapısının analizi amaçlanmıştır. Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, 2020-2021 akademik yılında, 46 farklı ülkeden toplam 780 uluslararası lisans ve yüksek lisans öğrencisine ev sahipliği yapmaktadır. Bu öğrencilerin 724'ü lisans ve 56'sı lisansüstü öğrenci kapsamındadır. Öte yandan, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesinin her geçen yıl uluslararası öğrenci sayısı artmaktadır.

Tablo 1'de, ülke topluluklarına göre 2010-2021 yılları arasında Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesine kaydolan uluslararası öğrenci sayıları verilmiştir.

Tablo 1. RTEÜ 2010-2021 yılları arası kayıtlanmış toplam uluslararası öğrenci sayısının dağılımı

Yıllar	Türki Cumhuriyetler	Türk ve Akraba Topluluğu	Diğer ülkeler	Toplam
2010-2011	16	10	2	28
2011-2012	13	5	0	18
2012-2013	59	42	0	101
2013-2014	73	51	34	158
2014-2015	45	66	31	142
2015-2016	76	60	34	170
2016-2017	48	32	15	95
2017-2018	23	37	18	78
2018-2019	44	38	25	107
2019-2020	241	181	104	526
2020-2021	74	157	23	254
Toplam	712	679	286	1.677

Kaynak: Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı, 2021.

Tablo 1 incelendiğinde, uluslararası öğrencilerin daha çok Türki Cumhuriyetler ile Türk ve Akraba Topluluğu ülkelerden gelen öğrenciler olduğu görülmektedir. Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesine kaydı yaptıran uluslararası öğrenci sayıları yıllara göre değişkenlik göstermektedir.

YÖNTEM

Bu çalışma, nicel araştırma yöntemlerinden betimsel tarama modelinde planlanmıştır. Araştırmanın örnekleme uygun örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Uygun örnekleme, çalışma için uygun olan, ulaşılabilen, hazır insan gruplarını kapsar (Fraenkel ve Wallen, 1990). Çalışma kapsamında, 2010-2021 eğitim-öğretim yılları sürecinde Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesinde öğrenimlerini tamamlamış ya da halen sürdüren öğrencilerin genel özellikleri incelenmiştir.

Çalışmanın Evreni ve Örnekleme

Araştırmanın evrenini Rize ilinde bulunan Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi'nde 2010-2021 akademik yılında öğrenim gören lisans ve yüksek lisans düzeyindeki uluslararası öğrenciler oluşturmaktadır. Nicel araştırmalarda örneklem büyüklüğü belirleyicisi, araştırmanın amacı ve evrenin doğasıdır (Neuman, 2007). Araştırmanın boyutunda, araştırma evreni ulaşılabilir olduğu için evrenin tamamı örneklem olarak alınmıştır (Christensen, Johnson ve Turner, 2015). Araştırmanın çalışma evrenini oluşturan ve 2010-2021 akademik yılında Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesinde öğrenimlerini sürdüren uluslararası öğrencilerin tam listesi, Öğrenci İşleri Daire Başkanlığından resmi yazı ile alınmıştır (Mertens, 2014).

Veri Analizi

Bu çalışmada, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesinde öğrenimlerini sürdüren yurtdışı öğrenci yapısının analizi amaçlanmıştır. Bu amaçla, uluslararası lisans ve yüksek lisans öğrencilerinin mezuniyet oranı, ilişkisi kesilenlerin oranı ve halen öğrenimlerini sürdürenlerin oranı belirlenmiştir. Ayrıca cinsiyet ve uyruklarına göre, öğrencilerin tercih ettikleri fakülteler, bölümler ve kayıt oranları açıklanmıştır. Veriler yüzde ve frekans değerleri kullanılarak analiz edilmiş ve tablolaştırılmıştır. Betimsel istatistik tablolarına bulgular bölümünde yer verilmiştir.

BULGULAR

Tablo 2’de, 2010-2020 yılları arasında Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesine kayıtlanmış uluslararası öğrencilerin ülkelere göre dağılımına yer verilmiştir.

Tablo 2. RTEÜ 2010-2020 yılları arasında ülkelere göre uluslararası öğrenci sayıları

Ülke	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Toplam
Azerbaycan	9	8	12	37	31	36	22	11	20	138	40	364
Türkmenistan	7	4	44	34	7	22	17	9	22	78	26	270
Kırgızistan	-	-	1	1	-	-	-	-	-	1	-	3
Tacikistan	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1	-	2
Özbekistan	-	-	-	-	-	1	-	-	1	2	1	5
Kazakistan	-	-	-	-	-	-	1	-	-	2	6	9
Toplam	16	12	57	73	38	59	40	20	43	222	73	653
Lübnan	-	-	-	-	-	-	1	2	-	3	1	7
Suriye	-	-	-	1	-	40	18	24	27	85	108	303
İran	2	-	1	-	8	6	4	2	2	22	11	58
Yemen	-	-	-	28	27	25	3	2	8	45	6	144
Ürdün	-	-	-	-	-	1	-	3	-	6	6	16
Filistin	-	-	-	-	1	-	-	-	-	2	1	4
S. Arabistan	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
Irak	-	-	-	-	1	1	-	-	-	5	7	14
Toplam	2	-	1	29	37	73	26	33	37	168	141	547
Almanya	-	-	-	-	1	-	-	2	-	3	-	6
ABD	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1	-	2
Bulgaristan	-	-	-	-	1	-	3	-	-	1	-	5
Kosova	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	2
Gürcistan	7	5	41	47	43	-	11	7	3	64	4	232
Hollanda	-	-	-	-	1	-	-	-	-	3	-	4
Moldova	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2
Karadağ	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1	-	2
Rusya Fed.	-	-	-	-	1	-	-	-	-	4	2	7
Bosna-Hersek	-	-	-	-	-	6	-	-	-	-	-	6
Ukrayna	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
İsviçre	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1
Afganistan	-	-	-	4	-	18	-	4	3	17	7	53
Moğolistan	-	1	2	1	-	-	-	-	-	-	-	4
Pakistan	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1
Toplam	8	6	43	53	48	26	14	13	7	95	15	328
Nijerya	1	-	-	-	1	-	-	-	-	1	-	2
Kamerun	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1	-	2
Somali	-	-	-	1	-	-	1	1	1	7	1	12
Malawi	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1	-	2
Fildişi Sahili	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1	-	2
Gana	-	-	-	-	-	-	1	1	-	2	-	4
Fas	-	-	-	-	1	-	-	-	-	2	-	3
Mısır	-	-	-	-	-	1	1	-	-	4	10	16
Sudan	1	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	3
Mali	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1	-	2
Senegal	-	-	-	-	-	-	1	1	-	1	-	3
Nijer	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	2
Burkina Faso	-	-	-	-	-	-	3	2	-	1	-	6
Orta Afr. C.	-	-	-	-	-	-	-	2	-	1	-	3
Çad	-	-	-	-	-	-	-	1	-	2	4	7
Kongo	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1	4	6
Uganda	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1	-	2
Gine	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	2
Moritanya	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
Sierra Leone	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	2
Toplam	2	-	-	3	2	1	9	10	4	32	20	83
Hindistan	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1	-	2

Tayland	-	-	-	-	-	-	1	1	-	1		3
Çin	-	-	-	-	-	-	2	3	-	3	1	9
Endonezya	-	-	-	-	-	-	2	-	1	2	3	8
Bangladeş	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
Myanmar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1		1
Toplam	-	-	-	-	-	-	6	4	1	8	5	24
Genel Toplam												1.635

Tablo 2 incelendiğinde, 2010-2020 yılları arasında Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesine kaydolun uluslararası öğrencilerin daha çok Türkî Cumhuriyetlerden geldiği görülmektedir. İkinci sırada Ortadoğu ülkelerinden gelen öğrenciler yer alırken; üçüncü sırada Avrasya ülkelerinden gelen öğrenciler yer almaktadır. Bu ülkeleri Afrika ülkeleri ile Uzakdoğu ülkeleri izlemektedir. Bu sonuçlara göre, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesinin farklı ülkelerden öğrenci kabul eden uluslararası bir üniversite olduğu söylenebilir.

Tablo 3'te, uluslararası öğrencilerin cinsiyet, eğitim durumu ve kayıtlanma şekillerine ilişkin özelliklere yer verilmiştir.

Tablo 3. Uluslararası öğrencilerin özellikleri

Değişken	Değer	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Cinsiyet	Kadın	55	37	53	21	19	32	147	106
	Erkek	103	105	117	74	59	75	379	148
Eğitim Durumu	Aktif	49	13	12	4	62	91	526	252
	Mezun	29	53	61	29	-	3	-	-
	İlişkisi kesilmiş	80	76	96	62	16	13	-	-
	Aktif olmayan	-	-	-	-	-	-	-	2
Kayıtlanma Şekli	YÖS	153	98	116	73	51	82	369	236
	YL (Yurtdışı Kontenjanı)	4	9	7	1	11	7	-	15
	Hükümet Burslusu	1	24	15	4	-	2	-	-
	Türkiye Burslusu	-	11	32	18	16	16	-	3
	Kayıt Yenilemeyen	-	-	-	-	-	-	-	157

Tablo 3 incelendiğinde, uluslararası öğrencilerin daha çok erkek öğrencilerden oluştuğu görülmektedir. Öte yandan, eğitimlerini aktif olarak sürdüren uluslararası öğrencilerin sayısının yıllara göre değişiklik gösterdiği anlaşılmaktadır. Ayrıca ilişkisi kesilen öğrencilerin sayısının dikkate değer olduğu anlaşılmaktadır. Mezun öğrenci sayısında son yıllarda azalma görülmektedir. Aktif olmayan öğrenci sayısının çok az olması olumlu bir durum olarak görülebilir.

Uluslararası öğrencilerin daha çok Yabancı Uyruklu Öğrenci Sınavı (YÖS) ile kabul edildikleri görülmektedir. Ayrıca yurt dışı yüksek lisans kontenjanı ile gelen öğrenciler de vardır. Türkiye burslusu ve hükümet burslusu öğrencilerin sayıları az olmanın yanı sıra yıllara göre değişiklik göstermektedir. 2019-2020 akademik yılına 157 uluslararası öğrencinin kayıt yenilemediği görülmektedir. Bu durumun COVID-19 salgını ile ilişkili olduğu söylenebilir.

Tablo 4'te, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesine en fazla öğrenci gönderen ülkeler yer almaktadır.

Tablo 4. Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesine en fazla öğrenci gönderen ülkeler

Ülke	N	%
Azerbaycan	364	22.3
Suriye	303	18.5
Türkmenistan	270	16.5
Gürcistan	232	14.2
Yemen	144	8.8
İran	58	3.5
Afganistan	53	3.2
Ürdün	16	1.0
Mısır	16	1.0
Irak	14	0.8
Toplam	1.470	89.7

Tablo 4'te, Türkiye'ye eğitim amaçlı uluslararası en fazla öğrenci gönderen ülkelerin Azerbaycan (f=364, %22,3), Suriye (f=303, %18,5), Türkmenistan (f=270, %16,5), Gürcistan (f=232, %14,2), Yemen (f=144, %8,8), İran

(f=58, %3,5), Afganistan (f=53, %3,2), Ürdün (f=16, %1,0), Mısır (f=16, %1,0) ve Irak (f=14, %0,8) şeklinde sıralandığı görülmektedir.

Tablo 5'te, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesinde öğrenimlerini sürdüren uluslararası öğrencilerin bölgelere göre dağılımına yer verilmiştir.

Tablo 5. Uluslararası öğrencilerin bölgesel dağılımı

Bölge	N	%
Türki Cumhuriyetler	653	39.9
Ortadoğu	547	33.4
Avrasya	328	20.1
Afrika	83	5.1
Uzakdoğu	24	1.4
Toplam	1.635	100

Tablo 5'e göre, uluslararası öğrencilerin 653'ü (%39,9) Türki Cumhuriyetler, 547'si (%33,4) Ortadoğu, 328'i (%20,1) Avrasya, 83'ü (%5,1) Afrika ve 24'ü (%1,4) Uzakdoğu ülkelerinden gelmiştir.

Tablo 6'da Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesinde öğrenimlerini sürdüren uluslararası öğrencilerin bölge ve yıllara göre dağılımları verilmiştir.

Tablo 6. Uluslararası öğrencilerin bölge ve yıllara göre dağılımı

Bölge	Yıl											
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
Türki Cumhuriyetler	16	12	57	73	38	59	40	20	43	222	73	
Ortadoğu	2	-	1	29	37	73	26	33	37	168	141	
Avrasya	8	6	43	53	48	26	14	13	7	95	15	
Afrika	2	-	-	3	2	1	9	10	4	32	20	
Uzakdoğu	-	-	-	-	-	-	6	4	1	8	5	
Toplam	28	18	101	158	125	159	95	80	92	525	254	

Tablo 6 incelendiğinde, uluslararası öğrencilerin sayılarında son yıllarda artış görülmekle birlikte bu sayının yıllara göre önemli ölçüde değişkenlik gösterdiği anlaşılmaktadır. Öte yandan uluslararası öğrencilerin önemli bölümünü Türki Cumhuriyetlerden gelen öğrencilerle Ortadoğu ülkelerinden gelen öğrenciler oluşturmaktadır.

SONUÇ

Bu çalışmada, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesinin farklı fakülte ve bölümlerde öğrenim gören uluslararası öğrencilerin özellikleri analiz edilmiştir. Araştırmanın sonuçları Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesinin 55 farklı ülkeden uluslararası öğrenciye ev sahipliği yaptığını ortaya koymaktadır. Sonuçlar, uluslararası öğrencilerin daha çok Türki Cumhuriyetler ile Türk ve Akarba Topluluğu ülkelerden geldiğini göstermiştir. Bu durumun kültürel özelliklerin benzer olmasından kaynaklandığı söylenebilir. Öte yandan, uluslararası öğrencilerin Türkçe konuşan ülkelerden gelmesi, bu öğrencilerin olası uyum sorunlarını azaltacağı söylenebilir. Araştırmanın sonuçları, erkek öğrencilerin sayılarının kadınlara göre daha fazla olduğunu, uluslararası öğrencilerin önemli bir bölümünün YÖS ile eğitime alındıklarını ortaya koymaktadır. Ayrıca sonuçlar, ilişik kesen ve mezun olamayan öğrencilerin sayısının da yüksek olduğunu göstermektedir.

Araştırmadan elde edilen önemli bir sonuç da Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesine kayıt yaptıran uluslararası öğrencilerin sayısında yıllara göre değişkenlik görülmesidir. Araştırmanın sonuçları uluslararası öğrencilerin daha çok Azerbaycan, Suriye, Türkmenistan, Gürcistan ve Yemen kökenli olduklarını göstermektedir. Bu duruma göre, uluslararası öğrencilerin ortak dil ve inanç değerlerine sahip olması ve yakın coğrafyalarda yaşıyor olmalarının Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesini tercih etmelerinde etkili olduğu söylenebilir.

Elde edilen bulguların ışığında, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi yönetiminin Avrupa ülkelerinden uluslararası öğrenci çekme konusunda daha fazla çaba harcamaları gerektiği söylenebilir. Öte yandan, ilişik kesen ve mezun olamayan öğrencilerin sayılarının azaltılmasına özen gösterilebilir.

KAYNAKÇA

- Abdujbarova, M. (2018). *İngiltere'nin uluslararası öğrenci politikası*. Ankara: UDEF Yayıncılık.
- Bloom, D. E. (2006). Education in a globalized world. In M. S. Sorondo, E. Malinvaud, & P. Lena (Eds.), *Globalization and education*. Proceedings from a Joint Working Group of the Pontifical Academy of Sciences.

- Christensen, L. B., Johnson, R. B. ve Turner, L. A. (2015). *Araştırma yöntemleri desen ve analiz* (Çev. A. Aypay). Ankara: Anı Yayıncılık.
- DEİK (2013). *International higher education and Turkey's position*. Education Economics Business Council Report.
- Didou-Aupetit, S. (2002). Küreselleşme, NAFTA ve Meksika'da yükseköğretim sistemi: Konular, tehditler ve reformlar. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 2(1), 81-92.
- Ghanbary, R. (2017). *Hacettepe Üniversitesinde eğitim gören uluslararası öğrencilerin profili, ihtiyaçları ve sorunları* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> adresinden edinilmiştir.
- Gibbons, M. (1998). Higher education relevance in the 21st century. *Paper Presented at UNESCO World Conference on Higher Education*, 27-28.
- Glossary of Project Atlas (2021). Infographics and Data. Retrieved from <https://www.iie.org/> on 14.05.2021
- Fraenkel, J. R., & Wallen, N. E. (1990). *How to design and evaluate research in education*. McGraw Hill Publishing Company.
- Koçak, Ö. F. (2020). *Kişilerarası iletişim bağlamında kültürleşme ve sosyokültürel adaptasyon: Uluslararası öğrencilere ilişkin nicel bir araştırma* (Doktora tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> adresinden edinilmiştir.
- Mertens, D. M. (2014). *Research and evaluation in education and psychology: Integrating diversity with quantitative, qualitative and mixed methods*. New York: Sage.
- Neuman, L. W. (2007). *Basics of social research qualitative and quantitative approaches*. Boston: Pearson Education.
- OECD (2019). Internationalization of Higher Education. OECD iLibrary.
- Open Doors (2019). The Power of International Education. Retrieved from <https://www.iie.org/> on 14.05.2021
- PEJİFA (2017). İnceleme: Türkiye'nin Uluslararası Öğrenci Profili. <https://pejifa.wordpress.com/2017/06/07/turkiyenin-uluslarasi-ogrenci-profil/> adresinden 15. 05. 2021 tarihinde edinilmiştir.
- Pervin Kaplan (2020). Uluslararası Öğrenci Sayısı 178 Bin Oldu. <https://www.pervinkaplan.com/detay/uluslarasi-ogrenci-sayisi-178-bin-oldu/9721> adresinden 15. 05. 2021 tarihinde edinilmiştir.
- Radmard, S. (2012). *Türkiye üniversitelerinin uluslararasılaşma politikaları bağlamında uluslararası öğrencilerin yükseköğretim taleplerini etkileyen etkenlerin incelenmesi* (Doktora tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> adresinden edinilmiştir.
- Savaşan, F., Yardımcıoğlu, F., & Beşel, F. (2015). *Socio-economic problems of foreign undergraduate and graduate students: Sakarya University example*. International Student Symposium (Abstract Paper).
- Scott, P. (2002). Küreselleşme ve üniversite: 21. yüzyılın önündeki meydan okumalar. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 2(1), 191-208.
- Selvitopu, A. ve Aydın, A. (2018). Türk yükseköğretiminde uluslararasılaşma stratejileri: Süreç yaklaşımı çerçevesinde nitel bir inceleme. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 33(4), 803-823.
- Snoubar, Y. (2015). *Türkiye'de öğrenim gören uluslararası öğrencilerin sorunları ve sosyal hizmet gereksinimleri* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi> adresinden edinilmiştir.
- T. C. Strateji ve Bütçe Başkanlığı (2021). Yükseköğretimin Uluslararasılaşması Çerçevesinde Türk Üniversitelerinin Uluslararası Öğrenciler İçin Çekim Merkezi Haline Getirilmesi. <https://www.sbb.gov.tr> adresinden 15.05.2021 tarihinde edinilmiştir.
- Yepes, C. P. (2006). World regionalization of higher education: policy proposals for international organization. *Higher Education Policy*, 19, 111-128.
- YÖK (2017). Türkiye'nin Yükseköğretim Stratejisi. <https://www.yok.gov.tr/> adresinden 15. 05. 2021 tarihinde edinilmiştir.
- YÖK (2019). Türkiye Yükseköğretim Sistemi. https://www.yok.gov.tr/Documents/Yayinlar/Yayinlarimiz/2019/Higher_Education_in_Turkey_2019_tr.pdf adresinden 15. 05. 2021 tarihinde edinilmiştir.
- YÖK (2021). Yurtdışından Öğrenci Kabulüne İlişkin Esaslar. https://www.yok.gov.tr/Documents/Ogrenci/yurtdisindan_ogrenci_kabulune_iliskin_esaslar_15052019.pdf adresinden 15. 05. 2021 tarihinde edinilmiştir.

USING INFOGRAPHICS IN TEACHING TURKISH AS A FOREIGN LANGUAGE

İsmail Yavuz ÖZTÜRK

Faculty of Education, Mersin University, Turkey

iyavuzozturk@mersin.edu.tr

ABSTRACT

Infographics, which can present the message to be conveyed to the target person or audience by combining multiple coding systems such as text, line, picture, photograph, video, map, sound, enable the regular, effective and efficient transfer of large amounts of complex information, data or knowledge. They, which have become increasingly popular lately, are frequently encountered in areas such as the press, public transportation, marketing and advertising. It is thought that they can be used in educational activities. The facts that human brain's ability to analyze and interpret visuals in a shorter time than a written text and to store them for a longer period of time and today's students, who see living in the virtual world as much more than a hobby, need more concise and understandable content with the increasing interaction of digital screens compared to previous generations, makes the place of infographics in educational activities clear. Based on this information, it is aimed to present a perspective on the ways of using infographics in teaching Turkish as a foreign language with this research. In order to achieve this objective, scientific publications on infographics and their use in education, the Common European Framework of Reference for Languages, Turkish Maarif Foundation Teaching Turkish as a Foreign Language Curriculum are scanned, and suggestions are offered on how the aforementioned material can be used in teaching Turkish as a foreign language.

Keywords: Infographic, Educational activity, Listening and watching, Teaching Turkish as a foreign language.

INTRODUCTION

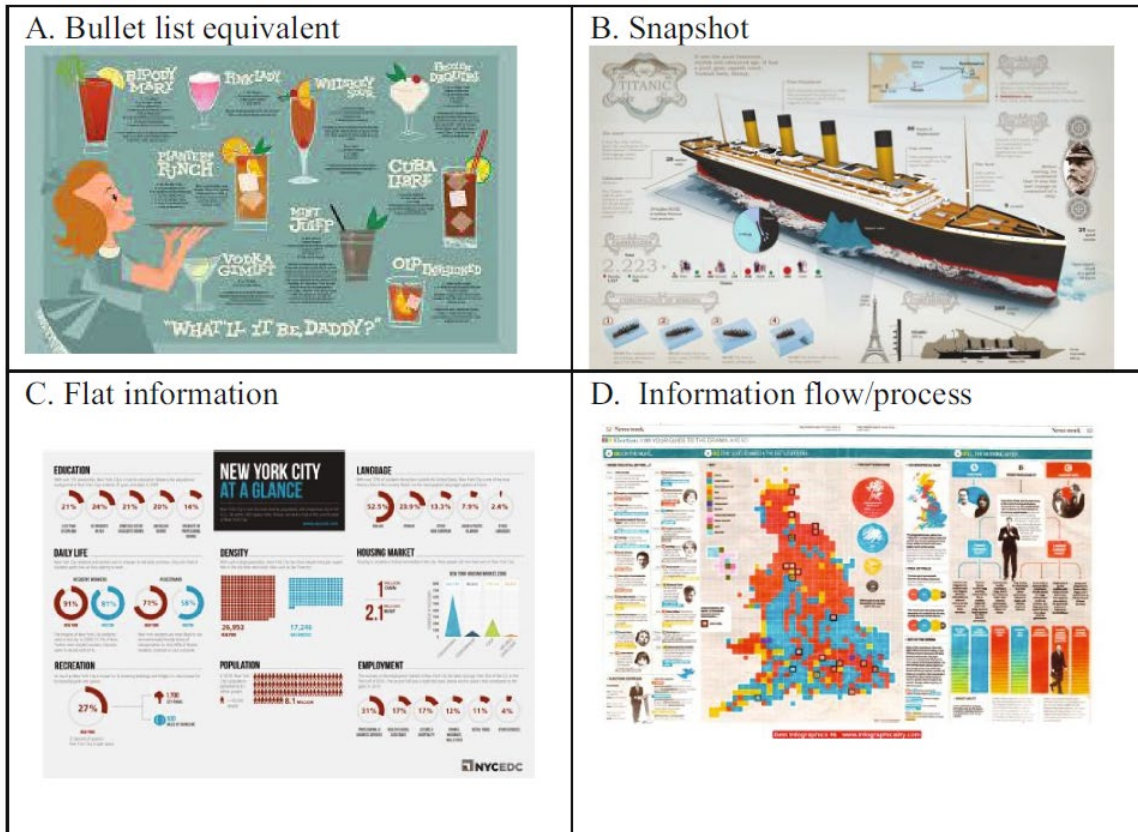
The current century is witnessing rapid changes and developments in information technologies. Especially with the diversification of electronic devices with screens, people are exposed to audio-visual messages more than previous generations in their daily lives. Due to this density, they tend to the messages prepared with coding systems that they can make sense of in a short time and more easily. Now, instead of reading long written texts, they prefer texts that are coded only with audio-visual coding systems or that are supported by short writings. Infographics are materials that can be presented to the reader/viewer by blending more than one audio-visual coding system with less written text in such a time period and therefore frequently used in many fields.

It is seen that many definitions were made on the infographic when the literature was scanned. According to Damyanov and Tsankov (2018), Ross (2009), Siricharoen and Vinh (2016) an infographic is 'visual representation of information, data or knowledge'. Meirelles (2013, 11) defined it as 'infographics stand for visual displays in which graphics (illustrations, symbols, maps, diagrams, etc.) together with verbal language communicate information that would not be possible otherwise.' Li et al. (2014, 11) said that 'Information graphics (infographics), are effective visual representations of complex information.' From the Krum's (2013) point of view, it is the way of presenting information by employing various visuals and written texts in a visual form within a certain flow. Many components such as pictures, graphs, charts, flow diagrams and texts can take part in it. In Simicklas's (2012, 3) book, more formal (according to him) definition was presented: A visualization of data or ideas that tries to convey complex information to an audience in a manner that can be quickly consumed and easily understood. The above definitions focus on visual and text in terms of the coding systems that infographics contain. However, it should not be forgotten that infographics may contain audio. Indeed, Lankow et al. (2012) and Schroeder (2004) stated that video, animation and sound can be added to interactive infographics after dividing them into types. In line with all these definitions and opinions, infographics can be defined as follows:

A material that can present the message to be conveyed to the target person or audience by combining multiple coding systems such as text, line, picture, photograph, video, map, audio and enable the regular, effective and efficient transfer of large amounts of complex information, data or knowledge.

Infographic Types

Infographics based on the invention of line, bar and pie charts by 18th century Scottish engineer and economist William Playfair (Otten et al., 2015) were classified according to different points of view. Albers (2015) divided the infographics into four groups: *Bullet list equivalent, snapshot, flat information, information flow/process*.

Figure 1. Albers' infographic classification (2015, 269)

Damyantov and Tsankov (2018) grouped them as *static*, *interactive*, *video infographics*. In Hassan's (2016) dissertation, infographics grouped as *static* or *animated*. According to Lankow et al. (2012), they can be divided into three groups as *interactive*, *semi-interactive* and *non-interactive* in terms of the multimedia elements they contain. While Otten et al. divided infographics into three groups as 'data graphics, maps and diagrams' or 'static, animated and diagrams', Ashton (2013) classified them as follows: *The quizzical: X facts about (topic)*, *the challenging: visual answer to a question*, *the engaging: flowchart*, *the controversial: versus infographic*, *the infallible: how-to*, *the good old: guide to (topic)*, *the traveler: x around the world*, *the listicle: x ways/tricks/tips to (topic)*, *the wannabe: x lessons/habits from (successful people)*.

All the classifications above are taken into account; it can be said that infographics can be divided into types according to whether they contain movement or allow interaction. Accordingly, an infographic is either static or animated. As Mortensen (2020) said, static infographic is the most widely used type and can be easily designed, shared, and printed. Animated infographics, on the other hand, are designed to be displayed on the screen in order to attract the attention of the reader and make the message transfer more effective, but they are more expensive and very difficult to print. Complex scientific subjects, events and processes, which are really difficult to explain and visualize with static infographics, can be easily grasped by the readers thanks to the new dynamic environment in which they take place (Hassan, 2016; Mortensen, 2020).

On the other hand, infographics can be classified according to whether they allow interaction or not. Interactive ones give readers the opportunity to make choices and access information based on those choices (Lankow et al., 2012) or to enter their own data so that they can personalize them (Mortensen, 2020). For example, when clicking on an image or text on the infographic, more information or video content about the subject appears, the reader can choose one of the options in the content and proceed or give readers the opportunity. Infographics that do not offer this opportunity to the reader are non-interactive. These may contain animated elements such as video and animation, but they do not offer any interaction to the reader.

Leveraging Infographics in Education

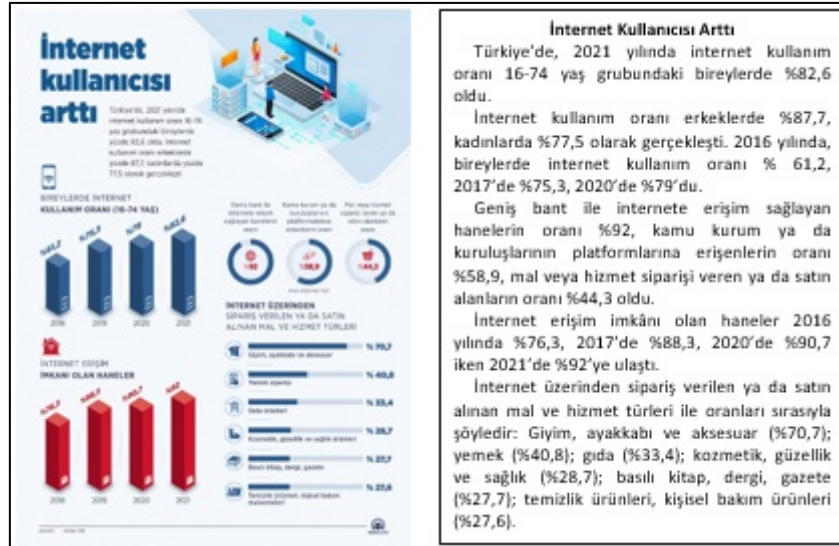
In this century, the Y (millennials) and Z generations (centennials) live and interact with their screen devices, and from the moment they wake up with their smart phone alarm clock to the last social media posts of the day. They also use them to connect, learn and run their academic tasks. As they are used to these devices, they want to see and use them in their classroom environments. Especially there is a noticeable difference in the shortened attention spans of centennials, their visual ability portion of cognitive functions more increased than predecessors, so the visual forms of learning more attractive and interesting for them (Chun et al., 2017). Teaching based entirely on

direct instruction method can be extremely challenging for them, as ‘tend to have a low tolerance for boredom and require high levels of stimulation to remain focused (Roehling et al., 2011)’. In the other words ‘Auditory learning (lecture and discussion) is very strongly disliked by this age group (Rothman, n.d.)’. Student-centered curriculums and classroom environments that take into account their interests or preferences and making them active participants should be created by instructors (Hernandez-de-Menendez et al., 2020). Infographics which present large amounts of information, data or knowledge in a compressed and easy-to-understand format (Siricharoen and Siricharoen, 2015) could play an important role at this point.

Of the 12 pairs of nerves (cranial nerves) coming out of the brain, 6 are connected to the eye (Acarkan, 2017). Therefore, the importance of seeing in sensation and perception is obvious. As Medina (2008) stated, the more visual the input, the more likely it is to be recognized and remembered. In addition, Nelson’s ‘Theory of Picture Superiority’ explains how people learn concepts more easily through visuals rather than just reading written texts (Clark & Mayer, 2011). These facts reveal that infographics as contain visual coding systems (charts, icons, symbols, pictures, videos, etc.) should be used in educational activities effectively.

When visuals are used effectively, they serve to help people understand abstract, complicated, and complex information, especially when people are unfamiliar with the concept and do not have a pre-existing mental model to assist with the comprehension of new information (Dunlap and Lowenthal, 2016, 44).

Figure 2. Same messages presented in an infographic (Anadolu Agency, 2021) and a written text



It is thought that the infographics created by adding sounds to the visuals would be more successful in the effective learning of individuals with different intelligence types and learning styles, especially when millennials and centennials taken into account. In fact, thanks to the interactive infographics, more senses (touch) of the students are addressed and their motor skills are included, so teaching and learning becomes more efficient.

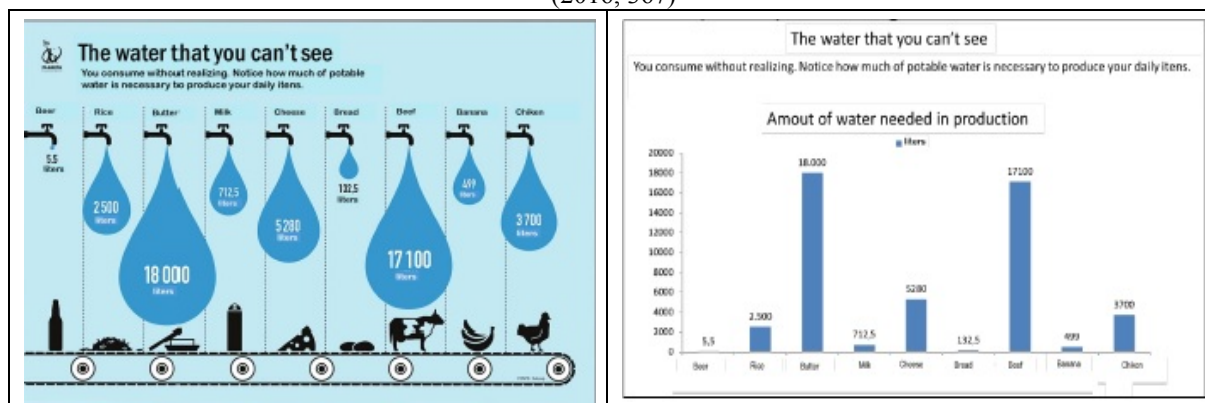
Retention of what is learned is likewise related to sensory experience. These senses are critical when it comes to improving instructional outcomes in the classroom. Each sensory within itself can dramatically enhance students learning experiences and provide students with extra support that will develop their memory and recall of information (Aja et al., 2017, 15113).

In a study conducted by Shridevi et al. (2013), students who were exposed to audio-visual method performed better and enjoyed this learning way. In this regard, Aggarwall (2017, 274) stated the following:

Audio-visual aids provide significant gains in informational learning, retention and recall, thinking and reasoning activity, interest, imagination, better assimilation and personal growth and development. The aids are the stimuli for learning ‘why’, ‘how’, ‘when’ and ‘where’.

Lyra et al. (2016) found that students who learned the same content through infographics remembered longer than those who learned it through graphics+text. This case indicate that infographics can better support robust learning.

Figure 3. An infographic and a graphic+text which have the same content, used in the research of Lyra et al. (2016, 367)



Uyan Dur (2014) emphasized that well designed infographics are important tools to persuade, direct and mobilize people. Therefore, teachers whose task is to eliminate the attitude and behavior disorders of their students and to create new attitudes and behaviors in them (Deniz, 2018) should use well-designed infographics.

Infographics that include art in the staid world of digital data (Davidson, 2014), are materials that can be easily shared when produced in digital format (Marabella, 2014). It can be easily distributed to large audiences via social media platforms or e-mails. Thus, while designing and developing materials for the Y and Z generation (which also has an important place in distance education), the ground for interaction is prepared.

According to Davis & Quinn (2013, p. 16) 'Infographics can support reading comprehension and writing while strengthening critical thinking and synthesizing skills.' By adding audio(s) an infographic can stimulate students auditory channel and thus it can also be used to improve their listening skill. Furthermore, based on the content of this type of material, writing and speaking activities could be conducted. In addition to these, infographics, which can also be called "story graphs" because they present the data in a narrative flow (Otten et al, 2015; Weinschenk, 2011), have also become a good way of storytelling. In the other words, they can be utilized in language education courses as story texts. Stories help students understand data and establish cause-effect relationships; infographics also enable the communication of data by being visualized and presented as a story (Weinschenk, 2011).

Infographics, unlike standard written texts that are long and dense, present information in layouts which often include graphs or boxes to separate them, white space, larger gaps between sentence lines, and so can be used to help students understand the relevant text thanks to their ability to present information in visual format (Marabella, 2014).

Using and creating infographics would improve students' visual literacy skills, which would help teachers gain students' ability to make sense of and evaluate visual information. In addition, through the activity of designing a visual representation of complex ideas, their comprehension would be deepened by keeping them engaged with the content for a long time (Naparín and Saad, 2017), and their ability to express themselves could be developed.

Structure of an Infographic and How to Design It?

A teacher or an instructor should not only use well designed infographics, but also design them. In order to achieve this, it is necessary to know the structural features of infographics.

An infographic consists of three major parts in generally. According to Tatcher (2012) and Siricharoen (2013), these parts are *visual*, *content* and *knowledge*. Colors, maps, icons, (Tatcher, 2012) charts, symbols, pictures, illustrations etc. make up the visual part of an infographic. These construct the content of it: References, time frames, facts, text, etc. (Tatcher, 2012). Lastly, 'conclusion to express the stories or messages (Siricharoen and Siricharoen, 2015, 558)' refers to the *knowledge* part of it. These three pieces have to be successfully organized by the teacher.

Creating an infographic is based on its designer's creativity, so it is unlimited. Since the main purpose of infographic is to make readers summarize information quickly in the world full of flooding information (Siricharoen and Siricharoen, 2015), a teacher sometimes has to act as a graphic designer or an artist and have to take into account aesthetic. If he/she is going to do these in digital environment, should have the ability to use the necessary devices (computer or smart phone), programs or applications. There are a lot of applications on the web which offer the opportunity to prepare different types of infographics easily and online. Also they have ready templates. Teachers should benefit from these platforms.

Determining the objective could be the first step of preparing an infographic. Teacher should ask himself/herself this question at this stage: What skills do I aim to teach my students, and what do I aim to teach them through the infographic I will prepare? The second step could be choosing the appropriate infographic type. As presented above, there is a wide variety of infographic types available. Answers to questions such as 'Will it be horizontal

or vertical, interactive or non-interactive, static or animated, consist of one page or more?’ should be sought. Which data, information or knowledge will be presented should be determined at the third step. These can be many, the important thing is that they are as short and concise as possible. The following quote attributed to Albert Einstein comes to mind at this point: ‘If you can't explain it simply, you don't understand it well.’ The fourth step is deciding which coding systems to use. Such question can be asked: Will it only include visual coding systems? Or will it be a mix of text and visuals? Will it have sound effects or music? Finally, teacher should think about the visual stance of the infographic. Determining the positions of the elements that make up the infographic based on their relationships with each other, using separator spaces and dividing lines to separate content and sections, employing bold fonts and subheadings to highlight certain words, placing bullet points, adding correct guiding elements (orientation arrows, various symbols or signs, etc.) on the page, choosing the right colors are the points to be considered at this stage.

As Otten et al. (2015, 1902), citing from Ovans (2014), stated ‘The least effective infographics tend to be visually overwhelming, using excessive or extraneous data or “noise,” or present information in a way that is confusing or makes it appear insignificant.’ For this reason, a teacher should choose content suitable for the level of the students (age, gender, background information, etc.) and present them in a concise manner. In addition, as Balliet (2012) underlines, he/she should give the most visual weight to the most important information.

Consistent design, text-image harmony, grabbing and holding attention, connecting with the reader (power of kindling images, emotions and memories) are important for a successful infographic (Dunlap, 2016). In addition to these, the message should be conveyed without giving too much space to the text and by using visual coding systems as much as possible. In theory, an infographic should make sense to the reader without adding words or text (Marabella, 2014).

Carrying out effective educational activities with infographics prepared by considering design principles will help to achieve the determined goals and gain skills. It is thought that these materials can be used effectively in teaching Turkish as a foreign language.

METHODS

In this research based on literature review, scientific publications on infographics and their use in education, the Common European Framework of Reference for Languages (CEFR), Turkish Maarif Foundation Teaching Turkish as a Foreign Language Curriculum (TMFC) were scanned and accordingly suggestions on how to use infographics in the process of teaching Turkish to foreigners were presented through examples.

Using Infographics in Teaching Turkish as a Foreign Language

Many researches have been carried out on infographics and their usage in education. However, no study has been encountered on the use of infographics in teaching Turkish to foreigners as a result of search in databases [Elton B. Stephens Company Open Dissertations, ProQuest Dissertations & Theses (PQDT), Higher Education Council Thesis Center, TR Index, DergiPark Academic, Education Resources Information Center (ERIC), Taylor & Francis, Science Direct-Elsevier] with the keywords ‘Infographic, Information Graphic, Teaching Turkish, Teaching Turkish as a Foreign Language’. Based on the current deficiency in the literature, it is aimed to present a perspective on how to use infographics in teaching Turkish as a foreign language.

Teaching emotional words

Emotional words are among the topics covered in the early stages of teaching Turkish to foreigners. When the TMFC and CEFR are scanned, it is seen that the said skill is acquired at A1 level. 5 of these words (mutlu, korkmuş, kızgın, şaşkın, üzgün) can be taught through the animated infographic that has 3 pages below:

Figure 4. First page of an infographic to be used in teaching emotional words
(<https://view.genially.com/612b78d08ae5140dc46523d1/interactive-content-emoji-moments>)



On the first page, students are told that ‘there are words that reflect the inner world of people in every language

(Temur and Arslan, 2018)'. After this, students are asked to guess the Turkish words that represent 5 emotional states supported by emojis. Thus, their foreknowledge about whether they know the words aforementioned is determined. And then, teacher switches to the next page.

Figure 5. Second page of an infographic to be used in teaching emotional words



The second page shows what these words are. When attention is paid, various information about emotions are given on the right and left sides. Students are provided to read this information. Attention is drawn to unfamiliar words. They may be asked to talk about them. Attention was paid to the fact that the sentences on the pages were active, and passive sentences were not included. Because passive sentences are not taught to students at this level yet. However, passive sentences can be added to the material in later stages.

Figure 6. Third page of an infographic to be used in teaching emotional words



On the last page, students are asked to say how they feel and why within these five words. This allows them to speak, albeit briefly.

Teaching idioms

Infographics can also be used while teaching idioms in Turkish. The animated and interactive infographic below has been prepared for the purpose of teaching a few idioms that contain the word 'kuş (bird)' in Turkish. The student can see the meaning of that idiom from Dictionary of Turkish Language Institution and its usage in a sample sentence by moving the mouse cursor of their computer over the idioms or touching their finger on the related idiom. They can also hear the sounds of sea waves and seagulls in the background, in accordance with the context.

Idiom teaching also has an important place in terms of cultural transfer. Therefore, it can be said that it would be appropriate to use infographics that can convey complex information through few signs in the teaching of these language structures that can tell a lot with few words.

Figure 7. An animated and interactive infographic to be used in teaching idioms (https://view.genial.ly/612b70fb9606e30dbd28500c/interactive-content-gulls-list)

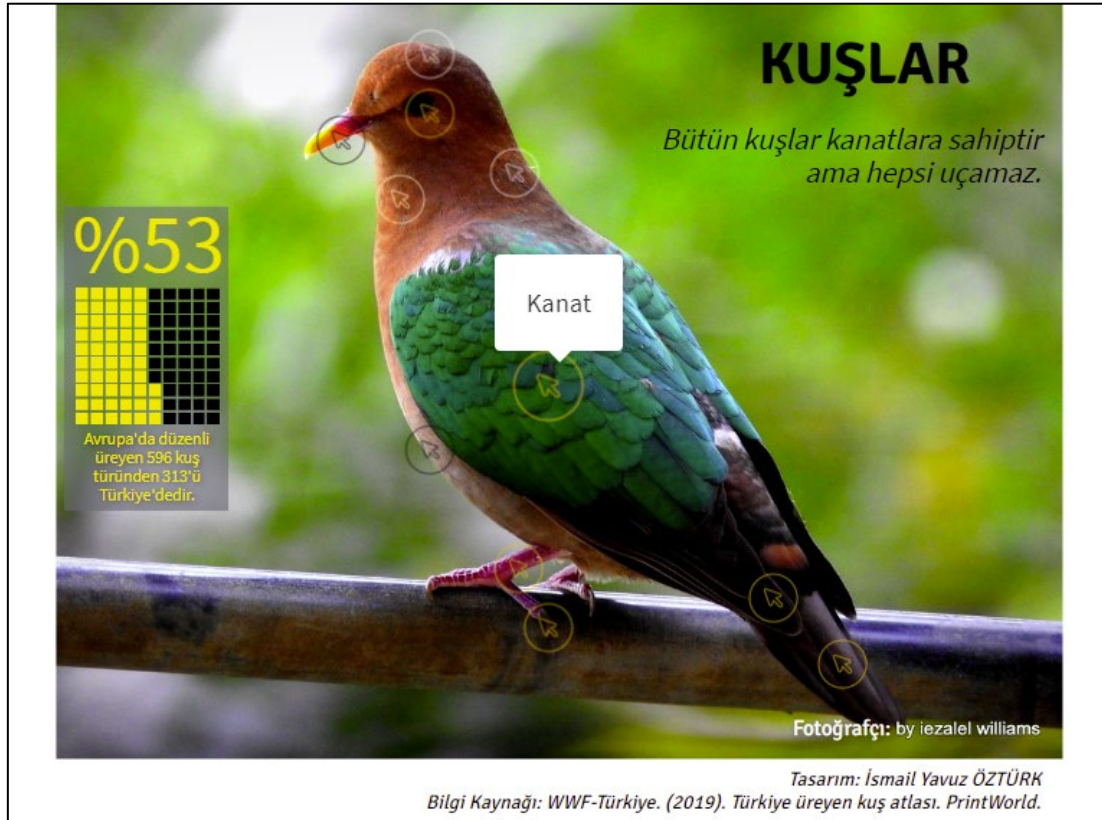


Teaching vocabulary

Vocabulary knowledge plays vital role in second language learning, as limited vocabulary means limited communication (Alqahtani, 2011; Cook, 2013; Nation, 2011; Schmitt, 2000). In this context, examples of infographics prepared for the words taught in Turkish as a foreign language according to TMFC and CEFR are presented in this section.

An example of an animated and interactive infographic for teaching words representing parts of the body, which was first taught at A1 level, is given below:

Figure 8. An animated and interactive infographic to be used in teaching vocabulary about birds (https://view.genial.ly/612aa921dabd400dbd0d585d/interactive-image-kuşların-vucut-kisimleri)



Birds are animal from the learners' close circle. For this reason, an infographic was designed that shows the names of the body parts of the birds and gives simple information about this animal species. This material also includes

a piece of information about the number of bird species in Turkey and a graphic on this subject within the scope of cultural transfer. The conjunction ‘but’, some numbers, percentiles, adjectives, spelling of some punctuation marks and present tense can also be taught through this infographic. The teacher can add the language structures he/she wants to teach by making changes on the content according to the level.

Through the following infographic example, simple present tense and present continuous tense, modals (can/could), noun and adjective clauses, numerical expressions, units of measure, comparison expressions can be taught. It can also benefit from this material in teaching vocabulary. In addition, the sentences in this material, which consists entirely of verbs with active voices, can be made passive by changing them for advanced levels.

Figure 9. An infographic to be used in teaching vocabulary about tigers



Gaining Ability to Follow Instructions

According to the CEFR and TMFC, the learner is also expected to gain the ability to follow the descriptions and instructions for doing a job at A2 level. For this purpose, the following infographic design can be used. The preparation of dry beans dish, one of the famous dishes of Turkish cuisine, is explained in five steps, supported by short instructions and visuals:

Figure 10. An infographic to be used in gaining ability to follow instructions

KURU FASULYE YAPALIM

MALZEMELER:
2 su bardağı kuru fasulye
3 yemek kaşığı zeytinyağı
1 yemek kaşığı salça
1 adet iri soğan
Biraz tuz

- 1. ADIM**

Bir gece önce ılık suda beklettiğiniz fasulyeleri bir tencereye dökün ve yaklaşık 20 dakika haşlayın.
- 2. ADIM**

Doğradığınız soğanları yağda kavurduktan sonra üzerine salça ekleyip pişirin.
- 3. ADIM**

Yağda salça ile pişirdiğiniz soğanların üzerine fasulyeleri dökün.
- 4. ADIM**

Fasulyelere iki bardak su ve biraz tuz ekleyip tencereyi karıştırın.
- 5. ADIM**

Tenceredekileri 10 dakika daha kısık ateşte pişirin.
Yemeğiniz hazır, afiyet olsun!

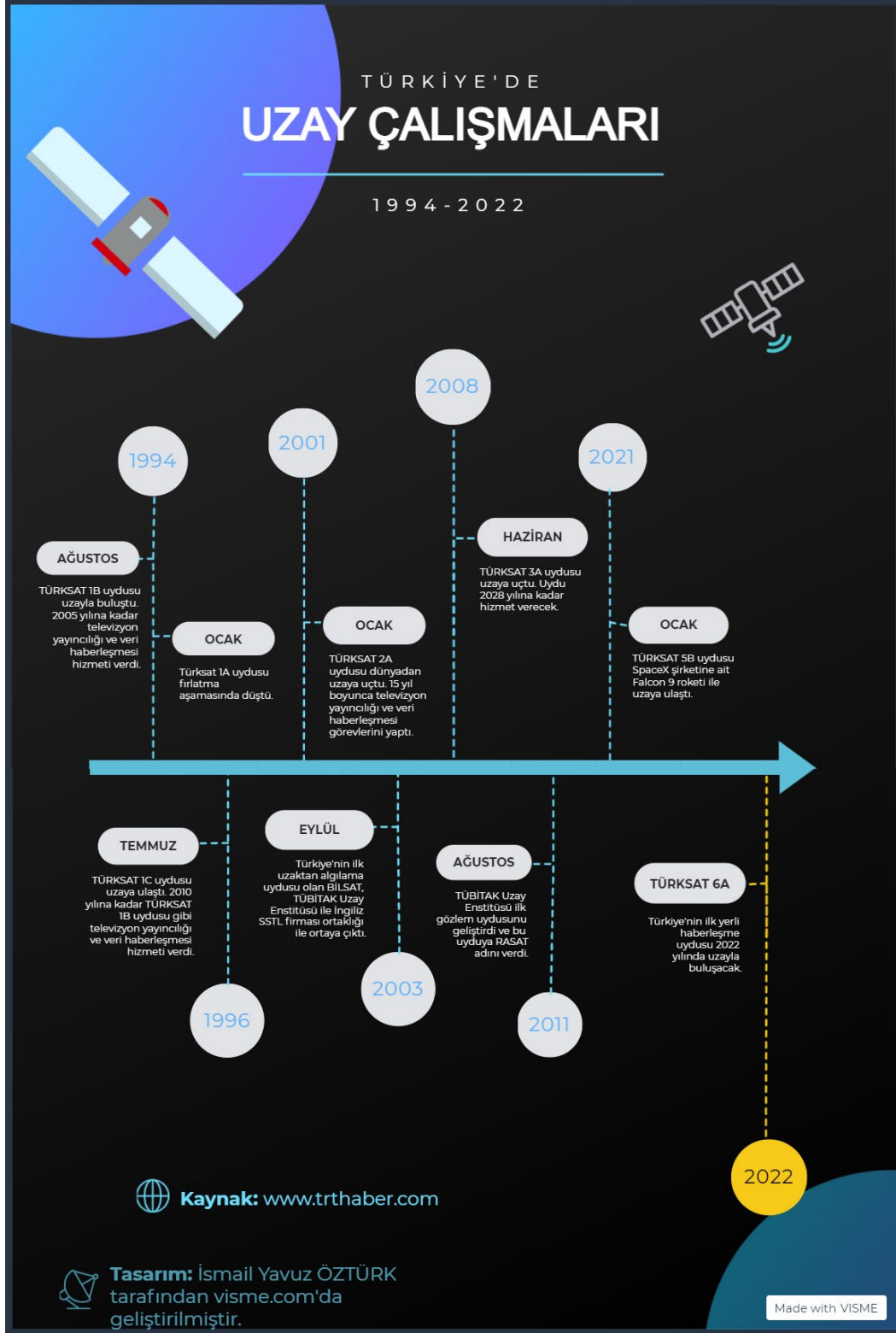
© genially

Numbers, quantity expressions and imperatives are taught as well as giving the learner the ability to follow instructions thanks to this material.

Gripping information expressed in a timeline

One of the skills that learners are expected to acquire in second language learning is to understand the expressions in the timeline correctly. The following sample infographic, prepared to help learners acquire this skill, which starts from A1 and continues to B2 according to CEFR and B1 according to TMFC, deals with space studies in Turkey since 1994:

Figure 11. An infographic to be used in gripping information expressed in a timeline



Lines of different colors are used to separate the past and future events. Simple past tense, simple future tense, active voices and passive voices (from B1 according to TMFC), verbal adverbs [‘-e kadar (until)’ in this material (from A1 according to the TMFC)], numbers, noun and adjective clauses, some abbreviations can be learned via this infographic.

CONCLUSION

Infographics, effective and efficient way of presenting large amount of complex messages by combining multiple coding systems, should be used in educational activities as well as other areas. Especially when Y and Z generations are taken into account, the necessity of infographics in educational activities emerges. Although there are many classifications in the literature, it is thought that infographics can be divided into two as interactive/non-interactive or static/animated. According to this categorization, an infographic may be animated and may or may not allow interaction from another point of view. Although it is difficult to develop, it can be said that using interactive, at least animated infographics in education is more effective. In addition to visual coding systems, including audios will be more beneficial in order to increase the effectiveness of teaching by addressing more senses. The fact that these materials can be produced in digital format and easily delivered to more people also increases the interaction in teaching process. There are studies showing that infographics are also effective in language and thinking educations. Therefore, these materials can also be used in teaching Turkish to foreigners. In this paper, after emphasizing the design steps and the points to be considered at these steps, it is aimed to present a perspective on how infographics can be used in teaching Turkish to foreigners based on 6 sample materials. It is thought that it would be beneficial for teachers working in the field to design various infographics by making use of these examples and paying attention to design principles. Both printed and digital infographics should be added to the textbooks. In addition, in the next process, studies should be carried out to investigate the effectiveness of these type of materials using experimental designs.

REFERENCES

- Aggarwall, J. C. (2017). *Essentials of educational technology* (3rd edition). Vikas.
- Aja, S. N., Eze, P. I., Igba, D. I., Igba, E. C., Nwafor, C. C., Nnamani, S. C. (2017). Using multi-sensory instruction in managing classroom for effective teaching and learning. *International Journal of Applied Engineering Research*, 12(24), 15112-15118.0
- Albers, M. (2015). Infographics and communicating complex information. In Marcus A. (Ed.) *Design, User Experience, and Usability: Users and Interactions*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-20898-5_26
- Alqahtani, M. (2015). The importance of vocabulary in language learning and how to be taught. *International Journal of Teaching and Education*, 3(3), 21-34. <https://doi.org/10.20472/TE.2015.3.3.002>
- Anadolu Agency. (2021, August 26). *Türkiye'de internet kullananların oranı bu yıl itibarıyla yüzde 82,6'ya yükseldi*. <https://www.aa.com.tr/tr/info/infografik/24660>
- Ashton, D. (2013). *The 9 types of infographic*. <http://neomam.com/infographics/the-8-types-of-infographic/>
- Balliette, A. (2011, October 14). *The do's and don'ts of infographic design*. Smashing Magazine. <http://www.smashingmagazine.com/2011/10/14/the-dos-and-donts-of-infographic-design>.
- Clark, R. C., & Lyons, C. (2010). *Graphics for learning: Proven guidelines for planning, designing and evaluating visuals in training materials*. Pfeiffer.
- Clark, R. C., & Mayer, R. E. (2011). *e-Learning and the science of instruction: Proven guidelines for consumers* (3rd ed.). San Francisco, CA: John Wiley & Sons
- Damyantov, I. & Tsankov, N. (2018). The role of infographics for the development of skills for cognitive modeling in education. *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, 13(1), 82-92. <https://doi.org/10.3991/ijet.v13i01.7541>
- Davidson, R. (2014). Using infographics in the science classroom. *Science Teacher*, 81(3), 34-39.
- Deniz, K. (2018). *Eğitimde insan ilişkileri ve iletişim*. Gece Kitaplığı.
- Dunlap J. C. & Lowenthal, P. R. (2016) Getting graphic about infographics: design lessons learned from popular infographics. *Journal of Visual Literacy*, 35(1), 42-59. <https://doi.org/10.1080/1051144X.2016.1205832>
- Chun, C., Dudoit, K., Fujihara, S., Gerschenson, M., Kennedy, A., Koanui, B., Ogata, V., & Stearns, J. (2017, January, 8-10). *Teaching Generation Z at the University of Hawai'i* [Conference presentation]. The IAFOR International Conference on Education, The Hawaii Convention Center, Honolulu, Hawaii, United States. http://papers.iafor.org/conference-proceedings/IICE/IICEHawaii2017_proceedings.pdf
- Council of Europe. (2020). *Common European framework of reference for languages: learning, teaching, assessment-companion volume*. Council of Europe Publishing. <https://coe.int/lang-cefr>
- Cook, V. (2013). *Second language learning and language teaching*. Routledge.
- Hassan, H. G. (2016). *Designing infographics to support teaching complex science subject: a comparison between static and animated infographics* [Unpublished master thesis]. Iowa State University.
- Hernandez-de-Menendez, M., Escobar Díaz, C.A., Morales-Menendez, R. (2020). Educational experiences with Generation Z. *International Journal on Interactive Design and Manufacturing*, 14, 847-859. <https://doi.org/10.1007/s12008-020-00674-9>
- Lankow, J., Ritchie, J., & Crooks, R. (2012). *Infographics: the power of visual storytelling*. John Wiley & Sons.
- Li Z., Carberry S., Fang H., McCoy K.F., Peterson K. (2014). Infographics retrieval: a new methodology. In Métails E., Roche M., Teisseire M. (Eds.) *Natural language processing and information systems, NLDB 2014*.

- Lecture Notes in Computer Science, vol. 8455. Springer, Cham.
https://doi.org/10.1007/978-3-319-07983-7_15
- Lyra, K. T., Isotani, S., Reis, R. C. D., Marques, L. B., Pedro, L. Z. (2016). Infographics or graphics+text: which material is best for robust learning? In J. M. Spector, C. C. Tsai, D. G. Sampson, Kinshuk, R. Huang, N.S. Chen, P. Resta (Eds.), *IEEE 16th International Conference on Advanced Learning Technologies* (pp. 366-370), The Institute of Electrical and Electronics Engineers. <https://doi.org/10.1109/ICALT.2016.152>
- Krum, R. (2013). *Cool infographics: effective communication with data visualization and design*. John Wiley & Sons.
- Marabella, A. (2014). *Communication theories: An infographics development project* [Unpublished master thesis]. Southern Utah University.
- Medina, J. (2008). *Brain rules: 12 principles for surviving and thriving at work, home, and school*. Pear Press.
- Meirelles, I. (2013). *Design for information: an introduction to the histories, theories, and best practices behind effective information visualizations*. Rockport publishers.
- Mortensen, E. (2020). *Infographics: three formats for communicating information*.
<https://modicum.agency/blog/infographics-three-formats-for-communicating-information/>
- Naparin, H., Saad, A. B. (2017). Infographics in education: review on infographics design. *The International Journal of Multimedia & Its Applications*, 9(4/5/6), 15-24. <https://doi.org/10.5121/ijma.2017.9602>
- Nation, I. S. P. (2001). *Learning vocabulary in another language*. Cambridge University Press.
- Otten, J. J., Cheng, K., Drewnowski, A. (2015). Infographics and public policy: using data visualization to convey complex information. *Health Affairs*, 34(12), 1901-1907.
<https://doi.org/10.1377/hlthaff.2015.0642>
- Roehling, P., Kooi, T., Dykema, S., Quisenberry, B., & Vandlen, C. (2011). Engaging the millennial generation in class discussions. *College Teaching*, 59(1), 1-6. <https://doi.org/10.1080/87567555.2010.484035>
- Ross, A. (2009). *Infographics designs: overview, examples and best practices*.
<http://www.instantshift.com/2009/06/07/infographic-designs-overview-examples-and-best-practices>.
- Rothman Ph.D., D. (n.d.). *A tsunami of learners called generation Z*.
http://mdle.net/Journal/A_Tsunami_of_Learners_Called_Generation_Z.pdf
- Schmitt, N. (2000). *Vocabulary in language teaching*. Cambridge University Press.
- Schroeder, R. (2004). Interactive info graphics in Europe--added value to online mass media: a preliminary survey. *Journalism Studies*, 5(4), 563-570. <https://doi.org/10.1080/14616700412331296473>
- Siricharoen W. V. (2013) *Infographics: the new communication tools in digital age*. In: International conference on E-technologies and business on the web. Bangkok, Thailand, 169–174.
<http://sdiwc.net/digital-library/infographics-the-new-communication-tools-in-digital-age>
- Siricharoen, W. V. & Siricharoen, N. (2015, 12-15 May). *How infographic should be evaluated?* [Conference presentation]. The 7th International Conference on Information Technology, AL-Zaytoonah University, Amman, Jordan. <https://doi.org/10.15849/icit.2015.0100>
- Siricharoen, W. V. & Vinh, P. C. (2016). Question matrix method according to divided dimensions of infographics evaluation. *Personal and Ubiquitous Computing*, 21(2), 219-233.
<https://doi.org/10.1007/s00779-016-0988-7>
- Smiciklas, Mark. *The power of infographics: using pictures to communicate and connect with your audience*. QUE Publishing.
- Temur, N. & Arslan, H. (2018). Yabancı dil olarak Türkçenin öğretiminde duygu durumu bildiren ifadelerin öğrenilme düzeyi. *Ana Dili Eğitimi Dergisi*, 6(3), 877-893.
<https://doi.org/10.16916/aded.420963>
- Thatcher, B. (2012). *An overview of infographics* [Webinar]. Illinois Central College Teaching and Learning Center. <https://www.slideshare.net/ICCTLC2/an-overview-of-infographicsv5-0-15179863>
- Turkish Maarif Foundation. (2020). *Teaching Turkish as a foreign language curriculum* (2nd edition). Matsis Matbaa. https://www.turkishmaarif.org/uploads/Turkce_nin_Yabanci_Dil_Olarak_Ogretimi_Programi_2_Baski.pdf
- Uyan Dur, B. İ. (2014). Data visualization and infographics in visual communication design education at the age of information. *Journal of Arts and Humanities (JAH)*, 3(5), 39-50.
<https://www.theartsjournal.org/index.php/site/article/view/460/267>
- Weinschenk, M. (2011). *100 things every designer needs to know about people*. New Riders.

UZAKTAN EĞİTİM ÖĞRENCİLERİNİN KİTLESEL AÇIK ÇEVİRİMİÇİ DERSLER HAKKINDAKİ GÖRÜŞLERİ

Hanife ÇİVRİL

Uzaktan Eğitim Meslek Yüksekokulu, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Türkiye
hanifecivril@isparta.edu.tr

Emine ARUĞASLAN

Uzaktan Eğitim Meslek Yüksekokulu, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Türkiye
eminearugaslan@isparta.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, uzaktan eğitim öğrencilerinin Kitlesel Açık Çevrimiçi Dersler (KAÇD)'e yönelik görüşlerini belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda nicel araştırma yöntemlerinden tarama modeli kullanılmıştır. Öğrencilerden herhangi bir KAÇD'e kayıt olmaları istenmiştir. Veriler, araştırmacılar tarafından hazırlanan anket aracılığı ile toplanmıştır. Ankete toplam bir uzaktan öğretim önlisans programına kayıtlı 93 öğrenci katılım göstermiştir. Verilerin analizinde ve yorumlanmasında betimsel istatistik yöntemleri kullanılmıştır. Ayrıca ankette yer alan 2 açık uçlu soru araştırmacılar tarafından içerik analizi ile analiz edilerek veriler temalandırılmıştır. Çalışmanın sonuçları incelendiğinde öğrencilerin KAÇD ile elde ettikleri öğrenme deneyimlerine ait görüşlerinin olumlu olduğu görülmüştür. Aynı zamanda KAÇD öğrenciler tarafından mesleki ve kişisel gelişimlerine katkı sağlayacak önemli bir bilgi kaynağı olarak görüldüğü tespit edilmiştir. Ayrıca KAÇD ile ilgili eksikliklerin sorulduğu açık uçlu soruya verdikleri yanıtlardan öğrencilerin yarısından çoğunun bir eksiklik bulunmadığı yönünde olumlu görüş bildirdiği görülmüştür. Diğer öğrencilerin ise çoğunlukla ders içeriğinin ve ders sayılarının artırılması gerektiğini dile getirmiştir.

Anahtar Kelimeler: Uzaktan eğitim, Kitlesel açık çevrimiçi dersler, Öğrenci görüşleri

GİRİŞ

Tüm dünyada Massive Open Online Courses (MOOC) olarak bilinen, Kitlesel Açık Çevrimiçi Dersler (KAÇD), internet üzerinden sunulan herkesin kullanımına açık ve genellikle ücretsiz ve üniversiteler tarafından geliştirilmiş çevrimiçi derslerdir. KAÇD kavramı ilk olarak 2008 yılında Stephen Downes ve George Siemens'in yönettiği ve çok sayıda öğrencinin çeşitli çevrimiçi araçları kullanarak etkileşim halinde olduğu ve bağlantıcılık ilkelerine göre tasarlanan bir ders ile ortaya çıkmıştır. Sonraki yıllarda ise Udacity, Coursera ve edX gibi önemli KAÇD platformu kurularak çok sayıda ders geliştirilmiş ve kitlelere çevrimiçi ders alma imkanı sağlanmıştır. Günümüzde çeşitli KAÇD platformlarında, dünyanın pek çok yerinden yükseköğretim kurumu, hayat boyu öğrenme fırsatları sunmak için çevrimiçi dersler sunmaya devam etmektedir. KAÇD'ler, milyonlarca insan için önemli öğrenme fırsatı olarak görülmektedir (Conole, 2015). KAÇD platformlarında bir çevrimiçi dersin başarı ile tamamlanması durumunda belli bir ücret karşılığında sertifika verilebilmektedir. Dünyada KAÇD platformlarının ve bu platformu kullanan öğrenenlerin sayısı giderek artmaktadır. Türkiye'de de Anadolu Üniversitesi'nin geliştirdiği AKADEMA platformu, Atatürk Üniversitesi'nin geliştirdiği ATADEMIX platformu ve Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti'nin desteği ile Orta Doğu Teknik Üniversitesi tarafından hayata geçirilen Bilgeİş platformu, KAÇD platformlarına örnek olarak verilebilir. Bu platformlarda çeşitli dersler yer almaktadır. Bir KAÇD platformunda her bir derste konu anlatımları, sunumlar, videolar, değerlendirmeler ve öğrencilerin ve öğretim asistanlarının etkileşimlerini sağlamak amacıyla tartışma forumları bulunmaktadır. KAÇD'lerin giderek popülerleşmesi ile KAÇD'ler, araştırmacılar tarafından sıklıkla çalışılan bir konu haline gelmiştir ve farklı açılardan ele alınmıştır (Liu vd., 2021). Alanyazında öğrencilerin KAÇD kullanım niyetlerinin ve memnuniyetlerinin (Hew vd., 2020; Joo, So ve Kim, 2018; Lu, Wang ve Lu, 2019; Pozón-López vd., 2021), algılarının (Aharony ve Bar-Ilan, 2016; Sukhbaatar, Choimaa ve Usagawa, 2018), öğretmenlerin ve öğrencilerin KAÇD ile ilgili görüşlerinin (Abeer ve Miri, 2014; Kumar, 2019; Yıldırım, 2020) incelendiği çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmanın amacı, uzaktan eğitim öğrencilerinin Kitlesel Açık Çevrimiçi Dersler (KAÇD)'e yönelik görüşlerini belirlemektir.

YÖNTEM

Araştırma Modeli

Bu çalışmada uzaktan eğitim öğrencilerinin KAÇD'lere yönelik görüşlerini belirlemek amacıyla tarama modeli uygulanmıştır. Tarama modeli ile yapılan araştırmalarda, geçmişte ya da halen var olan bir durumun betimlenmesi amaçlanır (Karasar, 2013).

Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini, 2020-2021 eğitim-öğretim akademik yılında bahar döneminde Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Uzaktan Eğitim Meslek Yüksekokulu'nda Tıbbi Dokümantasyon ve Sekreterlik programında öğrenim gören 203 önlisans öğrencisi oluşturmaktadır. Bu öğrencilerden KAÇD platformu olan AKADEMA'dan

istedikleri veya ilgi duydukları bir derse kayıt olmaları ve bu dersi incelemeleri istenmiştir. Öğrencilere KAÇD ve AKADEMA ile ilgili genel bilgilendirmeler yapılmıştır. Derse kayıt olan ve inceleyen öğrencilerle KAÇD hakkındaki görüşlerini almak amacıyla anket formu paylaşılmıştır. Çalışmada basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Çalışmaya 93 öğrenci gönüllü olarak katılmıştır.

Veri Toplama Araçları

Çalışmada veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından hazırlanan anket formu kullanılmıştır. Anket, alanyazın taraması yapıldıktan sonra uzman görüşü alınarak son haline getirilmiştir. Anket 3 bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde uzaktan eğitim öğrencilerinin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik maddeler bulunmaktadır. İkinci bölümünde öğrencilerin KAÇD’ya yönelik görüşlerini belirlemek amacıyla toplam 12 madde bulunmaktadır. Bu maddelerin oluşturulmasında alanyazındaki benzer çalışmalardan faydalanılmıştır (Aharony ve Bar-Ilan, 2016; Cole ve Timmerman 2015; Lan ve Hew, 2020; Majid, Kamarudin ve Zamin, 2019; Sukhbaatar, Choimaa ve Usagawa, 2018; Venkatesh, 2014). Öğrencilerin her bir maddeye verdikleri yanıtlar, 1 (Kesinlikle Katılmıyorum) ile 5 (Kesinlikle Katılıyorum) arasında değişen 5’li Likert ölçeği ile ölçülmüştür. Anketin üçüncü bölümünde ise öğrencilerin KAÇD ile ilgili ortama deneyimleri ve kişisel/mesleki gelişim amacıyla KAÇD olarak verilmesi durumunda almak istedikleri dersler, açık uçlu olacak şekilde istenmiştir. Anket verileri online veri toplama araçlarından Google Form üzerinden 2020-2021 eğitim-öğretim yılı bahar dönemi içerisinde toplanmıştır.

Verilerin Analizi

Anket güvenilirliği için Cronbach’s Alpha değeri hesaplanmıştır ve bu değer 0.92 olarak bulunmuştur. Anketin güvenilirlik değerinin kabul edilen sınırlar içerisinde olduğu ve güvenilir bir veri toplama aracı olduğu görülmüştür (Büyüköztürk vd., 2013). Verilerin analizinde ve yorumlanmasında betimsel istatistik yöntemleri kullanılmıştır. Veriler ortalama puanlar hesaplanarak analiz edilmiştir. Değerlendirmeler her bir maddenin ortalama puanları hesaplanarak yapılmıştır. Ortalama değeri: 1-1.80: “Kesinlikle Katılmıyorum”, 1.81-2.60: “Katılmıyorum”, 2.61-3.40: “Kararsızım”, 3.41-4.20: “Katılıyorum”, 4.21-5.00: “Kesinlikle Katılıyorum” olacak şekilde gruplandırılmıştır. Ayrıca ankette yer alan 2 açık uçlu soru araştırmacılar tarafından içerik analizi ile analiz edilerek veriler temalandırılmıştır.

BULGULAR

Çalışmaya katılan 93 öğrenciye ait cinsiyet, yaş, mezuniyet düzeyi ve daha önceki KAÇD deneyimleri Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1: Öğrencilerin Demografik Özellikleri

Değişkenler		f	%
Cinsiyet	Kadın	67	72.0
	Erkek	26	28.0
	Toplam	93	100.0
Yaş	18-24	68	73.1
	25-48	25	26.9
	Toplam	93	100.0
Mezuniyet düzeyi	Lise	74	79.6
	Önlisans	11	11.8
	Lisans	5	5.4
	Yüksek Lisans	3	3.2
	Toplam	93	100.0
KAÇD deneyimi	Var	19	20.4
	Yok	74	79.6
	Toplam	93	100.0

Öğrencilerin %72.0’nın kadın, %73.1’inin 18-24 yaş aralığında, %79.6’sının lise mezunu olduğu görülmüştür. %79.6’sının ise daha önce KAÇD platformu ile bir ders alma deneyimlerinin bulunmadığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda yapılan bu çalışmanın öğrencilerin büyük bir çoğunluğuna yeni bir eğitim ortamı olarak KAÇD platformlarını keşfetme fırsatı sunduğu söylenebilir. Öğrencilerin AKADEMA platformunda en çok tercih ettikleri derslerin isimleri Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2: Öğrencilerin AKADEMA platformunda aldıkları örnek KAÇD dersleri

KAÇD Ders Adı	f
Geleceğin Teknolojileri	21
Açık ve Uzaktan Öğrenme Teknolojileri	7
Doğanın Şifalı Yağları	6
Beden Dilini Doğru Kullanmak ve Etkili Konuşmak	5
Dijital Pazarlama	5
Sosyal Medya Okuryazarlığı	4
Aile Yapısı ve İlişkileri	3
İleri Web Uygulamaları	3
Koronavirüsler	3

Tablo 2 incelendiğinde, öğrencilerin ders tercihlerinin daha çok teknoloji ile ilgili olduğu söylenebilir. Öğrencilerin kayıt oldukları derse ilişkin görüşlerinin istendiği 12 anket maddesine verdikleri yanıtlara ait ortalama puanlar ve standart sapmaları Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3: Öğrencilerin KAÇD hakkında görüşleri

Maddeler	N	\bar{X}	Ss
1. KAÇD'ların iyi bir bilgi kaynağı olduğunu düşünüyorum.	93	3.624	1.4590
2. KAÇD'ları kullanmanın kolay olduğunu düşünüyorum.	93	3.527	1.4566
3. KAÇD'larda öğretim elemanı olmaksızın kendi öğrenme hızımda dersi takip etmek hoşuma gitti.	93	3.645	1.3803
4. KAÇD'ların kişisel/mesleki gelişim için önemli bir öğrenme fırsatı olduğunu düşünüyorum.	93	3.710	1.4110
5. KAÇD'ların hayat boyu öğrenmeyi teşvik ettiğini düşünüyorum.	93	3.591	1.3692
6. KAÇD'lardaki tartışma forumlarına herkesin yazabilmesi/görebilmesi hoşuma gitti.	93	3.559	1.4330
7. KAÇD platformlarında daha fazla derse kaydolmayı düşünürüm.	93	3.411	1.3207
8. KAÇD'lar ile alınan sertifikaların geleneksel yöntemlerle alınan sertifikalar ile eşdeğer olduğunu düşünüyorum.	93	3.226	1.2435
9. KAÇD'larda başarıyla tamamladığım derslerin, okuduğum okulda da saydırılmasını isterdim.	93	3.441	1.4254
10. KAÇD dersi beklentilerimi karşıladı.	93	3.516	1.2477
11. KAÇD platformu ile ders almaktan memnunuz.	93	3.559	1.3060
12. Çevremdeki kişilere KAÇD ile bir ders almalarını öneririm.	93	3.602	1.5261

Maddelerin 1-5 arası değerlendirildiği bu ankette, en düşük ortalama değer 3.226, en yüksek ortalama değer ise 3.710 olduğu görülmüştür. Öğrenciler, sadece 8. madde olan "KAÇD'lar ile alınan sertifikaların geleneksel yöntemlerle alınan sertifikalar ile eşdeğer olduğunu düşünüyorum." ifadesinde kararsız oldukları, diğer tüm ifadelerde ise katıldıkları yönünde görüş bildirmişlerdir.

Öğrencilerden KAÇD platformu ile ilgili gördükleri eksiklikleri bir açık uçlu soru ile belirtmeleri istenmiştir. 93 öğrenciden 30'u herhangi bir eksiklik hissetmediğini, 19'u ise KAÇD platformunun faydalı, açık ve anlaşılır olduğunu belirtmiştir. KAÇD ile ilgili eksiklikleri belirten 44 öğrencinin verdiği yanıtlar temalandırılmış ve bu temalar Tablo 4'te özetlenmiştir.

Tablo 4: Öğrencilerin KAÇD ile İlgili Eksik Buldukları Durumlara Ait Temalar

Temalar	f	%
Ders İçeriği	14	31.82
Ders Sayısı veya Çeşitliliği	10	22.73
Platform Tasarımı	9	20.45
Etkileşim-İletişim	8	18.18
Belgelendirme	3	6.82
Toplam	44	100.00

Öğrenciler, çoğunlukla ders içeriği ile ilgili eksiklik olduğunu ifade etmişlerdir. Derslerde anlatılan konuların daha ayrıntılı anlatılmasını, video veya görsel unsurlara daha fazla yer verilmesi gerektiğini, soru-cevap etkinliklerinin ve örneklendirmelerin artırılabilmesini ifade etmişlerdir. Ders sayısı ve çeşitliliği konusunda görüş bildiren öğrenciler, daha fazla disiplini içeren KAÇD derslerinin eklenmesi gerektiğini vurgulamışlardır. Kullanılan KAÇD platformuna ait görüş bildiren öğrenciler ise platformdaki yönlendirmelerin geliştirilmesi gerektiğini ve kullanım kolaylığının artırılması gerektiğini belirtmişlerdir. Etkileşim-iletişim teması altında görüş bildiren öğrenciler, KAÇD dersinde öğretim elemanı ile anlık iletişim kurma, derse kayıtlı diğer öğrencilerle eşzamanlı iletişim kurma gibi eksikliklerin olduğunu söylemişlerdir. Diğer öğrenciler ise KAÇD ile aldıkları dersin belgelendirilme/sertifikalendirme seçeneğinin olmamasını eksiklik olarak görmüşlerdir.

Öğrencilerden herhangi bir KAÇD platformu aracılığı ile almak istedikleri dersler, açık uçlu bir soru ile istenmiştir. Bu soruya yanıt veren 74 öğrencinin yanıtları Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5: Öğrencilerin KAÇD Ders Tercihleri

Dersler	f	%
Sağlık	24	32.43
Fen ve Teknoloji	14	18.92
Güzel Sanatlar	7	9.46
Sosyal Bilimler	7	9.46
Kişisel Gelişim	6	8.11
Yönetim ve Ekonomi	5	6.76
Hukuk	4	5.41
Yabancı Dil	3	4.05
Spor	2	2.70
Eğitim	2	2.70
Toplam	74	100.00

Öğrencilerin %38.43'ü KAÇD platformunda, öğrenim gördükleri programla ilişkili dersleri, %18.92'si programlama, çeşitli bilgisayar yazılımlarının kullanımı başta olmak üzere Fen ve Teknoloji ile ilgili dersleri almak istediklerini ifade etmişlerdir. Diğer öğrencilerin almak istedikleri dersler ise güzel sanatlar, sosyal bilimler, kişisel gelişim, yönetim ve ekonomi, hukuk, yabancı dil, spor ve eğitim başlıkları altında gruplandırılmıştır.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışmada, uzaktan öğretim önlisans programına kayıtlı öğrencilerin KAÇD'ler hakkındaki görüşlerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Öğrenciler, AKADEMA platformunda kişisel tercihlerine göre hem bir derse kaydolarak dersi tamamlamış hem de KAÇD platformunu inceleme fırsatı yakalamışlardır. KAÇD'ler internet üzerinden açık erişimi destekleyen, önde gelen üniversitelerin derslerini çevrimiçi olarak yürüttüğü ve ücretsiz olarak geniş kitlelere ulaşmayı sağlayan derslerdir (Venkatesh, 2014). Öğrenciler, KAÇD'lerin kişisel/mesleki gelişim için önemli bir öğrenme fırsatı sunduğunu ifade etmişlerdir. Hayat boyu öğrenme konusunda önemi bilinen KAÇD'lerin öğrenmeye açık bireyler tarafından keşfinin yapılması kitlelerin eğitimi için önemli bir unsurdur. Bozkurt vd. (2021) uzun süreli geleneksel eğitimler yerine KAÇD'ler gibi hızlı ve anlık ihtiyaçlara cevap verebilecek eğitim modellerinin eğitimde fırsat eşitliği sağlayarak önemli bir açığı kapatacağını savunmuşlardır. Bu öğrenme ortamlarının bireylere tanıtılması ile çok sayıda öğrenen için sağlıktan sanata, sosyal bilimlerden spora kadar geniş bir yelpazede kişisel gelişim fırsatları sağlanmaktadır. Bu çalışmada öğrenciler en çok teknoloji ağırlıklı dersleri tercih etmişlerdir. Eşfer, Çelik ve Çağiltay (2017) yaptıkları çalışmada öğrencilerin daha çok kişisel gelişim derslerini tercih ettiklerini ifade etmişlerdir.

Öğrencilerin KAÇD'leri iyi bir bilgi kaynağı olarak görmesi, bu ortamların kullanıcı dostu olması, kendi hızlarında öğrenmeyi sağlaması, beklentilerini karşılaması, sistemden memnun kalmaları gibi faktörler ile öğrencilerin gelecekte de KAÇD ortamlarına tekrar katılım eğiliminde olacaklarını ve çevrelerindeki bireylere de KAÇD'leri önereceklerini söylemek mümkündür. Öğrenciler, aldıkları derslerde verilen sertifikaların geleneksel yöntemle aldıkları sertifikalar ile eşdeğer olması konusu üzerinde kararsızdılar. Venkatesh (2014) çalışmasında katılımcıların büyük çoğunluğunun alınan sertifikaların geçerliliği konusunda olumlu inancına sahip olduklarını ve KAÇD sağlayıcılarının çoğunun temelinde dünyanın önde gelen üniversiteleri olduğunu ve sertifika doğrulama mekanizmaları geliştirdiklerini ifade etmiştir. Öğrencilerin KAÇD ile aldıkları derslerin geleneksel eğitiminde saydırma konusunda ise olumlu fikre sahip oldukları görülmüştür. Belirli bir zaman ayırıp dersleri başarı ile tamamlayıp ilgili kurumdan alınan sertifika ile yetkinlik kazanan öğrencilerin bu konuda verdikleri emeğin karşılığını almak istemeleri beklenen bir durum olmuştur. Ayrıca öğrenciler, ders içeriklerinin biraz daha geliştirilmesi gerektiğine vurgu yapmışlardır. Öğrencilerin beklentilerini karşılayacak şekilde içeriklerin iyileştirmesinin, öğrenci memnuniyetini olumlu yönde arttıracığı söylenebilir. Majid (2019) de çalışmasında öğrencilerin KAÇD'lerde ders içeriklerinin geliştirilmesi gerektiğini ve aynı zamanda öğrencilerin KAÇD ortamındaki etkileşim ve iletişimlerin de yetişkin öğrenenlerin özellikleri düşünülerek iyileştirmesi gerektiğini savunmuştur. Erdem Aydın vd. (2021), KAÇD olarak geliştirilen içeriklerde hedef kitleye yönelik analizlerin yapılması, etkileşim çeşitliliğinin sunulması, bireysel dönütlerin verilmesi ve öğrenen farklılıklarının dikkate alınması gibi konular üzerinde durulması gerektiğini savunmuştur.

Öğrencilerin ve eğitimcilerin yanı sıra hayat boyu öğrenme çerçevesinde tüm bireylerin KAÇD'ler konusunda bireysel bilince sahip olmaları ve bu ortamları fırsat buldukça yaşamlarına entegre etmeleri, kişisel ve mesleki gelişim açısından büyük kazanımlar sağlayacaktır. Hem geleneksel yaştaki öğrenciler hem de yetişkin öğrenciler, KAÇD'leri hayatlarında en az bir kere tecrübe etmeleri ile ufukları gelişecek ve farklı dillerden farklı kurumlardan eğitim alma fırsatı yakalayacaklardır. Kitlelerin eğitime büyük katkılar sunan bu ortamlarda, ders sayısının nicelik ve ders içeriklerinin de nitelik olarak geliştirilmesi ve güncellenmesi çok sayıda öğrenenin bu ortamları

tercih etmesini sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Abeer, W., & Miri, B. (2014). Students' preferences and views about learning in a MOOC. *Procedia - Social and Behavioral Science*, 152, 318-323. doi: 10.1016/j.sbspro.2014.09.203
- Aharony, N., & Bar-Ilan, J. (2016). Students' perceptions on MOOCs: An exploratory study. *Interdisciplinary Journal of e-Skills and Life Long Learning*, 12, 145-162.
- Bozkurt, A., Koçdar, S., Çağiltay, K., Eşfer, S., Çelik, B., Karaman, S., & Kurşun, E. (2021). Türkiye'de kitlesel açık çevrimiçi dersler (KAÇD) ve Türk yükseköğretimi bağlamında bir değerlendirme. *Yükseköğretim Dergisi*, 11(2 Pt 2), 521-536. doi:10.2399/yod.20.702064
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2013). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Cole, A.W., & Timmerman, C. E. (2015). What do current college students think about MOOCs. *MERLOT Journal of Online Learning and Teaching*, 11(2), 188-201.
- Conole, G. (2015). Designing effective MOOCs. *Educational Media International*, 52(4), 239-252.
- Erdem Aydın, İ., Yıldırım, Y., Demirbağ, İ., & Işıkcı, C. (2021). Kitlesel açık çevrimiçi derslerde etkileşimi artırmaya yönelik uzman görüş ve önerilerinin incelenmesi. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi (AUAd)*, 7(2), 6-34. doi: 10.51948/auad.874156
- Eşfer, S., Çelik, B., & Çağiltay, K. (2017). Bilgeş - Türkiye'nin En Büyük Kitlesel, Açık, Çevrim içi Ders (KAÇD) Portalı: Kullanıcı Eğilimleri. *Kullanıcı Eğilimleri, TBD 2017 (20 - 21 Aralık 2017)*. http://www.bilisim.org.tr/bilisim2017/pdf/TBD_Bilisim_Kurultayi_2017_Bildiriler_Kitabi.pdf
- Hew K. F., Hu X., Qiao C., & Tang Y. (2020). What predicts student satisfaction with MOOCs: A gradient boosting trees supervised machine learning and sentiment analysis approach. *Computers & Education*, 145, 103724.
- Joo Y. J., So H., & Kim, N. H. (2018). Examination of relationships among students' self-determination, technology acceptance, satisfaction, and continuance intention to use K-MOOCs. *Computers & Education*, 122, 260-272.
- Karasar, N. (2013). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel yayıncılık.
- Kumar, J. A., & Al-Samarraie, H. (2019). An investigation of novice pre-university students' views towards MOOCs: the case of Malaysia. *The Reference Librarian*, 60(2), 134-147. doi: 10.1080/02763877.2019.1572572
- Lan, M., & Hew, K.F. (2020). Examining learning engagement in MOOCs: a self-determination theoretical perspective using mixed method. *Int J Educ Technol High Educ*, 17(7).
- Liu, C., Zou, D., Chen, X., Xie, H., & Chan, W. H. (2021). A bibliometric review on latent topics and trends of the empirical MOOC literature (2008-2019). *Asia Pacific Educ. Rev.* 22, 515-534.
- Lu, Y., Wang, B., & Lu, Y. (2019). Understanding key drivers of MOOC satisfaction and continuance intention to use. *Journal of Electronic Commerce Research*, 20(2), 105-117.
- Majid, F.A., Kamarudin, R., & Zamin, A.A.M. (2019). Postgraduate students' perception of massive open online courses (moocs) in enhancing their learning experience. *International Journal of Education and Literacy Studies*, 7(4), 101-105.
- Pozón-López, I., Higuera-Castillo, E., Muñoz-Leiva, F. & Liébana-Cabanillas F. J. (2021). Perceived user satisfaction and intention to use massive open online courses (MOOCs). *Journal of Computing in Higher Education*, 33, 85-120.
- Sukhbaatar, O., Choimaa, L., & Usagawa, T. (2018). Students' perception and experience of massive open online courses in Mongolia. *Creative Education*, 9(12), 1818-1828.
- Venkatesh, N. (2014). Analysis on massive open online courses (mooc): opportunities and challenges towards 21st century online education. *International Journal of Application or Innovation in Engineering & Management (IJAIEM)*, 3(7), 203-220.
- Yıldırım, B. (2020). MOOCs in stem education: teacher preparation and views. *Technology, Knowledge and Learning*. doi: 10.1007/s10758-020-09481-3

WHAT HE WOULD SAY IF ...

Silvio MORGANTI

UVI - “Unione Volontari per l’Infanzia e l’Adolescenza”, Milan, Italy

Verena ZUDINI

Department of Mathematics and Geosciences, University of Trieste, Italy

vzudini@units.it

ABSTRACT

What Vygotsky (also spelled Vygotskij) would say if he saw the world today ... Our paper was conceived as a possible/impossible interview with Lev S. Vygotsky (1896-1934), the founder and most significant representative of the cultural-historical school, an evergreen figure in the field of education for his studies on the dynamics involved in learning processes (collaboration and the sharing of knowledge between teacher and learner, the mediating role of the former for the latter’s successful task completion, the use of tools), as well as on human cognitive abilities (mental processes in their development and the dialectical relationship between normality and pathology). A 360-degree panorama of questions and answers, giving Vygotsky the floor on today’s world, from the topicality of the COVID-19 pandemic to the use of digital technologies, school, education and play, with forays into the psychology of art. The interview was carried out on the basis of knowledge drawn from primary and secondary sources, referring to Vygotsky’s biography and his writings, and partly by imagining the form and content of his hypothetical reflections concerning certain aspects of our time, so distant from the 1930s in which he lived.

KEYWORDS: Vygotsky/Vygotskij, education, mathematics education, digital technologies, distance/remote teaching and learning, COVID-19



Figure 1. L. S. Vygotskij

(Source: https://it.wikipedia.org/wiki/Lev_Seměnovič_Vygotskij)

Let us begin our chat with a question that is unavoidable given the current situation: as founder of the cultural-historical school, what is your opinion on the COVID-19 pandemic? We are probably not mistaken in considering historical materialism and dialectical materialism as theoretical pillars of your reasoning.

Indeed, I am well aware of Friedrich Engels’s argument that the human being also arises through differentiation. Not only individually, through differentiation from a single egg-cell to the most complicated organism that nature produces, but also historically. When, after thousands of years of effort, the differentiation of the hand from the foot and the upright position were finally acquired, then the human became distinctly different from the ape.

I could therefore hypothesise that COVID-19 also arose through differentiation and, with its numerous variants, again through differentiation, attempts to lay the foundations and premises for its survival, with all due respect for the vaccines invented by humans.

There is no doubt that viruses (including COVID-19) are also part of nature, but in nature, as Engels maintains, there is nothing that is eternal except matter, which is eternally in transformation, eternally in motion.

I think I can offer you some words of comfort: viruses, like human beings, are not eternal. So what? Let us differentiate our behaviour in such a way as to leave no room for the “differentiated” aggression of any kind of viral threat. Perhaps operational protocols grounded in a culture of respect could become behavioural and cultural-historical variables of a certain effectiveness in terms of an adequate quality of life, both for humans and for every other living being. Even viruses have the right to the freedom to be what they are, provided that this same freedom does not act against the freedom of other living beings, men and women in particular. An interactive game that should be played according to shared rules. But would COVID-19 respect them? And would we, more committed as we are than any other animal to harming nature and the environment in which we all live?

Thank you. In addition to this, we would be interested to know your opinion on digital technologies, what you think of computers, and everything that goes with them (software, programs and apps, platforms, social media, etc.), all of which have become irreplaceable in today's life, even more so as a result of the pandemic, also in terms of their use for teaching purposes, if we think of distance learning, which has become fundamental in these difficult times. In this respect, the concepts of "stimulus-means" and "zone of proximal development" seem to be of particular interest.

First of all, let us see what we mean by "stimulus-means". To illustrate the concept, I like to recall the case of Buridan's ass: the hungry animal is faced with two stacks of hay, one on the right and the other on the left, and, unable to choose which to go to, dies of starvation. The two equivalent stimuli (the two stacks) produce two equal but opposite reactions and the animal's behaviour is inhibited.

A human being, on the other hand, could toss a coin and choose between the two stimuli according to the result of the toss. A human thus creates, on his/her own initiative, a stimulus that he/she uses (so it is a means, a tool) to establish a new stimulus-response relationship and so allow his/her behaviour to unfold in a different direction. Hence, we see the dual function of stimuli-means/tools: on the one hand, externally oriented, they enable action and thus the solution of a practical problem; on the other hand, internally oriented, they control and direct this action.

In fact, the creation and use of tools is a peculiarity of the human species, and the presence of created stimuli alongside those given is the distinctive feature of human psychology, through which the dialectical (qualitative) leap is made, compared to animals, in the ways of interacting with the environment, in the relationship between stimulus and reaction, a leap which is represented at a neurophysiological level by a functional modification of the brain, specifically by the formation of new brain connections. An illustrative example in this sense is the knot on the handkerchief that serves to remind you that something must be done (a certain task, a certain action). When you see the knot in the handkerchief, it works as an external stimulus that acts on a trace deposited in the memory, in your brain, a trace connected to a trace relative to another stimulus (the delivery of the task to be performed).

Can you clarify the concept of "tool"?

Tools can be external (I am thinking of technical, i.e., material tools, used to solve practical problems, such as a shovel to cultivate a field or a branch to draw a sign in the sand to mark out a path) or internal, which may have been external previously, but have then been internalised (psychological, i.e., symbolic tools, that is, mental constructs, also called signs). Internalised tools are, in particular, those that are distinctive and characteristic of the human mind, products of human culture and an integral part of the social activity in which they operate. I am thinking of the "classic" example (valid in my time as well as in your current era) of the compass, a tool created at a certain moment in human history and used in geometry to draw circumferences. The operations of the compass can be carried out by holding it physically with one hand, but they can also be "visualised" internally.

Here then is the point: the human being possesses a specific and original potentiality that puts him/her in a position (only if he/she so wishes and desires) to modify reality to his/her own advantage when this same reality presents itself in such terms as to constitute an operational constraint. The computer, a "new" tool which characterises the daytime flow of your present life, can assume the characteristics of an effective stimulus-means on condition that its use is inserted in a strategic plan that has an applicative and existential sense whose ultimate aim is to improve the quality of life of its user. Incidentally, I have seen that you use the computer to do geometry, applying what is called "dynamic geometry software" (DGS) - also to draw circumferences, which we were talking about earlier.

Might there not be a risk that ancient and modern tools lead to a kind of personal "shirking of responsibility"?

Any tool (whether "ancient", such as the compass, or "modern", such as those offered by computer environments, like dynamic geometry software) can lead to the avoidance of responsibility, if it is used in an uncritical manner, thus inhibiting critical-constructive thinking and blocking any necessary creative pathway, which is normally indispensable for reaching a solution to the problem.

I am thinking of the school sector. It should be noted, in fact, that the presence of a tool does not in itself lead to an improvement in teaching performance. Changes in education are, in fact, the result of a more general change, so it is necessary to completely rethink teaching practice so as to integrate the tool effectively. I would like to emphasise, in this context, the importance of the process of "internalising" the tools (which become psychological tools or signs, such as language, calculation systems, mnemonic techniques, algebraic symbol systems, writing, charts, diagrams, etc.) and the role that the teacher plays in this process as a "cultural mediator", to the extent that the teacher not only demonstrates the concrete act of using a tool to carry out a task but, through his/her guidance, enables the generation (and evolution) of new meanings related to the actual use of the tool itself (a process that has been defined as "semiotic mediation").

The use of a given tool - in relation to the notion of which one can then think of the proposed distinction between, on the one hand, the object itself, called an "artifact" (in general, a material object such as a compass, but also a software program), and, on the other hand, the different modes of use that a user can (and must) put in place to obtain a given effect through the object itself, so that, from this point of view, "tool" indicates the projection of the subject onto the artifact, that is, the unity of the artifact and the patterns of use elaborated by a given subject in relation to the artifact itself and to situations - certainly makes it possible to construct meanings linked to it and to the signs deriving from it (for example, the names of the commands in the case of the "modern" computer tool). The transition to disciplinary

meanings (e.g., mathematical meanings - i.e., the educational objective) requires, however, a specific intervention on the part of the teacher, who uses the tool as a mediator of meanings according to his/her own educational aims.

Your reply came naturally to the world of schools and teaching.

I believe that the school performs a fundamental role in the psychic development of children (and adolescents) precisely because it represents the main place of cultural mediation in which the child (and adolescent) finds himself/herself in his/her own life, the main social context where, in general, the learner must be shown and taught the use of the tools necessary to make him/her autonomous in his/her own education (in my day, the book or the compass; in your current era, also the computer, the tablet, in general any digital technology, as a “new” tool that mediates thought and learning). After 1933, and especially in the context of the new collaborations begun at the Herzen Pedagogical Institute in Leningrad, I systematically addressed the problem of the relationship between education and psychic development. First of all, I do not see the relationship between teacher and learner as a mechanical process of unidirectional transmission of information from the former to the latter, but rather as a circular process of teaching by the teacher and learning by the learner. I think that education should not be understood as a unidirectional teacher-learner relationship, in which the latter merely learns passively what is transmitted to him/her, but as a dynamic and fluid process, neither rigid nor predetermined, in which teacher and learner actively interact in the construction of knowledge. It is a process in which the teacher is responsible for mediating and assisting the student’s learning, supporting him/her through social interaction at the moment of cooperative construction of awareness, knowledge and competence; the mediation activity implemented by the teacher must be flexible, in response to the feedback he/she receives from the student in the moment of learning, and the amount of support he/she provides must be modulated appropriately, and may, depending on the conditions, also vary significantly (from explicit instructions to vague hints).

If we understand you correctly, the notion of “proximal development” seems to be of particular relevance here ...

Certainly. I would like to emphasise once again the interpersonal and social character of education. In the framework of my conception, the notion of “zone of proximal development” is therefore particularly relevant, that is to say, that area of mental activity that the child (or adolescent) can produce with the help of adults (in this context, especially teachers) or more able companions and which is added to the mental activity that he/she could produce alone. Let me be more precise: in general, the zone of proximal development is the area between the child’s spontaneous performance and the performance enhanced by the introduction of stimuli-means. Hence my criticism of the use of cognitive development assessment tools, in particular intelligence tests (and the same assessment questionnaires that you use a lot at the present time in your schools) limited to spontaneous performance, without an analysis of the potential (proximal development) that could be expressed with the help of an adult figure or a more able companion.

Here one could, in fact, open up a whole discussion on the actual applicability of my principles to what have been defined as “classroom realities” (that is, authentic classroom contexts), on the illustration of operational models, on examples of lesson structuring and dynamic assessment procedures (which should take place while students are engaged in the learning activity), as well as on strategies aimed at the inclusion of students at risk or from different socio-cultural-economic backgrounds and on the use of technological tools to foster not only the cognitive but also the social processes involved. These are all points that you who have come after me have explored in depth, but on which, in the specific context of this interview, I would not like to comment.

And what is your opinion on distance learning, which we have already mentioned in passing?

I could put the question in these terms: does distance learning - a didactic-pedagogic procedure that has characterised the era of the COVID-19 pandemic - adequately respond to the needs of the school population (students and teachers)? What I would like to say, in the context of our chat, is that distance learning is perhaps a particular stimulus-means as well, and here too everything depends on the use made of it by teachers, parents and adult reference figures. As a new technology it can be regarded either as a positive and critical-constructive variable or, on the contrary, as a tool that interferes with the articulation of a correct two-way and multi-way communication process.

Considering that I am aware of the discussion you have had on the use of distance learning, on the criticalities it has shown in practice at a social and learning level, starting from the lack of physicality that distinguishes it, I would like to reiterate that it would be a good idea for the people involved (students, teachers, parents) to be fully conscious of the fact that they are the directors of the development of a (multi-way) relational process, the purpose of which can be summed up once again in the motto “let us act to improve the quality of life” of each actor who is called upon to play his/her role on the existential stage: student, teacher, parent.

Indeed, education can be conceived as an art form that uses specific and original tools. One of these tools (and perhaps the main one) is play, an activity that especially children are engaged in on a daily basis. What is your take on this?

The fact that a child plays should always be interpreted as the imaginative and illusory realisation of unrealisable desires. Imagination is a new phenomenon that is not present in the consciousness of very young children; it is completely absent in animals and is a form of specifically human conscious activity. Like every function of consciousness, it originates in action. The old saying that children’s play is imagination becoming action can be reversed: we can say that the imagination of children and adolescents who go to school is play without action.

Play without action, OK. But let us explore the concept of “play” as an educational tool available to parents and teachers. Education also means promoting respect for certain rules, which are essential for learning to become socially competent people. This respect is itself an element of active teaching, aimed at forming citizens who will be free and aware, even if they have learned to respect the basic rules of civil coexistence. But are there games without rules?

A game involving an imaginary situation is, in fact, based on rules. It seems to me that we could go further and posit the non-existence of a game without rules and without a particular attitude of the child towards these same rules. Let us explore this idea further. Take any form of game that involves an imaginary situation. The imaginary situation already entails rules of behaviour, even if we are not dealing with a game with rules which have already been formulated in advance. A girl imagines herself as a mother and the doll as her daughter. She must then follow the rules of maternal behaviour. In the game, then, the child is free. But it is an illusory freedom.

Earlier we were talking about education as a form of art. Given that you have dealt extensively with art, a question we would like to ask you in this connection concerns the reason why one work of art or another arouses our personal interest, our particular form of emotion. In a nutshell: either we like it or we don't. Why?

We will never be able to say exactly why we like this or that work of art; it is almost impossible, in a few words, to express, even in part, what the essential and most important aspects of this experience are: and, as Plato already noted in the dialogue *Ion*, it is precisely poets who know least of all how they manage to create.

It does not require particular psychological penetration to realise that the deepest causes of the artistic phenomenon are hidden in the unconscious.

In short, it is not what is beautiful that is beautiful, but what is liked is beautiful - we might say.

We would have had many more questions to ask our interlocutor, but ... *dum loquimur, fugerit invida aetas* ...

REFERENCES

- Angelini, A. (Ed.) (2002). *Pionieri dell'inconscio in Russia*. Napoli: Liguori.
- Bartolini Bussi, M. G., & Mariotti, M. A. (2008). Semiotic mediation in the mathematics classroom: Artifacts and signs after a Vygotskian perspective. In L. D. English (Ed.), *Handbook of international research in mathematics education* (II ed., pp. 746-783). New York: Routledge.
- Caprin, C., & Zudini, V. (2015). Lev Vygotskij, figura e opera da (ri)scoprire. Un contributo alle teorie dell'educazione. *QuaderniCIRD*, 11, 32-55.
- Dixon-Krauss, L. (Ed.) (1998). *Vygotskij nella classe. Potenziale di sviluppo e mediazione didattica*. Trento: Erickson.
- Engels, F. (1954). *Dialectics of nature*. Moscow: PROGRESS Publishers. <https://archive.org/details/dialecticsofnature/>.
- Keiler, P. (2015). *Lev Vygotskij - ein Leben für die Psychologie*. Überarbeitete, aktualisierte, neu formatierte und mit einem Vorwort versehene Version der Originalausgabe von 2002. Weinheim: Beltz.
- Kozulin, A., Gindis, B., Agueyev V. S., & Miller, S. M. (Eds.) (2003). *Vygotsky's educational theory in cultural context*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mariotti, M. A., & Maffia, A. (2018). From using artefacts to mathematical meanings: The teacher's role in the semiotic mediation process. *DdM*, 4, 50-64.
- Mecacci, L. (2017). *Lev Vygotskij. Sviluppo, educazione e patologia della mente*. Firenze: Giunti.
- Mecacci, L. (2019). *Storia della psicologia. Dal Novecento a oggi*. Roma-Bari: Laterza.
- Morganti, S., & Zudini, V. (2021). DAD: Some historical-epistemological considerations on its judicious use. *TOJET*, 21(3), 66-71.
- Platone (1966-1967). *Opere*. Bari: Laterza (Preface by G. Giannantoni; Translations by M. Valgimigli, L. Minio-Paluello, A. Zadro, P. Pucci, F. Adorno, F. Sartori, C. Giarratano, A. Maddalena, G. Sillitti).
- Vygotsky, L. S. (1971). *The psychology of art*. Cambridge, MA, and London: M.I.T. Press.
- Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in society*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Vygotsky, L. S. (1987-1999). *The collected works of L. S. Vygotsky*. New York: Kluwer and Plenum.

Y KUŞAĞININ SATIN ALMA DAVRANIŞLARININ İNCELENMESİNDE DİJİTAL REKLAMLAR: INSTAGRAM ÖRNEĞİ

Prof. Dr. Aytekin İŞMAN
Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi
isman@sakarya.edu.tr

Nida Özcan Buran
Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Öğrencisi
ndaoczn@gmail.com

ÖZET

Sosyal medyanın tüketim kültürünü tetiklemesi sonucunda birçok sosyal medya kullanıcısı, popüler olana ilgi duymakta ve tüketime çok daha meyilli hale gelmektedir. Markalarla iş birliği yapan ve sosyal medya ağlarında influencer kimliği ile markaların ürünleri pazarlayan marka temsilcileri, birçok sosyal medya kullanıcısının satın alma alışkanlıklarını değiştirmekte, yeni olana merak ettirmekte ve tüketime itmektedir.

Araştırmada sosyal medya ağları içerisinde en popüler ağ olan Instagram'ın, markalar nezdinde birer pazar haline gelmesi sonucunda; ürün alım konusunda bireyi ve toplumu yönlendirme gücü, sosyal medyanın tüketim kültürü ile olan ilişkisi, Y kuşağının satın alma eğilimi sergilediği ürünlerde tüketim değeri olarak ne gördüğü ve ürünlerin hangi yönü ile ilgilendiği ele alınacaktır.

Bu araştırmada, nitel araştırma tekniklerinden odak görüşmesi kullanılacaktır. Odak grup görüşmeleri, son zamanlarda eylem çalışmalarında sürekli kullanılan veri toplama teknikleri arasında yer almaktadır. Araştırmaya aynı demografik özellikleri taşıyan ve Y kuşağı içerisinde yer alan 4 kişi seçilecektir. Araştırma için seçilen 4 kişinin hem Instagram kullanıcısı hem de internet ortamından alışveriş yapan kişilerden oluşacaktır. Araştırma da 1 genel 3 inceleme sorusu sorulacaktır.

Araştırmanın sonucunda elde edilen bulgular incelenerek dijital pazarlama mecralarında Instagram'ın rolü araştırılacak, olumlu ve olumsuz yönleriyle tespit edilecektir. Yapılan bu araştırma ile sosyal medya kullanıcılarının gerek farkında gerek farkında olmadan her gün gördüğü reklam içeriklerine daha temkinli ve sorgular düzeyde yaklaşılması amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Pazarlama, Tüketim Kültürü, Sosyal Medya, Instagram Reklamları, Influencer Pazarlama

GİRİŞ

Web 1.0'den Web 2.0 teknolojisine geçiş yapılmasıyla birlikte iki yönlü iletişim olanağı veren, kullananların kolay bir biçimde data transferi gerçekleştirdikleri, kendilerini bağımsız ve kendilerince özgün bir ortamda hissetmeleri, tecrübelerini ve bilgi birikimlerini kolayca iletebilmeleri vb. artı özellikleriyle yaşamımızın olmazsa olmaz bir unsuru haline gelmiş olan sosyal medya kavramı çağımız da pek çok çalışmaya mercek tutmaktadır. Alışılmış medya için kullanıcılar yalnızca iletileri alıcı durumdayken, sosyal medya ile bireyler üretici ve tüketici durumunda aynı anda bulunmaktadırlar (Tezcan, 2017, s: 49).

Reklam

Birbirinden farklı yüzlerce sektör üzerinde, mal ve hizmet ortaya koyan markalar aracılığıyla, tüketim ürünleri veya hizmetler şeklinde yine birbiri ile benzeşen, birbirinin yerine kullanılabilecek birçok mal ve hizmet kullanıcılara takdim edilmektedir (Kocabaş & Elden, 2001)(Meydan, 2017).Sadece tüketiciyi amaçlayan bütün bu uygulamalar, satış ortamının bir rekabet arenasına dönüşmesini de beraberinde getirmiştir. Bu şekilde bir arenada üreticilerin, aracı firmaların kendilerini ve ürettikleri veya sattıkları ürün ya da hizmetleri müşteriye göstermek, onaylatmak ve rekabet ettiği firmalardan ayrılmak gibi hedeflerle kullanabilecekleri en önemli duyurum ve tanıtım aracı reklam olarak karşımıza çıkmaktadır(Kocabaş & Elden, 2001)

Sosyal Medya

Dijitalleşen dünyamızın satış bakış açısı ile bakıldığında sosyal medya, yalnızca tüketicilerle daha iyi ve etkili ilişki kurula bilmesine olanak sağlayan yeni teknolojiler ve yeni araçlar şeklinde düşünülebilir (Safko, 2010; akt., Özbey, Devcei, 2019). Ama sosyal medya, üreticiye müşteriyle daha etkili bir iletişim kurmanın yanı sıra yararlar sağlayabilecek kapasiteye sahip büyük bir yeniliktir. Tüketicilerin ürün konusunda düşündüklerinin yanında, ürünün ne şekilde bir toplumsal etkileşim oluşturduğunu anlamak da üreticilere ek yararlar kazandırabilmektedir (İşlek,2012).

Instagram

Sosyal medya ağı içerisinde markaların en çok kullandığı sosyal medya kanallarından biri olan Instagram, günümüzde en çok tercih edilen video içerikler için yeni güncellemeler ve alt yapılar hazırlayarak sosyal medya kullanıcılarının hizmetine sunmuştur (Akagün Yozkat, 2017).

IGTV, Reels videolar gibi yeni güncellemelerle desteklenen Instagram, markaların ürünlerini bir fotoğraf karesinden, bir içerik metninden çok daha fazlasını sunmak için video alt yapısı adına oldukça hummalı bir çalışma sergilemiştir.

Markadan gelenler, ayın favorileri, en çok tercih edilenler, bitince satın aldıklarım gibi birçok içerik başlığıyla marka temsilcileri tarafından sunulan içerikler, en çok izlenen ve tercih edilen konular olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bireylerin beğenilme bir gruba ait hissetme gibi birçok nedenle satın aldığı ürünlerin temelinde yatan, bir gruba ait olma ve bir grupla aynı düşünceleri ve duyguları paylaşma içgüdüleri olarak nitelendirmek bu noktada mümkündür (Başlar, 2013).

Bir gruba ait olma arzusu doğrultusunda, sosyal medya kanallarında kurulan, tüketici topluluklarını örnek vermek bir yaklaşım olacaktır.

Bir mal veya hizmetin satın alınmasının öncesinde sosyal medya kullanıcıları tarafından gerçekleştirilen araştırmaların, metin içeriklerden ziyade video içeriklere kaydığını göstermektedir. Bu noktayı fark eden ve bu noktadan ürün tanıtımına ağırlık veren markalar, ürünlerini alan müşterilerine memnuniyet videoları çektiler ve karşılığında vaatler sunmaktadır. (Teşvik edici hediye çeki vb.) Markalar için son derece ekonomik bir o kadarda etkili olan sosyal medya reklamcılığının bilgi transferi açısından çok geniş bir alana yayıldığını söylemek mümkündür. Çalışmanın ilk bölümünde sosyal medya pazarlaması hakkında genel bilgiler sunulduktan sonra tüketim kavramları üzerinde durulacaktır. Takip eden diğer bölümlerde satın alma davranışına Instagram'ın etkilerini saptayabilmek için Insatagram'ın kullanılma nedenleri, Instagram'ın satın alma sürecindeki etkisi, alışveriş isteklendirilmesi ve toplumsal reklamların ürün seçimi üzerindeki etkisini gözler önüne seren unsurların belirlenmesi adına araştırma sonucunda elde edilen bulgular yorumlanacaktır.

Dijital Reklamlar

Dijitalleşme ile birlikte sınırların gittikçe azaldığı, iletişim ve etkileşimin de bir o kadar arttığı günümüz teknolojisinde pazarlama faaliyetlerinin de dijitalleşmeye başlaması gerek dijital dünya gerekse markalar için kaçınılmaz bir yenileşme süreci olarak tanımlamak, yanlış olmayacaktır (Yengin,2012, s.123).

Sosyal medya kanallarında geçirilen süre ve bu süreye bağlı olarak üretilen içeriklerin markalarla ilişkilendirilmesi, markalar için hem ekonomik hem de oldukça etkili bir pazarlama kanalı oluşturmalarına zemin hazırlamıştır. Sosyal medyanın ekonomi ile ilişkilendirilmesi ve liberal kültürle özleşmesi sonucunda özgürlükçü hareketlerle beslenen milyarlarca içerik, çağa ayak uydurmak isteyen milyarlarca kişi için birer referans olarak görülmeye başlanmıştır.

Tüketicilerin dijital pazarlama kanallarına olan yoğun taleplerinin sosyal medyada üretilen içeriklerle bağlantılı olduğu gözlemlenmiştir. Tüketici davranışlarını etkileyen en ve satın alma davranışlarını şekillendirmede önemli faktörler arasında yer alan sosyo-kültürel, demografik ve psikolojik etkenler sosyal medya ortamında da geçerliliğini muhafaza etmekle birlikte, sosyal medyanın yaygınlaşması neticesinde tüketici davranışlarında önemli değişiklikler ortaya çıkmaya başlamıştır. Sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla güçlenen ve gelişen iletişim ve etkileşim olanakları neticesinde tüketiciler talep ettikleri ürün veya hizmetler hakkında sağlıklı geri dönütler verebilmekte, memnuniyetlerini veya memnuniyetsizliklerini dile getirebilme şansı elde edebilmektedir (Meydan ve Tunca:2018).

Dijitalleşme ile birlikte ilişkilerin kodlara, metinlere, emojiye evrildiği günümüz iletişim modellerinde markalar içinde inovatif atılımların olması kaçınılmaz bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Markalar, bireyler, kurumlar yani toplum olarak, gelişim sürecinin bir göstergesi olan teknolojinin hızlı gelişimi ve dijitalleşme ile beraber, birbirinden ayrı sahaların değişim halinde olmasını mecburi hale getirmiştir (Yengin, 2012, s.123). Satış bakış açısıyla sosyal medya kanalları incelendiğinde sosyal medya kanallarının, işletmeler nezdinde müşteriler ve müşteri olmaya aday kişilerle etkili ilişki ve bağlantılar yaratılmasına olanak sağlayan unsurları vardır (Safko, 2010; akt. Özbey, Devci, 2019). Bu nedenle işletmelerin sosyal medya kanalları üzerinden vermiş olduğu reklamlar, çift yönlü bir iletişim modelini benimsemekte ve kolaylıkla ölçümleme avantajı vermektedir. İncfluencerlar tarafından verilmiş olan reklam içerikleri e-ticaret platformlarında kullanılmak üzere kodlara bürünmekte ve markalar tarafından etkileri veri tabanı yardımıyla kolaylıkla anlamlı sonuçlara dönüşmektedir.

Sosyal medyada pazarlama faaliyetleri kapsamında reklam içerikleri mercek altına alacak olursak; mal ve hizmetleri takdim etmek için firma ya da çeşitli organizasyonlar internet aracılığıyla bilinirliklerini ve satış güçlerini yükseltmek için uğraşmaktadırlar (Akar ve Topçu, 2011: 41).

Tüm bu bilgiler ışığında görüyoruz ki, sosyal medyanın gücü onu kullananların sayısı ile ortaya konulmuş, sosyal medyayı kullananların çoğalması, tüketicinin davranışlarını yönlendirmede büyük önem kazanmıştır. Sosyal medya kullanıcıları, sosyal medyada var olan reklamlarından etkilenmekte ve markalar maliyet yönünden az olması sebebiyle sosyal medyanın ününü kullanmaktadır. Ayrıca tüketiciler mal veya hizmetlerle ilgili

memnuniyetsizlerini, hizmet aldıkları platformlara kolay iletilebilmesi, sosyal medya pazarlamasının çok daha tercih edilebilir bir mecra haline gelmesinde büyük bir rol aldığını bize göstermektedir. Tüketiciler nezdinde satın alma davranışlarını kategorize etmek adına kuşak kavramına değinmek bu noktada fayda sağlayacaktır.

Kuşak Kavramı

Kuşak; aşağı yukarı yakın senelerde hayata adım atmış, müşterek yazgıları olan, birbiriyle benzeşen problemlerle karşılaşan, aynı dönemin koşullarına sahip, yetiştiği zamanın kültürel durumlarını, iktisadi ve siyasi koşullarını benimseyen bireylerin toplamı şeklinde nitelendiren bir olgu olarak karşımıza çıkan terim kuşak şeklinde açıklanmaktadır (Çarıkcı ve Göktaş, 2016, 857).

Son dönemde kuşaklar için pek çok araştırmalar, analizler ve yorumlamalar gerçekleştirilmektedir. Kuşakları birbirinden farklılaştıran yalnızca döneme doğdukları yıl değildir. Başka senelerde hayata başlayan kişilerinin edindikleri tecrübeler, inandıkları konular, değerleri, hayatı sürdürme şekilleri ile ayrıştığı noktaların bulunduğu inandırıcıdır. Bu farklılıklarla dünyaya gelen kuşakların bölümlendirildiği ve bakıldığında Sessiz Kuşak (Gelenekselciler), Baby Boomers (Bebek Patlaması Kuşağı), X Kuşağı, Y Kuşağı, Z Kuşağı şeklinde isimlendirildiği anlaşılmaktadır (Gürbüz,2015)

Türkiye’ de ise; tüm nüfusun içinde en yüksek paya sahip olmasının yanı sıra sosyal medyanın hâkimi şeklinde ifade edilen Y kuşağının, bilinçli tüketimde bulunması ve teknolojiyi yaşamının her yerinde kullanması nedeniyle en önemli tüketici topluluğunu meydana getirmektedirler. Bunların yanı sıra Y kuşağı, en çok araştırılan ve merak edilen kuşak olarak da karşımıza çıkmaktadır (<https://www.marketingturkiye.com.tr>, E.T: 05.04.2019).

Sosyal medya ağları üzerinde markaların en çok tercih ettiği ağlar içerisinde yer alan Instagram, bireylerin hayranlık duydukları şahısların bütün hareketlerini taklit etme, aldıkları ürünleri alma, gittiği yerlere gitme arzularını kamçılaman bir mecra olarak karşımıza çıkartmakta ve bu dürtüyü besleyen bir ağ tabanı oluşturmaktadır. Bu davranışlarda en baskını ise tüketim davranışlarıdır.

Tüketim davranışlarını sosyal medya ağları sayesinde tetiklenen bireyler, genellikle takip ettikleri kişilerin kıyafetlerini giyerek, yedikleri yiyecekleri yiyerek onlar gibi olacaklarına inanmaktadırlar. Kişiler çoğunlukla ünlü insanları kendilerine rol model almakta ve onların hayat biçimlerini kendi yaşamlarına adapte etmek için uğraşmaktadırlar. Sosyal medya ağlarının bireyler üzerinde diğer etkisi ise, tekipleşme olduğunu söylemek yanlış bir yorum olmayacaktır. Kişiler fiziksel özelliklerini, (kilo, saç, makyaj hatta yüzlerini dahi) hayranlık duyduğu ünlüye benzetmeye çalışmaktadır. Bunu Bernard Shaw şöyle dile getirmektedir: “İlkel insan taştan tahtadan putlara tapar, modern insan etten kemikten putlara” (Kocabaş ve Elden, 1997).

P. Lazarsfeld ve E. Katz’ ın geliştirdiği İki Aşamalı Akış Modeline göre kişiler, ait oldukları toplumun kanaat önderlerinden daha çok etkilenmektedirler. (Erdoğan, 2017). Bu modele göre düşünüldüğü zaman, göz önünde olan ünlü bireylerin; kişilerin davranış ve düşüncelerini yönlendirme gücünü elinde bulundurduğu iddia edilebilir. Ünlü kişiler, genellikle bir firmanın yüzü olarak gerek geleneksel gerek sosyal medyada görülmektedirler. Marka ile ünlü bireyi özdeşiren kişiler, taklit yoluyla benzer bir hayatı aynı duyguları aynı görüntüyü yakalayabileceğini düşünülerek, bilinçsizce ve sorgulamadan tüketime yönelmektedir (Akyazı, 2015, s.321). Sosyal medya kanalları içerisinde en çok kullanılan ağ olan Instagram’ı tanımlamak bu noktada fayda sağlayacaktır.

AMAÇ

Bu araştırmada dijital pazarlama faaliyetlerinin, günümüzün en yaygın olarak kullanılan sosyal medya ağ platformu Instagram üzerinden incelenerek, Y kuşağının satın alma faaliyetlerini ne ölçüde etkilediğini, markaların yeni bir pazarlama trendi olan sosyal medya pazarlama iletişiminin etkin bir şekilde gerçekleştirilebilmesi adına; dijital reklamlara ne tür yatırımlar yaptığı ve satın alma faaliyetlerini hangi reklam türleri ile etkilemeye çalıştıklarının gözlemlenmesi amaçlanmıştır.

Sosyal medya ağları üzerinden karşımıza çıkan reklam içeriklerinin, kullanıcı nezdinde gerçekten bir ihtiyaç mı yoksa reklamların bir yönlendirmesi mi olduğu konusu son dönemin en çok tartışılan konuları arasında yer almaktadır (Meydan, 2017).

Tüketici davranışlarında satın almaya doğru bir motivasyon etkisi yaratan Instagram reklamları; markaların yeni pazarlama stratejileri içerisinde etkili bir silah haline gelmiştir (Arklan ve Tuzcu, 2019).

Bu araştırmada dijital pazarlama faaliyetleri içerisinde yer alan sosyal medya ağ reklamları, içerisinde en çok kullanılan Instagram’ın durumsal faktörler bağlamında incelenmesi amaçlanmıştır.

Durumsal unsurlar; tüketicilerin bazı iletilerle karşı karşıya bırakıldığı ve bunun yanı sıra satın alma davranışlarını tetikleyen faktörlerdir (Başlar, 2013). Bu tanımdan hareketle, tüketicilerin dijital kanallar üzerinden maruz bırakılacakları reklamlar, uygulamalar, videolar, oyunlar ve markalar nezdinde hedef kitle olma özelliklerinden dolayı veri tabanı aracılığıyla elde edilen veriler bu noktada oldukça önem taşımaktadır.

Tüm başlıklar ışığında hedef kitlenin ilgi alanlarına yönelik yapılan programlar ve yayınların durumsal faktör kaynağını meydana getirdiği ifade edilebilir (Bilgen, 2011, s:41-43). Durumsal faktörler temelde üç boyutta mercek altına alınmaktadır.

Bu boyutlar; İnsan Boyutu, Referans Grupları ve Zaman Boyutu şeklinde ifade edilebilir. İnsan boyutunun oldukça önem taşıdığı durumsal faktör bağlamında insan; gerek marka gerek tüketici açısından ürün veya hizmeti temsil eden bir ögedir.

Sosyal medya reklam faaliyetlerinde markaların belirleyeceği bu öge hedef kitleye en uygun ve en etkileyici profili yansıtmak durumundadır.

Çünkü insan ögesi, markalarla direk iletişimde olan ve markayı temsil eden bir unsurdur (Şengüler,2019).

Tüketiciler nezdinde markaların belirlediği, ünlü bir insan; markanın kişiliğini yani yüzünü temsil ederken, markalar içinde hedef kitleyi ifade eden insan unsuru bir veriyi temsil etmektedir. Bu yüzden insan unsuru, sosyal medya pazarlama faaliyetlerinde oldukça önem arz etmektedir. Y kuşağının oldukça kullandığı Instagram kanalları üzerinde satın alma faaliyetlerini etkilemeye yönelik yürütülen faaliyetler gerek küçük gerek büyük ölçekli işletmeler tarafından kullanılmaktadır (Köse &Yeygel Çakır, 2019). Instagram reklam içeriklerinde, ürün veya hizmetin pazarlanmasında kullanılan mekanların içindeki insanlar, kıyafetlerin içinde yer alan mankenler bu insan figürüne bir örnek teşkil etmektedir. Bu araştırmada, insan figürünün sosyal medya reklamlarında ne denli etkili olduğu ve bu figürün kullanması esnasında markaların ne gibi kıstaslara önem verdiğinin gözlemlenmesi amaçlanmıştır.

Referans grubu olarak nitelendiren diğer bir etken ise, bireylerin duygu ve düşüncelerini, tepkileri gerek doğrudan gerek dolaylı yoldan etkileyen bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır (Şengüler,2019).

Günümüz sosyal medya kullanıcılarının sıklıkla maruz kaldığı referans grupları, markaların iş birliği yaptığı yeni medya reklamcılığında influencerları ile lanse edilen kesimden oluşmaktadır (Başlar, 2013).

Bu araştırmada referans gruplarının etkileri ve satın alma tutumlarını ne denli şekilde etkilediğinin gözlemlenmesi amaçlanmıştır. Sosyal medya reklamcılığında oldukça öneme sahip olan Instagram'ın IGTV, Reels video bölümlerinde referans gruplarının ürün veya hizmet tanıtım içeriklerine sıklıkla rastlanmaktadır.

Bu araştırmada mercek altına alınan diğer bir başlık ise, referans grubu olarak lanse edilen kişilerin; Instagram kanalları üzerinden paylaşmış olduğu içerikler sonrasında, takipçileri veya içeriklerinde yer alan hashtagleri sayesinde içeriklerine rastlayan kişilerin tutumlarının gözlemlenmesi amaçlanmıştır.

Referans grupları olarak sosyal medya kanallarında ürün veya hizmet tanıtımı yapan kişiler rehberliğinde bir ürün veya hizmeti satın alan kişilerin, satın aldığı ürün veya hizmetin referans grubu olarak gösterilen kişinin paylaşımı sonrasında ihtiyacına karşılık geldiğini düşünerek mi aldığı yoksa dönemin popüler bir ürün veya hizmeti olduğunu düşünerek mi tercih ettiğinin gözlemlenmesi amaçlanmıştır.

Bireylerin kendilerini ait hissettiği ve etkileşim içerisinde bulunduğu sosyal ağlar, kullanıcılarının beğendiği ve ait olduğu gruplara göre hedef kitle listeleri oluşturmakta ve bu oluşturulan listelere göre kişilere, kişiselleştirilmiş reklam içerikleri sunmaktadırlar.

Bu araştırmada, kişiselleştirilmiş verilerin Y kuşağı üzerinde ne denli etkili olduğunu ve satın alma faaliyetini ne denli etkilediğinin araştırılması amaçlanmıştır.

Yeni medya ile birlikte kapitalizm kavramlarının aynı çember içine alınmasıyla birlikte, tüketim kültüründe de aynı ölçüde bir artış gözlemlenmiştir (Başlar, 2013)

Instagram platformu üzerinde yapılan reklam çalışmalarıyla beraber, mevcut indirimlerden anında haberdar olmak isteyen kullanıcılar, indirim grupları oluşturmakta ve e-ticaret platformları üzerinde yapılan reklamlardan anında haberdar olabilmektedirler. Bu indirim grupları üzerinden verilen reklam içeriklerinin satın alma davranışları üzerindeki etkisi bu araştırmanın amaçları arasında yer almaktadır.

ÖNEM

Tüketici davranışlarında satın almaya doğru bir motivasyon etkisi yaratan Instagram reklamları; markaların yeni pazarlama stratejileri içerisinde önemli bir yer almış ve etkili bir silah haline gelmiştir (Şengüler, 2019). Referans grubu olarak nitelendiren diğer bir etken ise, bireylerin duygu ve düşüncelerini, tepkileri gerek doğrudan gerek dolaylı yoldan etkileyen bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır (Şengüler, 2019).

Bu araştırmada dijital platformlar üzerinde yer alan reklamların, Y kuşağının satın alma davranışlarını ne denli tetiklediği Instagram reklamları örneği ele alınarak incelenmesi amaçlanmamıştır. Sosyal medya reklamcılığı üzerinde satın alma davranışlarının ele alındığı çalışmalar; (Şengüler, 2019) ve (Hatıpler, 2017), tarafından yapılmıştır. Fakat yapılan bu araştırmalarda sosyal medya ve dijitalleşme ile ilgili konular merkeze alınmış, reklamların yeni medyanın can damarı olan Big Data kavramıyla tam olarak ilişkilendirilmemiş, reklam verilerin nasıl işlendiği ve bu işlenen verilerden elde edilen sonuçların tüketim kültürüne nasıl hizmet ettiğine değinilmemiştir. Sosyal medya platformlarının dijitalleşen dünyamızın birer parçası haline gelmesiyle beraber, tüketim kültüründe meydana gelen değişimler kapitalist düzende yeni zincirlerin eklenmesini de beraberinde getirmiştir. Dijital pazarlama iletişimin oldukça önem kazandığını ve markaların odak merkezi haline geldiği günümüz yeni medyasında, veriler oldukça önemli hale gelmiştir (Şengüler, 2019).

Markalar tarafından verilen reklamların ölçülmesi ve ölçülen bu verilerin de anlamlı hale gelmesi için çok sayıda ölçümleme ve analiz araçları dijital pazarlama kavramının içerisinde yer almaya başlamıştır (Şengüler, 2019). Bu araştırma, Y kuşağının maruz kaldığı dijital reklamlar sonucunda karşılaştığı reklamların neden satın

alma faaliyetlerinde değişiklik yarattığını ve reklamların kişiselleştirilmiş reklamlara nasıl dönüştüğünün saptanması açısından katkı sağlayacaktır.

Binlerce sektörün içinde yer alan yüzlerce işletme için ürünlerini pazarlamak ve bu pazarlama faaliyetini cüzi bir tutarda gerçekleştirmek pazarlama faaliyetleri içinde dijital pazarlamayı parlatan bir noktaya taşımıştır. Bu araştırmada, işletmelerin sosyal medya reklamlarına sıklıkla tercih ettiği Instagram'ın hangi özelliği sebebiyle daha çok tercih edildiği saptanarak araştırmaya katkı sağlayacaktır.

Gerek küçük ve orta gerekse büyük çaplı olarak ticari faaliyetlerine yön veren işletmeler, sosyal medya platformlarını pazarlama, halkla ilişkiler, iletişim ve müşteri hizmetleriyle birlikte birleştirerek daha kolay ve sistemli bir şekilde yönetmeye başlamışlardır. Tüm bu süreçleri kendi sistemlerine önceden entegre eden öngörü sahibi işletmeler, diğer işletmelerin daha sosyal medyanın ana akım seviyesine yaklaşmayacağı düşüncesindeyken çoktan harekete geçmiş ve markaları için katma bir değer yaratmaya başlayan işletmeler haline gelmişlerdir. Bu öngörülü dijital yatırım, ciddi bir avantaj sağlamış ve pazarlama faaliyetlerinde markaya oldukça değer katan bir etken olmuştur (Safko, 2010; akt. Özbey, Deveci, 2019). Satın almaya doğru bir motivasyon etkisi yaratan Instagram reklamları; markaların yeni pazarlama stratejileri içerisinde etkili bir silah haline gelmiştir (Şengüler, 2019).

Video içeriklerin ürün veya hizmeti çok daha iyi tanıtması ve tüketiciler nezdinde çok daha etkili olmasından ötürü, sosyal medya uygulamalarında çok daha fazla video içerikli alt uygulamalar günümüzün en trendleri arasına girmeyi başarmıştır. Bu araştırmada, sosyal medya platformları arasından Instagram'ın bir araya fikir alışverişi yapmak sebebiyle bir araya gelen ve hatta mevcut indirimlerin paylaşıldığı sayfaların ne denli etkili olduğu ve bu etkilerin hangi yöntemlerle ölçümlendiği saptanarak araştırmaya katkı sağlayacaktır.

Y kuşağının satın alma faaliyetlerini tetikleyen unsurlarının araştırıldığı bu araştırmada, iletişim modelinde metinsel, işitsel ve görsel kombinasyon etkilileri ayı ayrı örneklerle incelenerek etkileri karşılaştırılacaktır (Ryan, 2016).

Sosyal medyanın yaygınlaşması ile beraber, insanların hayatlarına ve yaşam tarzlarına sürekli bir erişim imkânının olması sosyal medya platformlarını çok daha çekici hale getirmiştir (Şengüler, 2019). Bireylerin, sosyal ağ platformlarını hayatlarının birer parçası olarak görmeye başlamaları sonucunda, sosyal medya ağlarında kendi gibi düşünen kişileri bulan ve bu kişilerle fikir alışverişi içerisinde giren kişiler, sosyal ağları birer referans alanı olarak da görmeye başlamışlardır.

Bu araştırmada Y kuşağının satın alma faaliyetlerinde Instagram reklamlarının, hedef kitlenin düşünce ve değerlerine ne denli dokunduğunu ölçümlemek, bireyin referans aldığı kişi veya gruplara göre oluşturulan kişiselleştirilmiş reklamlarla karşılaşan bireylerin, reklamlarını gördüğü ürün veya hizmetlere karşı satın alma konusunda bir istek duyup duymadığını saptamak araştırmanın diğer bir önemini oluşturmaktadır. Sosyal medya üzerinde yer alan arz siteleri, kullanıcıların beğendikleri içerikleri paylaşma ve yorumlama imkânı verirken bu esnada içine yerleştirilen imlerle (kaydet, etiketle vb.) kategorize etmelerini sağlamaktadır (Şengüler, 2019).

Beğenilen, favorilere eklen ve kaydedilen bu içeriklerin sosyal medya kullanıcılarının satın alma faaliyetleri üzerinde bir etkisi olup olmadığı, ürün veya hizmete ihtiyaç duyulması anında referans niteliği üstlenip üstlenmediği saptanarak, sosyal medyanın tüketim ve satın alma alanında ki rolünü anlama konusunda araştırmaya katkı sağlayacaktır.

Bu araştırmada, yeni medyanın gelişim süreci ve dijitalleşen kapitalizm kavramlarının irdelendiği günümüz şartlarında, sosyal medyanın bir iletişim ve eğlence endüstrisi olmaktan çok tüketim kültürüne kişisel verilerimiz ışığında hizmet ettiğini araştırmadan elde edilen bulgularla saptanarak araştırmaya katkı sağlayacaktır.

KURSAMSAL ÇERÇEVE

Bu araştırmanın konusu iki aşamalı akış kuramı ile ilişkilidir. İki aşamalı akış kuramı; Günümüz sosyal medya kanalları içerisinde yer alan kanaat önderleri yeni lanse edilen isimleri ile influencerlar, yeni medyaya içerisinde en çok ses getiren platformlar içerisinde yer alan sosyal medyayı, dijital pazarlama aracı olarak kullanmaktadırlar. Lazarsfeld ve arkadaşları bu teoriyi, 1940 yılında gerçekleştirilen ABD Başkanlık seçimi propagandalarının toplumdaki etkisiyle ilgili yaptıkları deneysel bir çalışma neticesinde meydana getirmişlerdir (Aytekin,2020).

Çalışma öncesindeki hipotez güçlü etki şeklindedir. Fakat çalışma sonrasında anlaşılmıştır ki, varsayımın tersine, medyanın seçim propagandası üzerindeki etkisi, bireylerin kendi arasındaki iletişimde olduğundan daha küçüktür. Bu şekilde bir paradigma kırılması meydana gelmiş ve 1940 sonrasında (1960 yılına kadar) "sınırlı etki" ismini almıştır (Aytekin,2020).

İki aşamalı akış kuramına göre kamuoyuna aktarılmak istenilen belli görüş ve düşünceler, kamuoyu önderleri yani yeni medya sektöründe fenomen olarak lanse edilen kişiler tarafından, medyadan edindikleri enformasyonları çözümleyerek ve harmanlayarak ulaştıkları neticeleri etrafındaki bireylerle paylaşmaları neticesinde özümsemekte ve yayılım sağlanmaktadır (Balta Peltekoğlu, 2016, 223).

Günümüzde video içerik pazarlamasının oldukça önem kazandığı dönemlerde bu imkân markalara geleneksel pazarlamadan çok daha ekonomik gelmekte ve marka bilinirliklerini artırma yönünde oldukça katkı sağlamaktadır. İki aşamalı akış kuramında yer alan kanaat önderleri tam bu noktada markalara hizmet etmekte,

markalar tarafından fenomenlere verilen kodlarla sosyal medya ağları üzerinde ürünlerin linklendirilmesi yapılmaktadır.

Kampanya sürecinde bu kodlarla yapılan alışveriş oranları markalar tarafından istatistiklere dökülerek, marka için en uygun olan kanaat önderi ile çalışma kararı verilmektedir.

Öte yandan pazarlama içerikli enformasyonlara maruz kalan kullanıcıların karar alma sürecinde güçlü etkisinin bulunduğu bilinmekte olan kamuoyu önderlerinin diğer bir ifade ile fenomenlerin, doğrudan pazarlama iletişimin temsilcileri şeklinde, kullanıcıların satın alma tutumlarında güçlü etkisinin olduğu düşünülmektedir.

Güvenirlilik ve tutum değişikliği arasındaki bağlam ilişkisi mercek altına aldığı çalışmada, iletişim süreçlerinde iletilen mesajların etkililiği ile ileten kaynağın güven unsuru olarak nasıl bir bağlamda incelendiği ve arasındaki diyalektiği ortaya koymuşlardır (Kağıtçıbaşı, 1979, 170 aktaran Balta Peltekoğlu 2010 29).

Buradan çıkarılan çıkarım, kaynağın kamuoyu önünde sergilemiş olduğu güven unsuru tutum değişikliği yaratmakta oldukça önem taşımaktadır (Kağıtçıbaşı, 1979, 170 aktaran Balta Peltekoğlu 2010 29).

Kanaat önderinin yeni bir ifade ile fenomenlerin yani bilgi aktarıcısının kamuoyu nezdinde benimsenen kabul görmüş bir kişilik olmasıyla iletişimin etkisi arasındaki ilişki ifade edilmiştir (Kağıtçıbaşı, 1979, 172 aktaran Balta Peltekoğlu 2010, 29).

Kamuoyu tarafından dinlenen bir kaynaktan gelen enformasyonların, tüketicilerin tutum ve davranışları açısından tetikleyici bir rol üstlendiğini mercek altına saha çalışmaları, sosyal medya fenomenleri yönüyle incelenebilir .Bu noktadan hareketle kanaat önderlerinin takipçileri, kanaat önderlerinden gelen enformasyon niteliğindeki içerikleri kendi rızalarıyla izledikleri ve izlenme sonucunda da tutum ve davranışların da değişikliklerin meydana geldiği öngörüsünde bulunulabilir (Erdoğan & Korkmaz, 2005:75).

Erdoğan ve Korkmaz'a göre, İki Aşamalı Akış Model'inde kamuoyuna iletilen enformasyon ve enformasyon sonucunda oluşan etki iki basamaklı bir süzgeçten geçerek oluşur, başka bir deyişle kanaat önderinden gelen enformasyon ve etki gücü grubun üyelerine nakledilir (Erdoğan & Korkmaz, 2005:75).

Kanaat önderi yani yeni medya da fenomenler, grubun düşünce sistemine göre iletişimi yeniden formüle ederler. Kanaat önderlerinin hitap ettiği kamuoyu nezdinde saygı duyulan, fikri önemsenen ve dinlenen bir önder, kamuoyu tarafından güvenilir bir kaynak olarak etkide bulunur (Erdoğan & Korkmaz, 2005:75).

Bu çerçeve doğrultusunda, kanaat önderi kamuoyu tarafından benimsenen ve güvenilir kaynak olarak gösterilen kişiler, iletişim örüntüsünde oldukça önemli bir rolü üstlenen bir grup üyesi olarak düşünülebilir (Erdoğan & Korkmaz, 2005:75).

Dijital iletişimin modelinin her geçen gün hız kazandığı ve markaların bu alana çok daha fazla yatırım yaptığı günümüz koşulları düşünüldüğünde, dünya üzerinde yer alan ve dijital araçları kullanan milyonlarca insan, herhangi bir konu, ürün veya hizmet hakkında kolaylıkla öneri ve düşüncelerini paylaşıp enformasyon niteliğinde ki içeriklere dönüşür hale gelmiştir (Ryan, 2016).

Milyarlarca insan hemen hemen her gün, günlük ilişkilerini, izlediği filmleri, yaptıkları yiyecekleri, günlük olayları vb. hakkında düşünce, eleştiri ve yorumlarını birer içerik unsuru olarak görmekte ve bu içerikleri dijital platformda kamuoyuna paylaşmaktadır.

Influencerlar ile ağ ortamları arasında gerçekleşen bu iletişim modelinde, fenomenlerin konumu kamuoyu önderliği, enformasyon kaynağı olarak açıklanabilirken, bilgi akışının işleyiş ve yayılma süreci ise gerek kulaktan kulağa yani doğrudan gerekse etkileşim unsurları ile yayılarak açıklanmaktadır (Balta Peltekoğlu, 2016, 223).

Alışveriş platformları tarafından oldukça desteklenen influencerlar, bilgi akışını desteklemek ve ürünlerin daha çok kişi tarafından görülmesi için dijital reklamlara ağırlık vermekte ve bu bilgi akışını bir gelir unsuruna dönüştürmektedirler. İki aşamalı akış modelinin günümüz dijital pazarlama süreçlerinde oldukça yaygın olarak görüldüğü dijital pazarlama süreçleri dijital alanda yeni ekonomik modellerinin geliştiğinin ve kanaat önderleri için yeni bir gelir kapısı olarak nitelendirildiğinin bir örneğidir (Ryan, 2016).

Genç kuşak arasında, daha çok kullanılan ve etkileşim alan bir mecra olarak karşımıza çıkan sosyal medya ağları, direkt hedef kitle oluşturulması açısından markalara kolaylık sağlamaktadır. Kanaat önderlerinin gençlerin satın alma faaliyetlerine göre yaptığı ürün içerik tanıtımlarına sosyal medya kanallarında rastlamak bu noktada çok daha mümkündür (Ryan, 2016).

Kanaat önderlerinin e-ticaret platformları iş birlikleriyle paylaşmış oldukları ürün ve hizmet içerikleri, takipçiler arasında etkileşime açılmakta ve yorumlara dönüşmektedir. En çok yorum alan ürünlerin kullanıcılar tarafından tercih edilmesi, ürün seçiminde enformasyon akışının ne kadar önemli olduğunu açıklayan ve iki aşamalı akış modelini de bu bağlamda destekleyen başlıklar arasında yer almaktadır.

Bu yaklaşımdan hareketle, "güvenilen, takip edilen, kamuoyu tarafından kabul görmüş" dijital kamuoyu önderinin yani influencerların ifadelerinin, takipçi kitlenin tercihlerini yönlendireceği düşünülebilir.

İletişimde süreçlerinde enformasyon kaynağın önceden belirlenmiş herhangi bir beklentisinin yer almadığı durumlarda, iletilen enformasyonun etkisinin çok daha yüksek sonucuna varılmıştır (Kağıtçıbaşı, 1979, 171 aktaran Balta Peltekoğlu 2010, 29).

LİTERATÜR TARAMASI

Literatürde araştırmayla ilgili birçok makale bulunmaktadır. Dijital pazarlama iletişiminde sosyal medyanın etkisinin araştırıldığı çalışmada Şengüler (2019), Türkiye'nin en çok tercih edilen pazaryerlerinden olan, Hepsiburada.com ve N11.com'un sosyal medya platformları içerisinde yer alan; Facebook, Twitter, Instagram Youtube ve LinkedIn sosyal medya ağlarındaki dijital satış uygulamaları bağlamında yapılan paylaşımın niteliklerinin tespit edilmesi, içeriklerin tercih edilme sebeplerinin belirlenmesi, ve satış iletişiminin etkili bir biçimde yapılabilmesi amacıyla markaların sosyal medya platformlarında gereken uygulamaları gerçekleştirip gerçekleştirmediğinin incelenmesi hedeflenmiştir.

Yapılan çalışmanın bulgularında; markaların, sosyal medya paylaşmış oldukları içerikler incelendiğinde Hepsiburada'nın sosyal medya ağlarında paylaşmış olduğu içeriklerin N11'e çok daha etkin ve yoğun bir biçimde paylaşıldığı anlaşılmıştır.

Sosyal medya ağlarında, markaların daha geniş topluluklara ulaşabilme alternatifi yakaladığından ötürü, kullandığı hashtagler incelendiğinde, Hepsiburada'nın özellikle Efsane Cuma günlerinde kullandığı #efsane Cuma ve #efsaneolsun etiketleriyle sosyal medya ağlarında çok daha etkin yer aldığı gözlenmiştir. N11'in ise sosyal medya platformlarında hashtag kullanımını çoğunlukla sınırlı tutması sebebiyle, özellikle paylaşımlarında sıklıkla kullandığı bir etiket ile karşılaşılmaştır.

Bu araştırmanın konusu, Y kuşağının satın alma davranışlarını sosyal medya mecralarından biri olan instagram bağlamının da incelenmesinde, hashtaglerin satın alma ve markaların paylaşımlarını görme konusunda etkinin açıklanması ve araştırma sonucunda elde edilen bulguların bu araştırmaya ışık tutması açısından önem taşımaktadır.

Diğer bir çalışma ise Hatipler (2017), medyanın tüketim merkezli içerikleri öne çıkartması ve bu içerikler ışığında medya ağı aracılığı ile bireyleri bir ürüne bir hizmete veya bir hayata özendirme çalışmalarına yer vermesiyle, kişilerin günlük yaşam ritüellerini bırakarak medyanın sunduğu popüler kültüre göre hayatını şekillendirmesi sorunsalı merkeze alınarak nedenlerinin açıklandığı çalışmada, tüketim kültürünün algı yönetimindeki etkisi ortaya konmaya çalışılmıştır. Bu araştırmanın bulguları içerisinde; Tüketim ve tüketim ekonomisi mevcut durumunu, tüketimin; pazar şartlarında, fiyat-değişim ilişkilerinde, uzman idareciler aracılığıyla sergilenmesi ve tüketiciler aracılığıyla tüketilen bir sürecin var olmasıyla sürdürüldüğü sonucuna varılmıştır. Tüketim dünyasında kişi, gereksinimlerinin ihtiyacı olan bir tüketim gerçekleştirilmediği, bunun yerine, tüketim yapmış olmak için tüketmenin medya araçlarıyla insanlara empoze edildiği ve popüler olmanın tüketilmesiyle bireylerdeki prestij olgusu arasında pozitif bir korelasyon sergilendiği gözlemlenmektedir.

Bir anlamda, tüketim ekonomisinde nihai hedef gereksinimlerin giderilmesi değil, tüketimin gerçekleştirilmesidir. Tüketimin temeli, alışveriş merkezleri, online marketler, medya, hipermarketler ve alışveriş sepetlerinden meydana gelmektedir (Hatipler, 2017). Bu araştırmanın konusu, Y kuşağının satın alma davranışlarının tetikleyicilerinden olan tüketim ve tüketim kültürünün mesajlarının, kanaat önderleri tarafından en çok sergilendiği yeni medya platformu Instagram bağlamının da incelenmesinde, popüler kültürün satın alma süreçlerini nasıl etkilediğini açıklanması ve araştırma sonucunda elde edilen bulguların bu araştırmaya ışık tutması açısından önem taşımaktadır. Sosyal medyanın her geçen gün öneminin artmasıyla birlikte, hedonik satın alma davranışları üzerine etkileri üzerine yapılan diğer bir çalışmada da yeni medya pazarlamasının önemli konuları arasında yer almaktadır Şengüler(2019). Sosyal medyanın hızla yaygınlaşması neticesinde tüketici ve tüketim davranışlarında önemli değişiklikler ortaya çıkmaya başlamıştır. Tüketici davranışlarını satın alma eylemine doğru tetikleyen unsurların araştırıldığı çalışmada; Sosyo-kültürel, demografik ve psikolojik etkenler olarak sınıflandırılmıştır ve araştırma bu etkenler üzerine gerçekleştirilmiştir. Sosyal medyanın hedonik satın alma davranışlarının araştırıldığı ve değişkenlerin tespit edilmesi için sürdürülen çalışma sonucunda ortaya çıkan bulguda; sosyal medya kullanıcılarının karşılaşmış olduğu reklam içerikleri ve ürün tanıtımları sonrasında alışveriş tutumunun bir tetikleyicisi olduğu gözlemlenirken, hedonik alanda da bireylerin alışveriş tutumunu hedonik faktörlerin etkilediği gözlemlenmiştir.

Sosyal medyanın hedonik satın alma davranışları karşısındaki etkisinin araştırıldığı çalışma, bu araştırmanın konusu olan sosyal medyanın duygusal zekâ bağlamında incelenmesi açısından pozitif bir korelasyon sağladığı düşünülmektedir. Hedonik satın alma tetikleyicilerinin, duygusal zekâ süreçleriyle bağlantılı olması ve satın alma deneyiminin gerçekleştirilmesinde bireyi harekete geçirici bir unsur olarak görülmesi, sosyal medya reklamcılığının bu kadar popüler hale gelmesinde etkili bir unsur olarak yer aldığı düşünülmektedir. Bireyin satın alma süreçlerini gerek hedonik gerek duygusal zekâ bağlamında incelemek, sosyal medya reklamcılığının gelecek dönemde de ne gibi atılımlar yapacağını bu araştırmada öngörmemiz açısından fayda sağlayacaktır.

Sosyal medya ağlarının Y kuşağının satın alma tutumlarının incelendiği bu çalışmada, sosyal medya platformları yoluyla tüketicilerden alınan iletilere interaktif biçimde yanıt verebilen markaların, tüketicilerin beğeni, yorum ve gönderileriyle öneme sahip dönütler sağlamaları sonucunda tüketicilerin satın alma davranışlarında doğan tutum ve davranışlar incelenmiştir (Baycan, 2017). Araştırmanın bulgularında, rekabetin artarak devam ettiği günümüzde sosyal medyanın getirdiği kazanımlar sonrasında alışveriş ve satın alma davranışları esnasında tüketicilerin çok daha fazla enformasyon içeriklerine yönelmesi sonucunda markaların sosyal medya kanallarına çok daha önem gösterdiği gözlemlenmiştir.

Y kuşağı markalar için dönemin en önemli tüketici topluluğunu meydana getirmektedir (Baycan, 2017). Geniş mal ve hizmet yelpazesi ve mesaj bombardımanı arasında kalan Y kuşağına erişebilmek için ilk olarak doğru kanalın belirlenmesiyle ulaşmak istediği hedef kitlelere çok daha efektif bir şekilde ulaşabildiği ve satın alma davranışlarını tetiklediği, araştırmanın bulguları içerisinde yer almaktadır.

Bu araştırmanın konusu, Y kuşağının satın alma davranışlarını sosyal medya mecralarından biri olan Instagram bağlamının da incelenmesinde, bu çalışma; içerik üretiminin ve doğru kanaldan hedef kitlelere sağlanan içeriklerin satın alma davranışını ne yönde etkilediğinin açıklanmasında fayda sağlamaktadır. İçerik üretime ve kaliteli içerikleri paylaşma konusunda markaların oldukça zorlandığı ve içerik uzmanlığının da su yüzüne çıktığı günümüz koşulları düşünüldüğünde, araştırmanın seyrine katkı sağlayan bir çalışma olarak literatür çalışmasında bu çalışmaya yer verilmiştir.

Diğer bir çalışma olan Bazarıcı (2017)'nin çalışmasında markaların gerçek zamanlı satış uygulamalarıyla kullanıcılardan yüksek etkileşim alınabilmesi amacıyla yer verilen görsel ve söylemsel elementlerin sosyal medya platformlarında hangi özelliklere sahip olmaları gerektiğini araştırma konusunu oluşturmaktadır. Bu çalışmada firmaların gerçek zamanlı satış uygulamalarıyla kullanıcılardan yüksek etkileşim alınabilmesi amacıyla yer verilen görsel ve söylemsel faktörlerin sahip olduğu özelliklerin nasıl olması gerektiği ifade edilmek istenmiştir. Gerçekleştirilen analizlerin neticesinde, yüksek kullanıcı etkileşimine ulaşmada görsel içeriklerin yüksek öneme sahip olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca görsel içerik kullanımında tüketicilerin yakınlık hissettikleri kişileri gönderide görmelerinin tweet'in etkileşim kazanmasında yüksek öneme sahip olduğu saptanmıştır. Çalışmada ulaşılan sonuçlara göre gerçek zamanlı satış gerçekleştirirken gönderinin tasarımında firmanın gündemden ayrı olarak kendi kimliğini öne çıkaran faktörlere ve objelere yer vermesinin etkileşime negatif etkide bulunduğu görülmektedir. Söylemsel içerikler incelendiğinde yüksek etkileşim alan gönderilerin dikkatli ve titiz bir biçimde ortaya konuldukları anlaşılmaktadır.

Bu araştırmanın konusu, Y kuşağının satın alma davranışlarını sosyal medya mecralarından biri olan Instagram bağlamının da incelenmesinde, etkileşim ve iletişim unsurlarının öneminin anlamlandırılması ve analiz edilebilmesi açısından önem taşıyacaktır. Günümüzün en çok kullanılan sosyal medya platformu Instagram açısından etkileşim süreçlerinin hangi tetikleyicilerle sağlandığının anlaşılması açısından Dijital Çağda Yeni Bir Pazarlama Yaklaşımı Olarak Gerçek Zamanlı Pazarlama çalışması önemli bir referans kaynağı niteliğindedir.

Influencer marketing geleneksel pazarlama alanındaki ismiyle kanaat önderlerinin kendi içlerinde oluşturmuş olduğu viral sistemin dijital pazarlama alanındaki etkisi Mert (2018)'de in çalışmasında incelenmiştir.

Çalışmanın amacı, dünyamızda son dönemde hızlı bir biçimde gelişme gösterenin influencer pazarlamasının ülkemizde gelişim ve uygulama süreci, hangi araçlar yoluyla yayıldığı, iktisadi kapsamı ve alanın gelecekteki durumuyla ilgili sonuçlar elde etmektedir. Bu çalışmanın bulgularında, Türkiye'de influencer pazar çalışmaları çoğunlukla Instagram ve YouTube yoluyla yapılmaktadır (Mert, 2018). Araştırmanın bulgularında, Instagram'ın daha etkileşime açık bir düzlem olması ve pratik kullanımı sebebiyle seçildiği anlaşılmaktadır. Araştırmanın sonuçlarında, sistemi seçen üreticilerden başlarda kozmetik ve moda sektörlerinin bulunduğu görülmektedir.

Influencer pazarlama platformları içerisinde alışımlı reklam uygulamalarına nispeten bir hayli ucuz bir teknik şeklinde görülmektedir. Araştırmanın bulgularında, etkileşimli iletişim modeli benimseyen sosyal medya platformunun markalar ve tüketiciler nezdinde çok daha kabul gören bir sistem olmasından ötürü, ileride daha çok kullanılacağı bir göstergesi olarak düşünülmektedir.

Bu araştırmanın konusu, Y kuşağının satın alma davranışlarını sosyal medya mecralarından biri olan Instagram bağlamının da incelenmesinde, etkileşim ve iletişim unsurlarının öneminin anlamlandırılması ve analiz edilebilmesi açısından önem taşıyacaktır. Günümüzün en çok kullanılan sosyal medya platformu Instagram açısından etkileşim süreçlerinin hangi tetikleyicilerle sağlandığının anlaşılması açısından bu araştırma için önemli bir referans kaynağı niteliğindedir. Etkileyici pazarlama ve içerik pazarlaması strateji ve uygulamalarını dijital pazarlama bağlamında Köse & Yeygel Çakır (2019)'un çalışmasında ayrıntılarıyla değerlendirmektedir. Araştırmada; son dönemin en gözde konuları konumunda olan etkileyici pazarlama ve içerik pazarlamasına vurgu yapılmakta, her iki pazarlama metodunun markalar ve hedef kitleler yönünden önemine dikkat çekilmekte, konuya ilişkin gerçekleştirilen en yeni araştırmalardan örnekler gösterilmektedir. Bu bağlamda araştırmanın ilk kısımlarında kavramsal açıklamalara yer yerilmiş, etkileyici pazarlama ve içerik pazarlaması kavramları kuramsal bir çerçevede ortaya konulmuştur. Son kısımda ise markaların bahsi geçen dijital faaliyetleri aktif yöneterek; hedef kitlelere direkt olarak erişebilme noktasında ne tür kazanımlar elde edebilecekleri ile ilgili çıkarımlar ifade edilmek istenmiştir. Aynı zamanda markaların kullanıcılarla etkileşimde bulunma ve etkileşimi sürekli hale getirme hususundaki katkıları neden- sonuçları ilişkisi içerisinde tartışılmıştır. Markaların bahsi geçen dijitalleşme serüvenine arka çıkan en önemli satış stratejisi hiç şüphesiz dijital pazarlamadır. Satıştaki rekabetin dijital bir özellik edinmesi; net ve anlaşılır dijital stratejilere olan gereksinimi artırmaktadır. Doğru temeller üstünde kurulan stratejilerle; çağı yakalamak ve hedef kitleleri ile iletişimlerini daim hale getirmeyi amaçlayan markalar; Influencer pazarlama ve içerik pazarlaması gibi yollar izlemektedirler. Influencer pazarlama; çoğu kişi tarafından tanınmış kişilerle, markaların hedef kitlelerinin kullandığı pek çok kanal, araç ve temas noktasında gündelik hayat senaryosu çizilerek göz önünde olmak ve onlarla temas yakalamak adına sürdürülen bir dijital pazarlama metodudur.

Markaların dijital süreçlerindeki partnerleri olarak. Influencerların; var olan ve olası hedef kitleleri etkilemek, onları alışverişe yönlentmek ve marka sadakati oluşturmak şeklinde ana hedefleri vardır. Markaların dijitalleşme yolculuğu esnasında stratejilerini destekleyen en önemli satış stratejisi, şüphesiz dijital pazarlamadır. Dijital pazarlama sürecin de rekabetin dijital bir özellik edinmesi, net ve anlaşılır dijital stratejilere olan gereksinimi ve bu ihtiyacın süreci nasıl etkilediğini incelemektedir. Keleş (2017)'nin çalışmasında dijital stratejilerin belirlenmesindeki etki araştırılmıştır. Çalışmanın bulgularında, doğru temeller üstüne kurulan stratejilerle; çağı yakalamayı ve hedef kitleleri ile iletişimleri devamlı hale getirmeyi amaçlayan markalar; Influencer pazarlama ve içerik pazarlaması vb metotlar kullandığı belirtilmiştir. Araştırma bulgularında yer verilen, Influencer pazarlama; markaların hedef kitlelerinin kullandığı pek çok sosyal medya platformunda ve temas noktasında göz önünde bulunmak ve onlarla yakınlık geliştirmek amacıyla ortaya atılan bir dijital pazarlama yöntemi olarak yer aldığı belirtilmiştir. Markaların dijital süreçlerindeki partnerleri olarak Influencerların; var olan ve olası hedef kitleleri etkilemek, onları alışverişe yönlentmek ve marka sadakati oluşturmak şeklinde ana hedefleri bulunduğu araştırmanın bulguları içerisinde yer almıştır. Y kuşağının satın alma davranışlarının incelediği bu çalışmada, günümüzün dijitalleşme serüvenine destek olan en önemli satış stratejisi şüphesiz dijital pazarlamanın en güçlü stratejisi olan influencerların, çalışma ve markalarla anlaşma stratejilerinin anlamlandırılması, açıklamaya katkı sağlayacaktır.

Hedef kitleyi satın alma davranışına sürükleyen influencerların paylaştığı içerik türlerinin satın alma davranışını hangi açıdan tetiklediğini bu çalışmadaki verilerle desteklemek, araştırmaya katkı sağlayacaktır. Sosyal medya kanallarından Instagram'ın ekonomi politiği bağlamında mercek altına alınan araştırmanın amacı, Akagün Yozkat, (2017)'a göre, sosyal medya kanalları içerisinde bilinirlik seviyesi yüksek olan isimlerin yaptıkları paylaşımların, etkileşim ve ikna edici süreçlerin sonunda hedefin merkezinde yer alan tüketicilerin satın alma eylemini en çok tetikleyen unsurlar araştırmaktır. Günlük alışkanlıklarımızın, ilişkilerimizin, tükettiğimiz içeriklerin, edindiğimiz enformasyon kaynaklarının dijitalleşmesi ile birlikte; markaların iletişim ve pazarlama cephesinde de iletişim süreçlerinin dijitalleştiği ve sosyal medya mecralarını ekonomik bir platform olarak kullandığı görülmektedir.

Genel olarak araştırma sırasında elde edilen bütün bulguları inceleyecek olursak; Lasswell'in modelinden de anlaşılabilir gibi, kaynaktan hareket eden bilgilerin hedef noktasına ulaştığında beğenme ve istenilen satın alma isteği oluşturma ekseninde başarısının bulunduğu görülmektedir. Pazarlanan ürün veya hizmet içeriğinin, markanın hedef kitleleri tarafından tanınan ve takip edilen bir kişiyle sunulması ve markanın bu kişi ile iş birliği başlatmasıyla birlikte, sosyal medyanın ekonomi kurduğu bağı daha da kuvvetlendirdiğini söylemek bu noktada mümkündür. Sosyal medya kanallarından Instagram'ın ekonomi politiği bağlamında incelendiği çalışma, bu araştırmanın dijital reklam stratejileri ve satın alma tutumlarının incelenmesi ve yorumlanmasında katkı sağlayacaktır. İçerik oluşturma sürecinin sonunda oluşturulan içeriklerin dijital pazarlama kanallarında en uygun hedef kitleye buluşmasında markalara kolaylık sağlayan sosyal medya, günümüzün pazarlama hizmet etmektedir. Sosyal medyanın ekonomik alana olan önemli payı araştırmanın dijital reklamlar alanına katkı sağlayacaktır.

Teknolojinin hızla evrilmesi, pek çok alanda olduğu gibi iletişim alanındaki çalışmalarda da önemli değişim yarattığı görülmektedir. Dijital pazarlama stratejisi olarak etkileşimli reklam etkinliğinin öneminin araştırıldığı çalışmada, dijital reklam çeşitleri arasında etkileşimli reklamın etkinliğinin, reklam, pre-roll ve skippre-roll reklamlar kullanılarak araştırma gerçekleştirilmiş ve etkileşim faktörünün dijital pazarlama süreçlerindeki önemi araştırılmıştır Çetinkaya ve Çelik (2019). Kitle iletişim araçlarının dijitalleşerek form değiştirmesi, gündelik insan hayatının öneme sahip olgularından birisi olan kültürü de değişim eksenine altına dahil etmiştir. Bu değişim eksenini tetikleyen etkileşim unsurunun araştırıldığı çalışmanın bulgularında; etkileşimli reklam faaliyetlerinin başka dijital reklam çeşitlerine göre katılımcıların pozitif izlenimlerinin, ürünle ilgili olarak duygusal ve düşünsel ilgilenişlerinin, markayla ilgili olarak mevcut düşünceleri ve satın alma niyetini pozitif doğrultuda etkilediği yönünde olmuştur. Etkileşimli reklamın, reklama dikkatin çekilmesinde diğer dijital reklam çeşitlerine kıyasla daha avantaj sağladığı, araştırma bulgularına dayanılarak söylenebilmektedir. Dijital pazarlama alanında markaların etkileşim odaklı içerik paylaşımı sonrasında, hedef kitleler nezdinde marka ile bağ kuma ve satın alma faaliyeti çerçevesinde harekete geçme eylemlerinin araştırıldığı çalışma, bu araştırmanın duygusal zekâ ve sosyal ağ reklamlarındaki önemi ortaya koymada katkı sağlamaktadır. Sosyal ağ kullanıcılarının satın alma süreçlerini ve etkileşime geçme yönündeki tetikleyicilerinin, paylaşılan içeriklerle duygusal zekâ süreçlerini ne yönde etkilediğini gerek ikna edici iletişim unsurları gerek duygusal zekâ bağlamında incelemek, sosyal medya reklamcılığının ikna süreçlerinde kullandığı yapı taşlarını analiz etmede katkı sağlayacaktır.

YÖNTEM

Bu çalışma, yöntemsel açıdan nitel bir araştırmadır. Nitel araştırma çalışmalarında, çalışmanın amacını oluşturan olgu veya olay, içinde yer aldığı olağan çevrede incelenmelidir (Yıldırım ve Şimşek, 2005). Toplumsal olgular içinde buldukları çevreye bağlı olarak şekil aldıklarından ötürü, çalışmanın bulguları da sadece bu bağlam içinde anlamlı bir hal alır. Her olay içerisinde bulunduğu çevreye göre en iyi ve en doğru şekilde anlaşılabilirliğinden, bu ortam içerisinde mercek altına alınmalı ve çevreden bağımsız şekilde yapılmalıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2005).

Bu çalışmada, nitel araştırma tekniklerinden odak görüşmesinden yararlanılmıştır. Odak grup metodu, günümüzde eylem çalışmalarında sık sık görülen nitel bir veri elde etmeye yardımcı analiz yöntemidir. Odak grup görüşmeleri sürecinde alınan ayrıntılı doneler, birebir yapılan mülakatlar ve yapılan anketlerle ilgili sarsılmaz bir temel sağlamaktadır (Kitzinger, 1995).

Araştırma için, 4 kişinin oluşturduğu odak grup görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Bulgular ses kayıt cihazı aracılığıyla sesli olarak kayıt altına alınmıştır ve katılımcılara 6 soru yöneltilmiştir. Araştırmaya aynı demografik özellikleri taşıyan ve Y kuşağı içerisinde yer alan 4 kişi seçilecektir. Araştırma için seçilen 4 kişinin hem Instagram kullanıcısı hem de internet ortamından alışveriş yapan kişilerden oluşacaktır. Araştırma da 1 genel 5 inceleme sorusu sorulmuştur. Araştırma 2 saat sürmüş ve ulaşılan bulgular kayıt cihazı yardımıyla kayıt altına alınmıştır.

Problem Cümlesi

Instagram reklamlarında yer alan ürün veya hizmetler, ürünü veya hizmeti satın almada etkili oluyor mu?

Araştırma Modeli

Araştırma modelleri nicel ve nitel şeklinde ayrılmaktadır. Gerçekleştirilen bu çalışmada ise nitel araştırma paradigmasından yararlanılmıştır. Araştırmada verileri toplamak için odak grup görüşmesi yapılmıştır. Görüşmeler online olarak yapılmış ve ses kayıt cihazıyla alınan veriler sonrasında metinsel olarak çözümlenmiştir. Görüşmeler yaklaşık 2 saat kadar sürmüş ve yöneltilen sorularda görüşme yapılan bireylerin beden dili ve söylemleri de dikkate alınmıştır. Araştırmanın amacı, Instagram kullanıcılarının, dijital reklamların etkisinde satın alma davranışlarını ölçümlemek ve elde edilen veriler ışığında, Instagram reklamların etkisini net bir biçimde gözler önüne serip nitel bulgulara ulaşmaktır.

Evren

Evren, söylemesi kolay ama ulaşılabilirliği zor veya ihtimali düşük, çalışmaya konu olan bütün anket unsurlarından meydana gelmektedir (Özen ve Gül, 2007). Bu araştırmanın evreni sosyal medyayı aktif olarak kullanan kişilerden oluşmaktadır.

Örnekleme

Aynı uzaklıkta seçilme olasılığı oluşturulan örneklemelerden, seçilen her bir küme elemanının örnekleme dahil edildiği yöntem olan basit seçkisiz örnekleme çalışmada yer verilmiştir (Baltacı,2018). Çalışma örnekleme, sosyal medyayı aktif olarak kullanan ve aynı zamanda da Y kuşağına mensup kişilerden oluşmaktadır. Alışveriş deneyimini en çok gerçekleştiren kesimin Y kuşağı oluşturduğundan ve ekonomik olarak bağımsız olma özelliğini daha çok taşımasından ötürü, Y kuşağı örneklem olarak seçilmiştir. Örneklem 4 kişiden oluşmaktadır.

Veri toplama aracı

Y Kuşağının satın alma davranışlarının incelenmesinde dijital reklamlar: instagram örneğinin araştırıldığı çalışmada, odak görüşmesinde katılımcıların verdiği cevaplar ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmıştır.

Veri analizi

Elde edilen verilen katılımcıların verdiği cevaplar sonrasında analiz edilmiş ve tabloleştirilmiştir.

Varsayımlar

Reklamlara maruz kalan tüketicinin davranışı, hareketli bir süreçtir ve tüketicilere reklamlarla sunulan ürün veya hizmete karşı, ihtiyaç olgusunu bağlamında hatırlatma yapma, tercihte bulunma, satın alma ve kullanım basamaklarından oluşmaktadır.

Tüketici davranışı alışveriş öncesi, sırası ve devamında bazı eylemleri barındırmaktadır.

Tüketici davranışlarının yapısı, dijital reklamlarla komplikedir ve reklam modellerine göre değişim sergiler.

Tüketici, satın alma davranışı gerçekleştirdiği süreçte, değişik roller mevcuttur.

Tüketici bu rollerden başka bileşimler yaratabilmektedir.

Tüketici davranışı, reklamlar, dijital içerik ve dışsal koşullara göre değişim göstermektedir.

Tüketici davranışı bireylere göre değişmektedir.

Sınırlılıklar

Çalışma, 13 Aralık 2020- 1 Ocak 2021 tarihleri arasında ve örneklem grubu olan aktif sosyal medya kullanıcısı olup sosyal medya reklamları üzerinden alışveriş deneyimi gerçekleştirmiş, Y kuşağını kapsamaktadır.

Tanımlar

Bu çalışmanın önemli olan tanımların açıklaması aşağıdaki gibidir:

Sosyal medya: bireylerin paylaşım yapmasını ve içerik üretmesini sağlayan aktif ağıdır.

Instagram: Sosyal medya ağları içerisinde yer alan, görsel içerik paylaşma platformudur.

Y kuşağı: 1980 ile 2000 yılları arasında dünyaya gelen nesildir..

Reklam: Ürün veya hizmetleri tüketiciyle göstermek, onaylatmak ve rakiplerinden ayrılmak için kullanabilecekleri en önemli duyurum, tanıtım aracıdır.

BULGULAR

Araştırmanın bu bölümün de araştırma problemlerinden elde edilen bulguların analizi ve yorumları yer almaktadır. Katılımcılar 4 kişiden oluşmakta ve katılımcıların hepsi Y kuşağına mensup bireylerden oluşmaktadır. Katılımcıların cevapları ses kayıt cihazına alınmış ve sonrasında metine çevrilmiştir. Katılımcıların sorulara cevapları, bu bölümde K1,K2,K3 ve K4 olarak bu bölümde belirtilmiştir.

Katılımcıların, Instagram reklamlarını etkili olup olmadığına ilişkin verdiklerini cevaplar;

K1) Hayır, bulmuyorum. İlgimi de dağıtmıyor aklımda çelmiyor açıkçası. Arada farklı içeriklerin karşıma çıkması iyi oluyor ama direkt geçiyorum. Kapitalist bir sistemin ögesi olarak görüyorum daha çok. Beni etkilediğini söyleyemem.

K2) Benim açımdan ne etkili nede etkisiz diyebilirim. Bazı ürünler dikkatimi çekerken bazı bazı ürünler hiç dikkatimi çekmiyor. Çoğunlukla Trendyol'un mobil uygulamasından baktığım ürünler karşıma çıkıyor. Ürünü alma konusunda bazen tetiklenirken bazen hiç önemsemiyorum.

K3) Benim açımdan da ne etkili ne etkisiz diyebilirim. İlgimi çeken bir ürüne ürüne tıklıyorum ve inceliyorum ama çok alakasız bir ürüne direkt es geçiyorum. Bu tamamen o anki psikolojime ve ürüne karşı iyi göre değişen bir konu diyebilirim.

K4) Trendyol reklamları çok fazla karşıma çıktığın da sıkıcı bir hal alıyor. Black Friday ve indirim günlerinde Trendyol sosyal medya ağlarında çok fazla reklam veriyor. Bu bazen reklamda yer alan ürünü satın alma konusunda beni etkilese de bazen ilginin yoğun olduğu bir ürüne karşı da bıkkınlık hissi uyandırabiliyor. Mesela, ürün sepetimde fakat o an ürünü satın almaktan vazgeçtim. Ürünü satın almak istiyorum algısı ile çıkan reklamlar ürün tekrar aklıma getirip ürün inceleme konusunda beni etkileyen bir unsur oluyor. Sırf bu yüzden Trendyol'un uygulamasını silmeyi bile düşünüyorum. Çünkü mobil uygulama telefonumda yüklü olduğu zaman Trendyol reklamlarından sosyal medya ağlarında çok daha sıklıkla karşıma çıktığını fark ettim.

Katılımcıların, Instagram reklamlarını etkili olup olmadığına ilişkin verdiklerini cevapların özet tablo yorumu;

K1	K2	K3	K4
Etkili Bulunmuyor. Kapitalist sistem algısını daha da hissettiriyor.	Ortalama düzeyde etkili, bazen etkileyici bir unsurken reklamlar bazen nötr hissettiriyor.	Ortalama Düzeyde Etkili, ilgi düzeyine göre etki gösteriyor.	Sıkıcı bir hal olsa da bazı noktalarda etkili bulunuyor.

Katılımcıların; internet üzerinde incelediğiniz bir ürünün reklamını Instagram üzerinde görünce ne hissediyorsunuz sorusuna verdiği cevaplar;

K1) İzlediğimizi ve dinlediğimizi düşünüyorum. Bu durum biraz ürkütüyor ama günümüzün dijital pazarlama süreci bu şekilde ilerliyor. Bu durum beni satın alma konusunda tetikleyen bir durum değil. İhtiyaçlarımız doğrultusunda alışveriş yapmaya öncelik veriyorum.

K2) Google çerezlerin önemini bir kez daha anlıyorum bu reklamları her gördüğümde. Bu konudaki farkındalığımı geliştirmek adına reklam engelleyici kullanmaya karar verdim. Çünkü incelediğim ürünlerin bazıları ihtiyacım olmayan fakat ilgi duyduğum ürünler oluyor. Reklamların sık sık görmem ürünleri tekrar incelerken zaman kaybı yaşamama neden oluyor.

K3) Yeni incelediğim bir ürüne açıkçası beni çok etkilemiyor. Sosyal medya üzerinde çok sık karşılaştığımız bir durum açıkçası. Fakat önceden inceledim bir ürüne böyle bir ürün vardı deyip fiyatını da herhangi bir değişiklik olmuş mu diye kontrol ettiğim oluyor. Eğer ürün kampanyada ise satın alma konusunda isteğimi artırabiliyor.

K4) Cevaplarım bir önceki soru ile bağlantılı aslında. İndirim günlerinde bu tarz reklamlarının çok fazla karşıma çıkması sosyal medya mecralarından sıkılmaya neden olabiliyor. Instagram'ın gerek hikâye bölümünde gerek gönderiler bölümündeki sponsorlu reklamların karşıma çıkması, arkadaşlarım veya tanıdıklarımı fotoğraflarını arasında yer alan reklam içerikleri bazen alakalı alakasız yerlerde karşıma çıkınca rahatsız oluyorum. Bazen de incelediğim ürünlerin kampanya döneminde olduğunu görmek işime yarıyor. Konuları arasında her dakika trendyol'un mobil uygulamasına girip ürünü incelemektense sosyal medya kanallarında benimle ilgili yani kişiselleştirilmiş Reklamların çıkması kampanyadan daha erken haberdar olmama fayda sağlıyor.

Katılımcıların; internet üzerinde incelediğiniz bir ürünün reklamını Instagram üzerinde görünce ne hissediyorsunuz sorusuna verdiği cevapların özet tablo yorumu;

K1	K2	K3	K4
İzlediğini ve pazarlama faaliyetlerinde verilerinin kullandığını düşünmektedir.	Google çerezlerinin farkında ve reklam engelleyici kullanmayı düşünmektedir.	İncelenen ürünün fiyatında indirim olmaması konusunda merak unsuru oluşturuyor.	Alakasız reklamlardan rahatsız olurken ilgili reklamlarda tetiklenebilmektedir.

Katılımcıların, bir ürünü satın almadan önce ürün hakkında Instagram içeriklerine bakıyor musunuz sorusuna verdiği cevaplar;

K1) Evet bakıyorum. Ürünü satın almadan önce ürün hakkında yapılan yorumlar benim için referans niteliği taşıyor. Fiyatı cüzi olan ürünlerde bu konuyu çok dikkate almasam da fiyatı biraz daha pahalı ürünlerde yorumları daha çok dikkate alıyorum.

K2) Ürünü çevremde deneyimleyen birisi yoksa yorumlara başvuruyorum. Kullanıcıların ürüne yapmış olduğu yorumlar ürün hakkında az çok bilgi sahibi olmama katkı sağlıyor. Ama yakın çevremde ürünü deneyimleyen kişiler varsa sosyal medyadaki yorumlardan ziyade yakın çevremdeki kişilerin görüşlerini önemsiyorum.

K3) Sosyal medya reklamcılığının günümüz teknolojisinde çok fazla arttığını ve artık trend bir pazarlama yönetimi olduğunu düşünüyorum. Bu yüzden aynı ürünün birden fazla marka tarafından birden fazla fiyatla karşımıza çıktığında tanıklık ediyoruz. Aynı ürünün birden fazla fiyatının olduğunu görmek ürünün kalitesi ve markanın güvenilir olup olmadığı konusunda kuşku uyandırabiliyor. Bu yüzden ürünün altında yazan yorumlar bir referans niteliğinde olup, ürün hakkında genel izlenimime katkı sağlıyor. Satın aldığım ürünün kaliteli mi kalitesiz mi olacağı, ürünün fiyatının diğer markaya göre daha ucuz oluşunun başka nedenleri olup olmadığı konusunda bilgi sahibi olmamız konusunda ürün altına yazılan yorumların tüketicilerin ön bilgilendirme aşamasında faydalı olduğunu düşünüyorum.

K4) Ürünü satın almadan önce sosyal medyada ürün hakkında yapılan yorumlara, YouTube üzerindeki ürün inceleme videolarına ağırlık veriyorum. Çünkü ürünü satın aldıktan sonra ürünü iade et, iade işlemlerini bekle, para iadesinin ne zaman olacağı gibi süreçlerde uğraşmak açıkçası daha zor ve daha yorucu geliyor.

K1	K2	K3	K4
İçerikleri kontrol ettiğini belirtmiştir.	Yakın çevre deneyimine öncelik verdiğini belirtmiştir. İkincil referans kaynağı olarak Instagram'a başvurulmuştur.	Marka ve fiyat karşılaştırmada sosyal medya kanallarının efektif bir hizmet sunulduğu düşünülmektedir.	Ürünü iade etme sürecini yaşamamak adına ürünü satın almadan önce detaylı yorumlara ağırlık verildiği görülmektedir.

Katılımcıların, Instagram üzerinde ilginizi çeken veya tanıdığınız herhangi birinin dikkatini çekebilecek reklam içeriklerini direk mesaj (dm) yoluyla iletiyor musunuz sorusuna verdiği cevaplar;

K1) Hayır açıkçası böyle bir girişimde bulunmuyorum Benim ilgimi çekmiyorsa ürünle alakalı bir bağlantım yoksa reklama direkt geçiyorum. O sırada başkası ve başkasının ihtiyaçları aklıma gelmiyor. Çünkü herkes aradığı ürüne günümüz teknolojisinde çok rahat ulaşabilecek seviyede ve bilgi birikimine sahip olduğunu düşünüyorum.

K2) Eğer daha önce ürün hakkında görüşmüş tek veya öyle bir ürünü ihtiyacı olduğunu biliyorsa yakın çevremde paylaşabiliyorum ama bunu genelde çok yakınlarımda yapıyorum. Mesela, ürün indirimine girmiştir karşıma indirim reklamları çıkmıştır ve o an bir yakınımın bu ürüne ihtiyacı olduğunu biliyordum o zaman iletiyorum. Ama bunu yakın çevremde yapıyorum, uzaktan bir arkadaşşıma sohbet arasında bu ürün hakkında konuştuyusam ona iletmiyorum.

K3) E-ticaretle arasının az olduğunu bildiğim kişilerle bunun daha çok yapıyorum ürünü aramakta zorlanabilir diye düşünerek yardımcı olması açısından ürünün bilgilerini ve reklam içeriğini iletiyorum. Bu ürüne ihtiyacın olduğunu bildiğim için atmak istedim diyerek ürünü mesaj olarak ilettebiliyorum.

K4) Evet iletiyorum. Fikir alışverişi yapmak istediğim dönemlerde yapıyorum daha çok. Bir ürünü çok beğendiysen veya indirimine girmişse fikirlerini almak açısından iletiyorum ve aynı zamanda ürün hakkında haber de vermiş oluyorum. Böylelikle arkadaşlar arasında birbirimize ürünleri atmış ve fikir alışverişinde olmuş oluyoruz. Bununla ilgili indirimleri takip eden ve kullanıcılarına indirimleri duyuran sayfalar var. Genellikle bu sayfaları takip ediyor ve arkadaşlarıma bu sayfanın paylaştığı kampanyalı ürün görsellerini iletiyorum.

K1	K2	K3	K4
İletim sağlanmamaktadır.	İhtiyaç doğrultusunda iletim sağlanmaktadır.	E-ticaretle ilgisinin az olduğu düşünülen kişilere iletim sağlanmaktadır.	Fikir alışveriş akışını sağlamak adına iletim sağlanmaktadır.

Katılımcıların, Instagram üzerinde hashtag yardımı ile aradığınız bir ürün veya hizmeti bulduanız mu sorusuna verdiği cevaplar;

K1) Açıkçası, hashtag özelliğini arama esnasında çok kullandığımı söyleyemem. Eğer bir ürünü veya bir hizmeti alacaksam, bununla ilgili bildiğim markalarını sayfalarını direkt ziyaret ediyorum. Hashtag kullanımı benim çok başvurduğum bir yöntem olmuyor. Örnek olarak verecek olursam; eğer bir gelinlik bakacaksam bununla ilgili bildiğim markaların son dönemdeki çıkarmış olduğu modelleri incelemek adına sayfalarını bakıyorum ama gelinlik hashtagi ile diğer markaların ürünlerini ulaştığım olmuyor. Bildiğim markaların ürünlerini incelemeyi tercih ediyorum.

K2) Aradığım veya incelediğim bir ürünün markasını veya kimler tarafından satıldığını bilmiyorsa o zaman hashtag yani etiket yöntemine başvuruyorum. Aradığım ürün hakkında hangi markaların ürün ürettiği, ürün hakkında yapılan yorumları incelemem de bana katkı sağlıyor. Eğer ürünü markasını ve kimler tarafından satıldığını biliyorsa direkt olarak markanın sayfasını ziyaret etmeyi tercih ediyorum ama hashtag markayı ve ürünü bulmamda katkı sağlıyor.

K3) Evet kullanıyorum. Aradığım ürünün başka hangi markalar tarafından satıldığını bulmam konusunda etiketleme yöntemi işimi oldukça kolaylaştırıyor. Böylelikle aradığım ürünün farklı opsiyonlarını, fiyat performans olarak başka alternatiflere ulaşabiliyorum. Beni bir markaya bağlı kalmaktan kurtarıyor.

K4) Seyahate çıktysam, gezilecek yerler konusunda oldukça çok kullanıyorum. Mesela bir yere gideceğim bu farklı bir şehir olabilir. Burada nereler meşhur? Hangi yemekler daha çok yeniyor? Nereyi ziyaret etmem benim açıdan daha faydalı olabilir? Fotoğraf çekilebilecek güzel yerler var mı? Bununla ilgili Instagram’ da çok fazla gezi sayfası var. Bu gezi sayfalarında gitmek istediğim yerlere giden kişilerin fotoğrafları, yenilen yemeklerin görselleri, gidilecek restoranların yorumları yer alıyor. Açıkçası gezi ve turizm gibi alanlarda etiketleme yöntemini faydalı buluyorum ve ben oldukça kullanıyorum.

K1	K2	K3	K4
Hashtag kullanmamaktadır.	Ürün veya hizmet tedarikçisini bilmiyorsa, hashtag kullanmaktadır.	Hashtag kullanmaktadır. Markaların ürünlerini kıyaslama açısından fayda sağladığı düşünülmektedir.	Seyahat ve gezi alanında çok daha fazla içerik ve öngörü görmek için hashtag kullanılmaktadır.

Katılımcıların, incelediğiniz ürünü Instagram üzerinde görünce, internet üzerinden ürünün fiyatına bakma ihtiyacı duyuyor musunuz sorusuna verdiği cevaplar;

K1) Açıkçası hayır. Bir ürüne ihtiyaç duyuyorsam ihtiyaç duyuyordum ve gördüğüm reklamlar herhangi bir ürünün fiyatına bakıp, merak etmem konusunda beni tetiklemiyor. Bakıp geçiyorum. Bir ürünün fiyatını gerçekten merak ediyorsan ihtiyacım vardır ve ürün hakkında birçok sitede araştırma yapıp benim için en uygun olan fiyatı bulup alırım. Bu konuda reklam beni özellikle internet üzerinden fiyatını araştırmam konusunda etkileyen bir unsur değil.

K2) Bir ara internette araştırdığım bir ürünün reklamını gördüğümde ürünün fiyatına herhangi bir değişiklik olup olmadığı konusunda merak ediyorum bazen ve ürünün fiyatına bakma konusunda istek duyabiliyorum. O zamanlarda ürünün fiyatını kontrol ediyorum ve genelde indirim günlerini bekliyorum.

K3) Bu durum açıkçası üründen ürüne değişen bir durum. Ekonomik durumum müsait olduğu ürünlerde evet ürünün fiyatını merak edip bakıyorum. Ama ekonomik durumumu aşan ürünlerin reklamlarını görüp geçiyorum direkt. Çünkü biliyorum ki ekonomik durumum o ürünü alma konusunda müsait değil. Yani bu ürüne ve hizmete göre değişen bir durum.

K4) Eğer yeni araştırdığım veya incelediğim bir ürünse direkt olarak bakmadan geçiyorum. Çünkü ürün hakkında yeteri kadar bilgim fiyatı hakkında ön görüşlerim oluyor. Ama incelemiş olduğum ürünün reklamını sonradan gördüğümde fiyatında bir değişiklik var mı ürünün renk alternatifleri gelmiş mi geldiyse onun fiyatları nasıl? Başka satıcıların fiyatlarında bir rekabet var mı? diye bakıyorum. Eğer ürünü satın almışsam ve reklamı tekrar karşıma çıkmışsa bazen ürün fiyatına bakıyorum bazense bakmıyorum.

K1	K2	K3	K4
Etkilenmediğini ve reklamlarının satın alma tercihini değiştirmediklerini belirtmektedir.	Ürün fiyatında herhangi bir değişiklik olup olmadığı kontrol etmek adına	İhtiyaç duyduğu ve ekonomik olarak alım gücünün olduğu ürünlerin reklamlarıyla ilgilenmektedir.	İncelediği ürünlerin hemen akabinde çıkan reklamlara reaksiyon göstermemekte fakat zaman geçtiyse ilgilenmektedir.

SONUÇ

Dijital pazarlama faaliyetlerinin her geçen gün farklı bir form kazanarak hayatımıza entegre olduğu sosyal medya platformları arasında yer alan Instagram’ın, satın alma üzerindeki etkisi bu araştırmada odak görüşmesi yapılarak incelenmiş ve bulguları araştırma sonucunda kaleme alınmıştır. Yapılan araştırma sonucunda Y kuşağı içerisinde

yer alan 4 katılımcının verdiği cevaplar doğrultusunda Instagram'ın bazı alanlarda etkin bazı alanlarda da alışılmış normal bir akış olduğu gözlemlenmiş ve Instagram'ın herhangi bir ürünü veya hizmeti satın almadan önce bir referans kaynağı olarak başvurulan bir mecra olarak görüldüğü gözlemlenmiştir. Bir ürünü satın alma sürecinde Instagram reklamlarının ne kadar etkili olduğunun ölçümünden bu araştırmada, araştırmaya katılan katılımcılarının bazıları ilgi duydukları ürünlerin reklamları satın alma ve ürünü inceleme konusunda tetikleyici bir unsur görevi üstlenirken, bazı katılımcılar ise satın alma alanında tetikleyici bir unsur yaratmadığını düşünmediklerini belirtmiştir. Araştırmaya katılan çoğu katılımcı Trendyol'da herhangi bir ürünü incelediğinde, Instagram tarafından ilgilendikleri ürünün reklamları ile karşılaştıklarını belirtmiştir. Karşılaştıkları reklamlarda tetikleyici unsur sergileyip sergilemediği sorulduğunda, ürün incelemenin ardından hemen ardından karşılaşılan reklamlardan etkilenmediklerini fakat aradan zaman geçtiğinde ürünün fiyatında herhangi bir değişiklik olup olmadığı konusunda reklamların merak unsuru uyandırıp, ürünü tekrar ziyaret ettikleri gözlemlenmiştir. Araştırmaya katılan bazı katılımcılar tarafından Trendyol'un sosyal medya ağlarında çok fazla reklamların yer alması sonucunda bıktırıcı ve sıkıcı bir hal aldığını ve algı tarafından da herhangi bir tetikleyici unsur sergilemediği araştırma bulguları sonucuna yer almıştır. Trendyol mobil uygulamasını kullanan kullanıcıların bazıları mobil uygulamayı kullandığı esnada sosyal medya reklamlarının daha sıklıkla gösterildiği kanısına varıp mobil uygulamayı telefonundan silmiş ve bazı kullanıcılar ise reklam engelleyici kullanarak reklamlardan rahatsız olduğunu belirtmiştir. Araştırmaya katılım sağlayan katılımcılara, “sosyal medya ya da internet üzerinde araştırdıkları bir ürünün sosyal medyada reklamını gördüklerinde ne hissediyorsunuz?” diye sorulduğunda: “Katılımcıların bazıları; izlendiğimizi ve takip edildiğimizi düşünüyorum yorumunu verirken bazı kullanıcılar ise indirim günlerinde fırsatları yakalamak açısından faydalı bulduklarını, e-ticaret platformlarına sürekli girip indirimleri takip etmekle uğraşmadıklarını, sosyal medya üzerinden fırsatları yakaladıklarını” belirten yorumlarda bulunmuştur. Kişiselleştirilmiş reklamların, kampanya dönemlerinde özellikle Black Friday zamanlarında oldukça işe yaradığını belirten yorumlar araştırma esnasında kayıt altına alınmıştır. Bir ürünü satın almadan önce Instagram içeriklerine bakıyor musunuz sorusuna katılımcıların verdiği cevaplar ise; cüzi rakamları olan ürünler için çok fazla tercih etmediklerini fakat fiyatı daha yüksek olan ürünlerde daha çok yorumları ağırlık verdiklerini ve daha çok araştırma yaptıkları belirtilmiştir. Araştırmaya katılım sağlayan bazı kullanıcılar tarafından verilen cevaplara göre ürünü Instagram'da araştırmak yerine çevremde deneyimleyen kişiler varsa ilk önceliği çevrelerinde bulunan kişisel deneyimlere ağırlık verdiklerini, eğer ürünü deneyimleyen bir kişi yoksa ürün satın alma konusunda eğilim sergileniyorsa ikincil referans kaynağı olarak Instagram yorumlarını dikkate aldıklarını belirtmişlerdir. Araştırmaya katılım sağlayan kullanıcılar tarafından, sosyal medya reklamcılığı ve günümüz dijital pazarlama faaliyetlerinin oldukça arttığı günümüz koşullarında birden fazla markanın sosyal medyada reklamlarını gördüklerini ve bu konuda hangi ürünün kaliteli hangi ürünün kalitesiz olduğu konusunda kuşku duydukları gözlemlenmiştir. Bu kuşku sonrasında, Instagram üzerinde yer alan içeriklerin ve reklamların bir referans niteliği taşıdığından ötürü ürünü almadan önce altına yazılan yorumları dikkate aldıklarını ve satın alma tercihlerini ürün altına yazılan yorumların etkilediği gözlemlenmiştir.

KAYNAKÇA

- Akar, E., & Topcu, B. (2011). An Examination Of The Factors Influencing Consumers' Attitudes Toward Social Media Marketing. *Journal Of Internet Commerce*, 10, 35–67.
- Akyazı, A. (2019). Sosyal Medya Ve İlişkisi: Popüler Ünlülerin Instagram Hesapları Üzerine Bir Araştırma. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. C. 21, Ss. 93-108.
- Arklan, Ü, Tuzcu, N. (2019). Dijital Çağın Bir Pazarlama Ve Marka İletişim Aracı Olarak Etkileyiciler: Kanaatler, Kriterler Ve Takip Nedenleri Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk İletişim*, 12 (2), 969-1011. Doi: 10.18094/Josc.596282
- Atılğan, F. (2020). Sosyal Medya Pazarlaması Ve Tüketici Satın Alma Değişkenleri İlişkisi, Sosyal Kimlik Ve Algılanan Değerin Aracılık Rolü Üzerine Bir Araştırma. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(2). <https://doi.org/10.15295/Bmij.V8i2.1498>
- Aytekin, Ç. (2020). İki Aşamalı Akış Kuramı Bağlamında Instagram'daki Ünlü Destekçiler Üzerine Bir Örnek Olay Çalışması. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 6 (1), 23-46. Retrieved From <https://dergipark.org.tr/en/pub/İcd/Issue/57774/824900>
- Baltacı, A. (2017). Nitel Veri Analizinde Miles-Huberman Modeli. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(1), 1-15.
- Başlar G (2013) Yeni Medyanın Gelişimi Ve Dijitalleşen Kapitalizm, Akdeniz Bilişim 2013 Konf, 23-25 Ocak 2013, Antalya.
- Baycan, P. (2017) Y Kuşağının Satın Alma Davranışları Üzerinde Sosyal Medyanın Etkisi.
- Bazarcı, S. Ve Mutlu, B. (2017). Yeni Bir Pazarlama İletişimi Yaklaşımı Olarak Gerçek Zamanlı Pazarlama: Markaların Sosyal Medyadaki Paylaşımları Üzerinde Bir İnceleme. I. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı, Nisan, İstanbul.
- Bilgen, İ. (2011). Tüketeici Davranışlarında Durumsal Faktörlerin Satın Alma Niyeti Ve Memnuniyet Üzerinde Ki Etkisi Ve Bir Araştırma Yüksek Lisans Tezi.

- Bulunmaz, B. (2016). Gelişen Teknolojiyle Birlikte Değişen Pazarlama Yöntemleri Ve Dijital Pazarlama. Çetinkaya, M , Çelik, R . (2019). Bir Dijital Pazarlama Stratejisi Olarak Etkileşimli Reklamların Etkinliği: Deneysel Bir Çalışma . Opus Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi , 18. Uik Özel Sayısı , 484-506 . Dor: 10.26466/Opus.583849
- Erciş, A., Özbey, E., & Deveci, F. G. Sosyal Medya Kullanımında Utangaçlığın Sosyal Sermaye İle Duygusal Zekâ Üzerindeki Etkisi
- Erdoğan, İ., & Korkmaz, A. (2005). Öteki Kuram. Ankara: Erk Yayınları.
- Fay, B., Cakim, I., Carpenter, S., Hershberger, S., O'driscoll, S., Rabasca, E., Selvas, F., Suckernek, W. (2016). WommaInfluencerHandbook. Chicago.
- Göktaş, P. Ve Çarıkçı, İ. H. (2016), Siyasi Liderlerden Beklenen Liderlik Ve İletişim Tarzları: Y Kuşağı Üzerine Bir Araştırma, Ankara Üniversitesi Sbf Dergisi, 855-888.
- Göktaş, P., & Değirmenci, B. (2018). Y Kuşağının Yaşam Tarzının Kariyer Değerleri Üzerindeki Rolü: Süleyman Demirel Üniversitesi Araştırması.
- Gürbüz, S. (2015). Kuşak Farklılıkları: Mit Mi, Gerçek Mi? İş Ve İnsan Dergisi, 2(1), 39-57.
- Hatıplı, Mustafa (2017), "Postmodernizm, Tüketim, Popüler Kültür Ve Medya", Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi, 1(34), 32-50
- İşlek, M. S. (2012). Sosyal Medyanın Tüketici Davranışlarına Etkileri Türkiye'deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Karaman 2012
- Kitzinger, C., & Wilkinson, S. (1995). TransitionsFromHeterosexualityToLesbianism: TheDiscursiveProduction Of LesbianIdentities. DevelopmentalPsychology, 31(1), 95.
- Kocabaş Füsün, Elden Müge. (1997), Reklamcılık Kavramlar, Kararlar, Kurumlar, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Kömürçü, E. (2019). Sosyal Medyanın Y Kuşağı Tüketicilerinin Satın Alma Davranışlarına Etkisi. SocialSciencesStudiesJournal. <https://doi.org/10.26449/Ssaj.1391>
- Köse, G., & Çakır, S. Y. (2019). Markaların Dijital Pazarlama Çağında Tüketicileri Etkileşime İnkna Etme Yolları: Influencer Pazarlama Ve İçerik Pazarlamasına İlişkin Kavramsal Bir Çalışma. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2(38), 205-222.
- Mert, Y . (2018). Dijital Pazarlama Ekseninde InfluencerMarketingUygulamaları . Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi , 6 (2) , 1299-1328 . Dor: 10.19145/E-Gifder.431622
- Meydan, B. (2017). Sosyal Ağlarda Motivasyon Nedenlerini, Tüketici Davranışlarını Ve Hedonik Alışverişi Belirlemeye Yönelik Bir Uygulama. In (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Özbölük, T. (2019). Dijital Çağda Girişimci Pazarlama. TurkishJournal Of Marketing, 3(3). <https://doi.org/10.30685/Tujom.V3i3.61>
- Özdemir, S. (2019). Sosyal Medyadaki Bebek Bakım Ürünü Reklamlarının Tüketicilerin Sosyal Medya Reklamlarına Yönelik Davranışları Üzerine Etkisi
- Peltekoğlu, F. B. (2010). Kavram Ve Kuramlarıyla Reklam. Beta Basım Yayım Dağıtım., 29
- Kağıtçıbaşı, Ç. (1979). İnsan Ve İnsanlar, 3. B. Cem Ofset Aş.,169
- Peltekoğlu, F. B. (2010). Kavram Ve Kuramlarıyla Reklam. Beta Basım Yayım Dağıtım., 29
- Peltekoğlu, F. B. (2016). Halkla İlişkiler Nedir. Beta Basım Yayım Dağıtım., 223
- Ryan Damian. (2016). Dijital Pazarlama (A. Ö. F. Berktaş, Ed.; 1. Basım).
- Safko L. (2010) TheSocial Media Bible; Tactics, Tools AndStrategiesFor Business Success 2(Ed).New Jersey: John WileyAndSons.
- Şengüler, E. (2019a). Dijital Pazarlama İletişiminde Sosyal Medya Kullanımı : Nitel Bir Araştırma.
- Temizkan Öğr Gör, V., & Üniversitesi Sbe, S. (2016). Tüketicilerin Mobil Sosyal Medya Kullanımı
- Tezcan, E. T. (2017). Bir Halkla İlişkiler Uygulama Alanı Olarak Sosyal Medya Kullanımı: Change.Org Zeytin Hayattır İmza Kampanyası. E-Journal Of New Media , 47-52.
- Trt Akademi, 1(2), 348-365. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/trta/issue/23620/252060>
- Yengin, D. (2012a). Sanal İletişim Aracı Olarak Akıllı Telefonların Oluşturduğu Uygulama Toplumu Olgusu: Whatsapp Uygulaması, T. Kara Ve E. Özgen (Ed.). Sosyal Medya-Akademi (S. 345-364). İstanbul Beta Yayınları.
- Yengin, D. (2012b). Yeni Medyaya Eleştirel Bakış, D. Yengin (Ed.). Yeni Medya Ve...(S. Kocabaş, F., & Elden, M. (2001). Reklamcılık
- Yengin, D. (2012b). Yeni Medyaya Eleştirel Bakış, D. Yengin (Ed.). Yeni Medya Ve...(S. 123-133). İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2005). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (8. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yozkat, S . (2017). Sosyal Medyanın Ekonomi Politikası Bağlamında Instagram'ın İncelenmesi . Yeni Medya Elektronik Dergisi , 1 (2) , 173-182 .

YAHYA AKENGİN'İN OĞUZ DEDE ADLI ÇOCUK ROMANI ÜZERİNE İNCELEME

Kadir KAPLAN
kadkaplan@gmail.com

GİRİŞ

Çocuk, bebeklik ile ergenlik dönemi arasındaki gelişim devresi olarak anılmaktadır. Çocuk edebiyatı ise çocukların büyüme ve gelişmelerine hayal, duygu, düşünce ve duyarlılıklarına, zevklerine eğilirken eğlenmelerine katkıda bulunmak amacıyla gerçekleştirilen çocuksu bir edebiyat olarak ifade edilmektedir (Şirin, 1998, s. 9). Ataseven & İnandı (2000), çocuk kitabını 2-14 yaşları arasındaki bireylerin ihtiyacını karşılayan kitap olarak tanımlarken Oğuzkan'a göre (1987), çocuk kitabı; hedef kitle olarak çocukluk çağındaki bulunan kişilerin hayal, duygu ve düşüncelerine yönelik sözlü ve yazılı eserlerdir. Bu tanımlar doğrultusunda çocuk kitaplarının çocukların hayal ve düşüncelerine seslenen, zevk almalarını sağlayan yazınsal eserler oldukları söylenebilmektedir. Günümüzde çocuga yönelik, eğitsel değeri yüksek eserler veren birçok yazar bulunmaktadır. Söz konusu yazarlardan biri de Yahya Akengin'dir. Bu incelemede yazdığı eserleriyle pedagoğ görevi üstlenen Yahya Akengin' in "Oğuz Dede" isimli çocuk romanı değerlendirilmiştir.

1946 yılında Bayburt'ta doğan Yahya Akengin, Erzurum Eğitim Enstitüsü Edebiyat Bölümü'nden mezun olduktan sonra lisansını tamamlayarak 1967 yılında ortaöğretimde başladığı öğretmenlik görevine Gazi Eğitim Enstitüsünde ve ODTÜ'de devam etmiştir. 1979 yılında Kültür Bakanlığı Baş Müşavirliği, 1985 yılında TRT Ankara Radyosu Tiyatro ve Eğlence Yayınları Müdürlüğü ve TRT Televizyon Dairesi Başkanlığı uzmanlığı görevlerinde bulunmuştur. Şiir, roman ve tiyatro türlerinde yazarın on beş eseri yayımlanmıştır. Dokuz ödül sahibi olan Akengin, Türkiye İlim ve Edebiyat Eserleri Sahipleri Meslek Birliği ve Türk Dünyası Yazarlar ve Sanatçılar Vakfı başkanlığı yapmıştır. Çeşitli üniversitelerde eserleri, lisans tezi olarak ele alındı. Birçok uluslararası toplantılara Türkiye'yi temsilen katılan yazarın çok sayıda yayınlanmış radyo tiyatrosu eseri ve senaryo çalışmaları bulunmaktadır.

Anlatıcı

Anlatıcı; roman kurgusunda yer alan olayları, kahramanları, kahramanın duygu ve düşüncelerini, kurguda yer alan olayın geçtiği mekânı, yaşandığı zamanı aktarandır. Yazar, eserinde amacına uygun bir anlatıcı türü belirler. Demirdağ (2015), öykü ve romanda anlatıcının durumunu ve konumunu belirleyen bakış açısı olduğunu vurgulamaktadır. Anlatıcılar; kahraman bakış açısı, gözlemci bakış açısı, çoğulcu bakış açısı ve her şeyi bilen bakış açısı olarak ayrılmaktadır. Olayların aktarımı birinci kişi ağzından yapıldığında kahraman bakış açısı denirken aktarım üçüncü kişi tarafından gerçekleştirildiğinde ise gözlemci bakış açısı denmektedir. Her şeyi bilen bakış açısında da tipki gözlemci bakış açısında olduğu gibi üçüncü kişi ağzından aktarım yapılmaktadır; ancak her şeyi bilen bakış açısında anlatıcı kahramana dair gözlemlerinin yanında kahramanın duygu ve düşüncelerine de yer vermektedir. Birden fazla anlatıcı bir arada kullanıldığı anlatıcı tipi çoğulcu anlatıcı olarak adlandırılmaktadır.

Oğuz Dede romanında birden fazla anlatıcı tipinin kullanıldığı görülmektedir. Akengin, Oğuz Dede'nin çocukluğuna ve gençliğine dair dönemde daha çok kahraman bakış açısından yararlanırken Mahmut ve arkadaşlarına yardım ettiği dönemde ise her şeyi bilen bakış açısından faydalanmıştır: "*Mahmut'un rengi değişmişti. Önüne bakıyor, düşünüyordu. Babası annesinin yakınmalarını önemsemeyebilirdi. Ama eğer okul müdürü gerçekten böyle şeyler yazarsa işler tersine dönerdi. Başını kaldırdı, müdür beyin yüzüne baktı, çok ciddi idi. Dediklerini yapar mı yapardı. O zaman kendisi için bir kaçış yolu kalmıyordu. Zaten mahalle arkadaşları da şu son günlerde kendisine fazla önem vermez olmuşlardı. Çünkü onların istediği gibi efelik yapamıyor, oyunlara pek katılmıyordu. Yalnız Orhan kendisine yakınlık gösteriyordu. Ama Orhan da hepsinin alay konusuydu. Ya kendisiyle de alay etmeye başlarsa?" (s. 50).*

"İki günde şehre vardık. Şimdiki Yıldız Palas'ın yeri bir meydanı. Orada geceledik. Ertesi gün tohumluk zahire almak isteyenlerle birlikte sraya girdik. Fakat biraz sonra zahirenin bittiğini duyurdular. Çok üzülmüştük." (s. 83).

Aktarma Yöntemi

Roman türünün tahlilinde türün belkemiğini oluşturan unsurlardan biri de romanda kullanılan aktarma yöntemidir (Güven, 2007). Romanda yer alan olayların okuyucuya iletiminde farklı yöntemler kullanılmaktadır. Bu yöntemlerden biri geriye dönüş tekniğidir. Bu teknikteki amaç; romandaki karakter ya da olayla ilgili geçmişe dair bilgi vermektir. Olayların arka planını detaylandırılan bu tekniği Akengin, Oğuz Dede'nin insanlara her fırsatta yardım etmesindeki gerekçeleri ortaya koymak için kullanır. Babası şehit düşen Oğuz, ailenin bütün sorumluluğunu üzerine alır ve bu süreçte hem ustasından hem de öğretmeninden büyük iyilik görmüştür. Gördüğü

iyiliği unutmuyup hayatı boyunca diğer insanların iyiliği için çaba harcamıştır: “O bu arada, çok babacan bir şekilde azarladı beni:

-Hadi sil bakayım gözlerini. Görmeyeyim bir daha. Çocuk değilsin artık. Sen bir şehit oğlusun. Bugün burada işimiz, gücümüz, dükkânımız, alışveriş eden insanlarımız var. Bunları baban gibi şehitlere borçluyuz hepimiz. Şehidin yavrusuna arka çıkmayan cemiyet yaşayamaz. Hem sen de yarın sen de benim yaptığım şeyleri başkalarına yapmayacak mısın?” (s. 102).

İçerik

Konu ve İzlek

Konu, eserin içeriğidir. Yazarın vermek istediği mesaj için kullandığı araçtır. Çetin (2009), konunun somut ya da soyut özellikte olabileceğini belirtir. Her anlatılan her konu toplumun genelini veya bir grubunu ilgilendirmektedir (Günay, 1995). Yazar, seçtiği somut ya da soyut nitelikteki konuyu kendine göre biçimlendirmektedir. Eserin konusuna baktığımızda eser, Almanya’da işçi olarak çalışan Halil Usta’nın oğlu Mahmut’un yanlış arkadaşlar seçip annesine ve kardeşlerine karşı kötü davranması üzerine Oğuz Dede’nin seferberlik, savaş ve kıtlık yıllarını anlatarak Mahmut’a arkadaşlarına ve Kahveci Hasan’a doğruyu gösterme çabasını anlatmaktadır.

İzlek, eserde hedeflenen ana amaca karşılık gelmektedir. Eserin izleği incelendiğinde Oğuz Dede, çocuk terbiyesinde yapılan yanlışlara dikkat çekmek, ahlaki değerlerin sabır göstererek ve onları incitmemeyerek verilmesi gerektiğini göstermek amacıyla yazılmıştır. İzleği oluşturan alt birimlere örne denirken tekrar edilen örgeler ile ana fikir desteklenir ve ortaya çıkarılır. “(...)—*Sen ki bu mahallenin, yalnız mahallenin değil, bütün kasabamızın, etrafta seni tanıyan bilen herkesin inandığı, güvendiği, sevdiği, saydığı Oğuz dedemizsin. Aklın erer, sözün geçer, doğruyu bilirsin, doğruyu söylersin... Yol gösterirsin, yoldan çıkmışları yola getirirsin. En zor zamanımda derdime derman gene sen olmuştun.*” (s.31-32). Bu ve benzeri ifadeler romanın ana örgesini oluşturduğu gibi Oğuz Dede’yi de toplumda sözü dinlenen, sözüne kıymet verilen, iyi ahlak, doğruluk gibi değerlerin temsilcisi durumuna getirmektedir. Bu özellikleriyle Oğuz Dede, içinde bulunduğu toplumun Dede Korkut’u durumuna dönüşmektedir.

Akengin, romanın başından sonuna Oğuz Dede karakteri üzerinden iyi insanda olması ya da olmaması gereken ahlaki değerler üzerinde durmaktadır. İnsanların ikili ilişkilerinde herhangi bir sorunla karşı karşıya kaldığında dayak ve şiddetten uzak durması, sorunların çözümünde daha akılcı yollara başvurulması gerektiği ortaya konmaktadır. Eğitim psikolojisinde dayak ve şiddet çözüm olarak kabul edilmemektedir. Türk kültüründe de “Nush ile uslanmayı etmeli tekdir; tekdir ile uslanmanın hakkı kötektir. “sözyle dayak son çare olarak görülmektedir: “—*Ama baba, sen yokken ağabeyim dövüyor beni...*

—*Ağabeyindir... Senin terbiyen için yapıyordur.* “ (s. 11).

Toplumun bazı kesimlerinde var olan kız çocuklarına değer vermeme durumu romanda sıkça üzerinde durulan başlıklardan biridir. İnsanlar çevrenin de etkisiyle kız çocuklarını okula göndermek istememekte, kız çocuklarını okula göndermeye sıcak bakmamaktadır: “(...) *Refika, bu yıl orta son sınıfa geçmişti. Elif de ilkokul dördüncü sınıfı okuyacaktı. Halil Usta, büyük kızının ortaokuldan sonra okumasına taraftar değildi.* “ (s. 12).

Ebeveynlerden baba, toplumun da etkisiyle erkek çocuğunu kız çocuğundan üstün görüp ona daha fazla değer verebilmektedir: “(...) —*Ama kızlarımız... Onları sevmiyor musun yoksa?*

—*Sevmez olur muyum Fatma. O nasıl söz. Ama bu oğlan bizim ocağımızın tek umudu... Kızlar geçip gidecek.* “ (s. 14).

“ (...) *Ben bu dünyayı oğlumla görüyorum Fatma.* “ (s. 15).

Büyüklere, ebeveynlere saygı duyma iyi insanların özelliklerindedir. Onlara değer vermek, onların düşüncelerini dikkate almak gerekir. Oğuz Dede, çocukluk döneminde çalıştığı yerin sahibine ustasına değer vermektedir. Ustasının gözüne girmeye çalışmaktadır: “(...) *Kunduracı çıraklığımın ilk günlerinde dükkânın temizliğini yapıyor, müşterilere çay taşıyordum. Ayrıca ustamın gönderdiği yerlere gidiyor, götür dediklerini götürüyor, getir dediklerini getiriyordum. Ustamın gözünün içine bakıp duruyordum.* “ (s. 97).

Çocuklar, sadece babalarına değil, tüm aile fertlerine gereken saygıyı göstermelidir. İstedikleri olmadığında da kendisinden yaşça büyük olanlara karşı saygısızlık yapmamalıdır: “ (...) —*Ama babası, Mahmut benim sözümü de dinlemesin mi? Bazen taşkınlık ediyor, ablasına da kardeşine de yerli yersiz sert davranmaları beni çok üzüyor.* “ (s. 12).

Çocukların büyüklerine karşı saygısızlık etmesi kabul edilebilir bir davranış değildir: “—*Ya sen? Senin baban da akşama kadar zahire halini bekler durur. Naci hemen karşılık verdi:*

—*Orası seni ilgilendirmez. Sen kendi oğluna karışsın ancak. Bu söz karşısında adamcağız şaşkına döndü:*

—Demek öyle? Demek bu kasabada bir çocuk böyle laflar da edebiliyor. Böyle terbiyesizce cevaplar verebiliyor.” (s. 32).

Toplumsal yaşamın temel kuralı karşılıklı sevgi ve saygıdır. Türk toplumu bu temel kural doğrultusunda toplumsal dayanışmayı yaşamın her evresinde ilke edinmiştir. Yaşlılara bugün gösterilecek sevgi ve saygı, gelecek kaygılarımızı azaltacak, hangi yaşta olursa olsun tüm bireylerin yaşama güvenle bakmalarını sağlayacaktır. Her insan için değişik mana ve önem ifade eden yaşlılık, hayatın çok özel bir dönemidir. Yaşlılarımız dün ile bugün arasında köprü kuran, kültürümüzü ve değerlerimizi yarınlara taşımamızı sağlayan en değerli varlıklarımızdır. Yaşlılık dönemi itibar gerektirmektedir bu aynı zamanda bir minnet borcudur: “ (...) Önce benim arabadaki yaşlıların yiyeceğini hazırlayacaktık.” (s. 60).

Akengin, yaşlılara kötü davranan insanların da var olduğunu Oğuz Dede'nin çocukları yetiştirmek için ortaya koyduğu çabayı eleştirenler üzerinden göstermektedir: “ (...) —Herkes bu adamın ağzına bakıyor, mahallede.

—Masallarıyla uyutuyor herkesi.

—Ne uyutması kandırıyor.

—Ölse de kurutulsak...

—Bunak... ” (s. 91).

Akengin, kültürel öğelerin aktarımına sıkça yer vermektedir. İnsanlar birbirlerine duyduğu saygı çeşitli yollarla ifade ederler. Türk kültüründe büyüklerin elini öpmek saygı ifadesidir. Büyüklerin elini öpmeyenler kınanır: “ (...) —Hoş gelmişsen Oğuz Dede... Ver elini öpeyim. Elini öptürmedi:

—Sağ ol evladım. El öpenlerin çok olsun...” (s. 38).

Çocuğun hayal dünyasında büyük önem arz eden masallar, kültür aktarımında önemlidir. Çocuğun eğitimine büyük katkı sağlayan masallar, çocuklara anlatılmalıdır: “ (...) Sıtkı gülererek:

—Oğuz Dede sana da masal anlatır. “ (s. 10).

Türk kültüründe misafire büyük önem verilmektedir hatta Türk kültürü ile o kadar örtüşmüştür ki Türk misafirperverliği diye bir kavram ortaya çıkmıştır. Büyük ya da küçük olmasına bakılmaksızın misafire saygı gösterilir, ikramda bulunulur: “ (...)—Buraya bir çay daha...

—Ben... Ben çay içmem, zahmet etmeyin, dedi Mahmut.

—Sen benim misafirimsin evladım, zahmet olur mu hiç? İstersen başka bir şey iç, gazoz söyleyeyim.” (s. 51).

Kültür aktarımında dil önemlidir. Dile dayalı ürünle aracılığıyla kültür aktarımı sağlanmaktadır. Bu ürünlerden biri de türkülerdir. Türküler, kültürümüzün önemli bir parçasıdır. Acılarımızı, sevinçlerimizi, özlemimizi vb. duygularımızın aktarım aracıdır. Söyleyemediklerimizin tercümanı gibidir. İnsanlar yaşamın her anında türkülerden faydalanabilir: “ (...)Aşan bilir karlı dağın ardını/Çeken bilir ayrılığın derdini...” (s. 58).

İnsanlar darda kaldıklarında yaşça kendilerinden büyük insanlardan fikir alabilir, onlara fikir danışabilir: “ (...) —Derdim odur ki Oğuz Dede'miz hayırsız bir oğul anasıyım. Oğlum Mahmut'um kötü arkadaş kurbanı olmak üzeredir. Ne sözümü dinler, ne kardeşine sevgi, ne ablasına saygı duyar. Küçücük yüreği katılaştır gügide. “ (s. 29).

Çocuğun eğitiminde arkadaş seçimi önemlidir. Çocuklar akranlarından olumlu ya da olumsuz bir şekilde etkilenebilmektedir. Çocuk seçtiği yanlış arkadaşların etkisiyle zararlı davranışlar, alışkanlıklar kazanabilmektedir: “ (...)—Söyle yavrum, ne dedi Orhan, nereye gidiyormuş ağabeyin?

—Kahveye, oyun oynamaya. Hem de paralı. “ (s. 18).

Çocuklar yanlış arkadaş seçebilir. Bu yanlış seçim çocukların geleceğini olumsuz yönde etkilemektedir: “ (...)Naci, biraz yalvarır gibi devam etti:

—İyi düşün Mahmut... Biz canciğer arkadaşız. Ama eğer sen gelmeyeceksen bize yardımcı ol. Yol paramızı ver. “ (s. 79).

Bireyler içinde buldukları koşulların etkisiyle kendilerini ispat etmek için beklenmedik olumsuz tepkiler gösterip insanlara ve eşyalara zarar verebilmektedir: “ (...) Oğuz Dede'nin dükkânının önüne geldiler. Üçü birden saldırmaya başladılar. Camlar şangır şungur aşağı dökülüyordu. Sonra daha iri taşlarla içeriye saldırdılar.” (s. 34).

Paylaşma ve yardımseverlik önemli değerler arasındadır. Bireyler, ihtiyaç halinde birbirlerine yardım etmektedir. Paylaşma ve yardımseverliği karşılıksız yapan insanlar da bulunmaktadır: “ (...) Bir gün bana demişti ki:

—Bak Oğuz, insan bazen yaptığı iyilikler, taşıdığı sevgiler dolayısıyla da kötülüğe uğrayabilir. Ama varsın vicdanımız bize desin ki, sen kötülüğün karşılığını vermediğin için zarara uğradın...” Öyleyse bizim zararımız da iyiliklerimiz yüzünden olsun. Bu daha güzel değil mi? ” (s. 110).

İnsan sahip oldukları değerleri, varlıkları, eşyaları ihtiyaç sahibi diğer insanlarla paylaşır. Paylaşmanın önemini bilir: “ (...)—Açlık çeken çok gördüm ama acından ölene rastlamadım şimdiye kadar oğlum, dedi. Allah büyük, insanlık ölmedi. Senin kapına bir aç gelse, ekmeğini onunla paylaşmaz mısın ? ” (s. 68).

Türk toplumundaki önemli değer yargılarından biri de vatan sevgisidir. Bireyler, vatanını sevdiği gibi yirmi yaşına gelen her Türk genci askerliğini yapmakla yükümlüdür. Vatanı korumak için bireyler, askerlik görevini yerine getirir ve gerektiğinde uğruna ölümü bile göze alarak şehitlik mertebesine erişir. Şehitlik dünyada ulaşılabilecek mertebelerin en güzeldir. Vatanı için bizler için can vermiş bu insanlara karşı minnet duyguları içindeyiz. Elbette onların yaptığının bedeli olmayacaktır ama vefa borcunu ödemek için şehidin geri bıraktığı ailesine değer verilir: “ (...) Orta yaşlıydı ama eli ayağı tutuyordu. Hoca olduğu için askere alınmamıştı. O zaman öyleymiş. Yoksa onun yaşındakiler hep cepheydi. “ (s. 56).

“ (...) Konuşulardan öğrenmiş oldum: Mal, can ve namusunu düşmana teslim etmemek için göç ederken ölenler de şehit sayılıyormuş. ” (s. 62).

“ (...) işimiz, gücümüz, dükkanımız, alışveriş eden insanların var. Bunları baban gibi şehitlere borçluyuz. Hem yarın sen de benim yaptığım şeyleri başkalarına yapmayacak mısın?” (s. 100).

Bireylerin fiziksel, psikolojik ve zihinsel olarak sağlıklı gelişimini zararlı alışkanlıklar; olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bu sebeple ebeveynler zararlı alışkanlıklarla ilgili çocuklarına bilgi vermelidir. Kumar da zararlı bir alışkanlıktır: “ (...) —Kumar ne ki anne? Çok mu kötü bir şey?

—Hem de nasıl kötü bir şey kızım... Allah ocaklardan uzak etsin.” (s. 21).

“ —Ama oğlum, para alıp verme ile oynanan oyun kumardır. Son günlerde ne kadar arttı harcamaların.” (s. 24).

Bireylerin verdiği söze sadık kalması dürüstlük açısından oldukça önemlidir. Zor durumda kalmasına rağmen verilen söz tutulmalıdır: “ (...) —Ya bulurlarsa?

—O zaman ne yapabiliriz?

—Bunu söylemeliyiz, Mahmut.

—Olmaz, söz vermiştim kimseye söylemeyeceğime.” (s. 92).

Toplumda diğer bireylere rol model olup onları iyiye, doğruya yönlendirmek üzere onlara rehberlik eden insanlar bulunmaktadır. Oğuz Dede de mahalledeki diğer çocuklar için kaygılanmakta, kendinden çok toplumdaki diğer fertleri düşünüp kendini onlara adamaktadır: “ (...) Babacığım, gel vazgeç şu işten. Kapat şu dükkânı, ibadetine istirahatine ayır bütün zamanını... Oğuz Dede:

—Ben bu mahallenin dertlerinden ayrı yaşayamam. Evlatlarım... Anlamaya çalışın.” (s. 37).

Toplumdaki bir diğer yol gösterici de öğretmenlerdir. Türk toplumunda öğretmenlerin sözüne değer verilir, onlara saygı duyulur: “ (...) Anam suskunluğunu bozdu:

—Sen bir şeye iyi dersen o iyidir, hoca efendi. Sana inanırım, sana güvenirim, oğlum da bizi de kendin gibi düşünürsün.” (s. 88).

Toplum içinde her bireyin üzerine düşen birtakım sorumluluklar vardır. Bireyler, üzerine düşen sorumlulukları yerine getirmelidir. Mahmut’un ailesine yardım ederek sorumluluğunu yerine getirmek yerine dışarıda gezmektedir: “ Refika ile annesi evin önünde yığılı odunları daha fazla ıslanmadan içeri atmak için gayret ediyorlardı. Elif de küçücük haliyle yardıma çalışıyordu. Fatma Hanım, böyle bir zamanda Mahmut’un ortadan kaybolmasına içerliyor. “ (s. 16).

Zaman ve koşullar çocuklara yaşının üstünde bir sorumluluk yükleyebilir. Ailenin sorumluluğu çocuklara kalabilmektedir: “ —Sen nasıl ağabeyisin? Evin erkeğisin, babanı aratmayacaksın. Kardeşini sen koruyacaksın bundan sonra.” (s. 57).

Bireyler arasındaki sağlıklı iletişim kurabilmenin yollarından biri de empati kurabilmektir. İnsanlar, empati kurmalıdır: “ —Yok oğlum, dedi. Başkalarının acısını paylaşmaz mı insan? Hem bir an için kendimi onların yerine koyuyorum. O zaman acılarını daha iyi anlıyorum.” (s. 66).

Sağlıklı iletişimde etkili noktalardan biri de gerektiğinde hata yapan bireyleri affedebilmektir. Bazı durumlarda insanlar kendilerine zarar verenleri affedebilir: “ (...)—Bana hiçbir zarar vermiş değiller. Kendilerine kötülük etmişler. Komiser Oğuz Dede’ye sordu:

—*Şikâyetçi misiniz? ” (s.35).*

Akademik anlamda başarıyı yakalayamayan bireyler, ilgi alanı doğrultusunda farklı sanat ve zanaat kollarına yönlendirilebilir. Zanaat değerlidir. Her insanın sahip olamayacağı önemli bir erdemdir. “Hepiniz milletvekili olabilirsiniz, bakan olabilirsiniz... Hatta cumhurbaşkanı olabilirsiniz. Fakat sanatkar olamazsınız.” diyen Atatürk de sanatın ve zanaatın önemini vurgulamıştır: “*Hocam anlamıştı:*

—*Bacı, bana sorarsan bu Oğuz hakkında daha hayırlı olur. Zanaat sahibi olmak iyidir. Altın bilezik gibidir.” (s. 88).*

Bireyler, zor durumda kaldığında bile doğruyu söylemekten çekinmemeli; gerçekleri gizlemeye çalışmamalıdır: “*(...) Size mektup yazmıştık, geçmedi mi elinize? Fatma Hanım’ın yüzü bembeyaz oldu.*

—*Hayır, bey kardeş, öyle bir şey gelmedi.*

—*Anlaşıldı. Demek çocuğunuz bir yolunu bulup ele geçiriyor yazdıklarımız ve yok ediyor.” (s. 25).*

İnsanlarla alay edilmesi, bireylere lakap takılması doğru değildir. Bu tip eylemlerden uzak durulmalıdır. Bireysel anlamda fertlerin ve toplumların kalkınması, belli aşamalara ulaşması için çalışmak gerekir. Çalışkan insanlarla dalga geçmek yerine başarıları takdir edilmelidir. Romanda Sıtkı, çalışkan insanlarla inek diyerek dalga geçmektedir: “*(...) Sıtkı alaylı bir şekilde:*

—*Senin de keyfine diyecek yok. Kendin gibi onun da ineklemesinden memnun musun? Ee, anlat bakalım neler konuşuyor seninle?” (s. 92).*

İnsanlar, hayat şartları içinde yer değiştirmek zorunda kalabilirler. Bu durumda onlarla alay etmek, onlara lakap takmak doğru değildir. Peygamberimizin bile muhacir olduğunu unutmamak gerekir. Hayatın insana ne getireceği belli olmamaktadır: “*Köyün yerlileri bizlere ‘muhacir ‘diyorlardı. Yani göçmen... Bana ‘muhacir çocuğu ‘denmeye başlanmıştı. Bu biraz ağrıma gidiyordu. “(s. 63).*

Çocuklar, başkalarını kıskanabilir ve bu sebeple başarıya ve eğitime değer vermeyebilir. Alay etmeye kalkabilir: “*(...) Naci, Orhan’ın üstüne gitti:*

—*İçimizde diploması “pekiyi” dereceli bir sen varsın ama her şey diplomayla olmaz aslanım.” (s. 7).*

Zaman

Zaman, eserdeki olayların meydana geldiği süredir. Kurmaca dünyanın oluşumu için zamana ihtiyaç vardır. Bu sebeple zaman, romanın önemli öğelerindedir (Can, 2013). Çetin (2009), romanda zamanın nesnel, vaka ve anlatma zamanı olarak üçe ayrıldığını; nesnel zamanın takvime bağlı gerçek zaman, vaka zamanının nesnel zaman içindeki olayın olduğu zaman, anlatma zamanı ise eserdeki olayların okuyucuya aktarıldığı zaman olduğunu ifade etmektedir. Romanda nesnel zamanın varlığı incelendiğinde Akengin’in tarihsel gerçekleri anlatı aracı olarak kullandığı anlaşılmaktadır. Sosyal zamana dair romanda ilk dikkat çeken bulgu “*(...) baban yarın gidiyor. Hem de ta nereye, Almanya’ya... İnsan böyle bir akşamda babasıyla oturup güzel güzel konuşmalı...*” ifadesidir. Bu ifade romanın vaka zamanı olarak Almanya’ya Türk işçi göçünün yaşandığı 1960’lı yıllar anlaşılmaktadır.

Eserin vaka zamanı incelendiğinde olayların normal seyrinde devam ettiği ancak zaman zaman bazı çağrışımlar ve göndermelerle zamanda geriye dönüşler olduğu anlaşılmaktadır. Akengin, bunu yaparken artzaman zamanda katılımı kullanmaktadır. Narlı (2002), artzamanlı katılımın vaka zamanında kesme ya da atlamalarla yapıldığını belirtmektedir. Oğuz Dede, isimli eserde artzamanlı sunum şu şekilde görülmektedir: Oğuz Dede, Mahmut’un ödevine yardım ettiği sırada çocukluğuna dair yaşadıklarını anlatmaktadır: “*O günü hiç unutmam. Köye iki jandarma gelmişti. Yaşlılarla konuşup, hemen dönmüşlerdi. Jandarmalar gittikten sonra bir telaş, bir korku, bir heyecan sarmıştı herkesi... Kadınlar kendi aralarında konuşuyorlardı:*

—*Düşman geliyormuş...*

—*Bizimkiler yenilmiş...*

—*Cephede bozgun olmuş...*

—*Vay başımıza gelenler...” (s.57).*

Oğuz Dede’nin çocukluğuna dair yaşadıklarını aktardığı bölümde kullandığı Rusların geri çekilmesi ve muhacirlerin evlerine geri dönmesi 1. Dünya Savaşı yıllarını işaret etmektedir. Yine romanda cepheye gönderilmek üzere köydeki kadınların çorap örmesi de 1921’de kabul edilen Tekâlif-i Milliye emirlerinin uygulandığı dönemi işaret etmektedir: “*Günü geldiğinde muhtar her evde yapılan yardımı toplamaya başladı. Ananın ördüğü çorapları alıp götürdüm. Çorbada bizim de tuzumuz olacaktı. Dimdik yürüyordum.” (s.87)*

Anlatma zamanı ise anlatıcının olayı okuyucuya aktardığı zamandır. Üç şekilde karşımıza çıkan anlatma zamanı; olup bitmiş olayları anlatma, hâlihazırda süren olayları anlatma ve yaşanacak olayları anlatma şeklinde ayrılmaktadır. Akengin, anlatma zamanı olarak olup bitmiş olayları hikâye etmiştir.

3.Mekân

Mekân, romanın kahramanlarını ya da romandaki olayları etkileyen ögedir. Romana boyut katan ögelerden biridir. Narlı'ya göre (2002) mekân, olayların dekorudur. Romanın geçtiği dönemin sosyal ve kültürel özelliklerinin aynasıdır. Öyle ki mekânın roman kurgusunun temelini oluşturması mümkündür. Çetin (2009), romanın mekânını somut ve soyut olarak ikiye ayırır. Gerçekçilikten uzak, hayali mekânlar; soyut iken roman kurgusunun gerçekleştiği gerçek mekânlar somuttur. Somut mekân, diğer mekânları içine alırsa açık mekândır. Kapalı mekân ise açık mekânlarca kapsanmaktadır. Akengin, romanda olayın geçtiği açık mekânı doğrudan söylememiş; açık mekânı sezdirmiştir. Bu sezdirilmelerden ilki ve en güçlüsü "Yıldız Palas" tır. Yıldız Palas, ülkemizin birkaç ilinde bulunmasına rağmen Oğuz Dede'nin çocukluğuna dair yaşadıklarını aktardığı bölümde kullandığı Rusların geri çekilmesi ve muhacirlerin evlerine geri dönmesi ifadeleri o dönemde Karadeniz Bölgesi'nden muhacir olarak göç etmek zorunda kalan insanları çağrıştırmaktadır. Mekân ve zamanın kesişmesi ile romanda çevresel mekânın Bayburt'un bir köyü olabileceği söylenebilir. Olaylar temelde söz konusu köyde geçmesine rağmen zaman zaman eserin özü ile doğrudan ilişkisi olmayan Almanya ve İstanbul mekânları isim olarak romanda geçmektedir.

Romanda çevresel mekânın kahramanlar üzerine etkisi görülmektedir. Tarih öğretmeni Tahsin Bey, köyün çocuklarının yaşının gereği olmayan eylemler sergilemelerinin gerekçesini bütün köy ve kasaba çocuklarının erken olgunlaşmasına bağlamaktadır. Yine Mahmut'un babası Halil Usta'nın Almanya'da işçi olarak çalışması da kasaba insanının bir ayağının gurbet kapısında olması ile ilişkilendirilmiştir. Kişilerin çevresel mekânlara yüklediği anlamlar bulunmaktadır. Almanya; gurbettir, göçtür, özlemdir, ekonomik anlamda kurtuluştur. İstanbul ise köyde barınamayanların ilk kaçış durağıdır.

Oğuz Dede romanında mekân tasviri incelendiğinde mekân tasvirinde çoğunlukla detaya girilmediği ancak zaman zaman gözlemlenen mekânların detaylı bir şekilde betimlendiği de görülmektedir. Yapılan detaylı betimlemelerde ise öznellik ağır basmaktadır: "*Çarşığı çıkıp bir iki mahallenin sokaklarını geçtikten sonra tarlalar başlardı. Ark kenarlarında sıralanan kavakların gün battıktan sonraki ince hüştüsü derinden, sessiz bir türkü gibiydi. Bu türküye bazen tarlasından, ekin biçmekten dönen uzun havlar karışırdı.*", "*Kasabanın ışıklarını buradan seyretmenin de ayrı bir güzelliği vardı. Gitgide karanlığın koynunda kaybolmaya yüz tutan dağlar, kasabanın koruyuculuğunu yapan kale duvarlarını andırırlardı.*" (s.7-8).

Kişiler Kadrosu

Kişi kadrosu serde geçen olay ve durumlarda büyük ya da küçük rol oynayan olaylara yön veren kadrolardır. Çetin (2009), romandaki kişi kadrosunu merkezî kişi, tip, karakter, yardımcı kişiler, kurgusal kişi, hayalî figürler, eşya figürleri olarak ayırır.

Romanın kişi kadrosunun asıl kahramanı hoşgörü, yardımseverlik, özveri, bilgelik, çalışkanlık gibi özelliklerin temsilcisi durumundaki Oğuz Dede'dir. Romanın başta gelen lider kişisidir. Aktaş (1991), romanın asıl kahramanını olaya ilk dramatik müdahaleyi yapan kişi, eserin esas kahramanı veya tematik gücü olarak tanımlar. Diğer kişiler, esas kişinin etrafında bulunup ona göre hareket etmektedir. Eserin asıl kahramanı veya tematik gücü olan Oğuz Dede, bir kahraman olarak doğruyu bilen akıllı biridir. İnsanlara zor anında yol gösteren, yoldan çıkmışları yola getiren, onlara zor zamanlarında yardım eden mütevazı bir kişiliktir. Bu özellikleriyle Oğuz Dede, adeta günümüzün Dede Korkut'udur. Dede Korkut, Türk toplumunun manevi lideridir. Toplumu aydınlatır, öğütleriyle bireyleri yönlendirir, onlara yol gösterir. Bu yönüyle Dede Korkut, bilge tipinin en önemli örneklerindedir. Erus (2012), romanda kişinin tip olarak kabul edilebilmesi için belirli zümre ya da ülküyü temsilini gerekli görür. Akengin'in romanında Oğuz Dede'ye benzer bir anlam yüklediği düşünülebilir. Fatma, oğlu ile ilgili Oğuz Dede'den yardım almaya geldiğinde Oğuz Dede'nin bilgeliğini vurgular: "*(...)-Sen ki bu mahallenin, yalnız mahallenin değil, bütün kasabamızın, etrafta seni tanıyan bilen herkesin inandığı, güvendiği, sevdiği, saydığı Oğuz dedemizsin. Akın erer, sözün geçer, doğruyu bilirsin, doğruyu söylersin... Yol gösterirsin, yoldan çıkmışları yola getirirsin. En zor zamanımda derdime derman gene sen olmuştun.*" (s.31-32).

Akengin, kişi kadrosunun sunumunda kişiler için seçtiği bazı isimlere bazı anlamlar yüklemektedir. Romanın asıl kahramanı için Oğuz ismini kullanması tesadüf değildir. Oğuz, iyi huylu kimse demektir (TDK, 2011). İki kardeş ve şehit çocuğu olan Oğuz Dede mahallenin sevilen isimlerindedir. Oğuz Dede, yardımseverdir, hoşgörülüdür, fedakârdır, sabırlıdır. Bunların tamamı iyi huylu insanların özelliğidir. Oğuz isminin anlamını yazar, Tarih öğretmeni Şükrü Bey üzerinden verir. Şükrü Bey, "Oğuz" un toplumdaki olumsuz anlamın aksine karşılıksız iyilik yapan, karşılıksız seven anlamına geldiğini belirtir ki bu da romanın tematik gücü Oğuz Dede için oldukça uygundur.

Akengin'in romanda kişi kadrosuna dair detaylı bir şekilde fiziksel ya da psikolojik betimleme yapmamayı tercih ettiği görülmektedir. Kişi kadrosuna dair fiziksel betimleme yaptığı bölümler sayıca az da olsa bulunmaktadır:

“Oğuz Dede'nin nurlu yüzüne tatlı, duygulu bir gülüş yayıldı. Biraz mahcup olmuş gibi bir tavırla sağ elini aksakalına götürdü, sıvazladı.” (s.31).

Akengin, romandaki kişilerin duygu ve düşüncelerini aktarırken iç çözümleme tekniğinden faydalanır: “*Kahveci Hasan'ın gözleri ışıldıyordu. Bir yandan da düşünüyordu. Bir insan gerçekten bu kadar iyiliksever olabilir miydi? Adam hazır işinin kazancına kendisini ortak etmişti. Şimdi de dükkânı kendisine bırakabileceğinden söz ediyordu. Peki, bundan kendi çıkarı ne olacaktı? Yoksa... Evet, yoksa kendisine bir tuzak mıydı bu yakınlık?*” (s.52).

Oğuz Dede, çarşı içinde ayakkabı tamirciliği yapmaktadır. İki çocuk babası olan Oğuz Dede, mahallelinin ve onu tanıyan herkesin inandığı, güvendiği, sevdiği, saydığı birisidir. Kendisini köydeki insanlara adamıştır: “*- Babacığım, gel vazgeç şu işten. Kapat şu dükkânı, ibadetine, istirahatine ayır bütün zamanını. Bak, torunlarından küçük çocuklarla uğraşmak yakışır mı sana? Bırak ne halleri varsa görsünler (...)*

-Ben bu mahallenin dertlerinden ayrı yaşayamam evlatlarım... Anlamaya çalışın. Elimden hiçbir şey gelmese bile, sıkıntılarını dinliyorum; içlerini boşaltmış, rahatlamış oluyorlar. Seviyorum onları.” (s. 39).

Tahmini olarak altmışlı yaşlarda olan Çocukluğu yokluk ve sefalet içinde geçtiği bilinen Oğuz Dede, helal yoldan para kazamaya, bilime ve eğitime son derece önem vermektedir: “*Netice olarak derim ki bu okuldan yetişip de çok büyük hizmetlere koşanlar olmuştur. Nicelere şu anda yüksek mevkilerde veya iş hayatındaki başarıları ile kasabamızın iftihar kaynağıdırlar.*” (s. 44).

Oğuz Dede, dışında romandaki kişi kadrosunda sahip oldukları çeşitli özellikler ile idealize edilebilecek kahramanlar da bulunmaktadır. Bunlardan ilki arkadaş grubuna uymayıp okula düzenli gidip derslerine çalışan Orhan'dır. Orhan; Sıtkı, Naci ve Mahmut'un aksine çalışkan bir öğrencidir. On bir on iki yaşlarında olan Orhan, ortaokula gitmek istemektedir. Sorumluluk sahibidir, ailesine ve büyüklerine karşı saygılıdır. Onların sözünden çıkmaz. Arkadaşlarını uyararak iyi ve doğruya yönlendirmeye çalışır: “*-Ben istemem, dedi Orhan. Ne olmuş yani eve geliyoruz dedimse. Niye hepimiz birden bana yükleniyorsunuz?*

-Bizim bebelerle işimiz yok, dedi Naci... Sıtkı alaylı bir havada konuştu:

-Sen git bu tatil günlerini ders çalışarak geçir, ortaokulda da öğretmenlerin gözüne girersin, pekiyiler alırsın...” (s.11).

Mahmut, Oğuz Dede'nin sahip olduğu özellikleri ortaya koymasında rol oynayan kişidir. Fatma ile Almanya'da çalışan Halil Usta'nın tek oğludur. Üç kardeşten ortancası olan Mahmut, ilkokulu bitirmiştir, ortaokula gitmeyi düşünmesine rağmen dersleri çok önemsemeyen bir öğrencidir. Babasının kendisi için açacağı dükkânın hayaliyle yaşamaktadır: “*-Sen yoksa ortaokula gitmeyecek misin? Mahmut, umursamaz bir şekilde cevap verdi:*

-Gideceğim, gideceğim ama öyle durmadan derste pineklemeye niyetim yok... Hem babam diyor ki ne kadar okuyabilirsen oku... Memur olman şart değil diyor. Mağaza açacak babam bana, mağaza...” (s.12).

On bir on iki yaşlarında olan Mahmut, arkadaşlarının kolayca etkisinde kalmakta, babasının Almanya'da kazandığı parayı kontrolsüzce harcamaktadır. Arkadaşlarına borç vermekte, para karşılığı kiraathanede oyun oynamaktadır: “*-Anne, Mahmut günlerdir okula uğramıyor. Fatma Hanım beyninden vurulmuşa döndü:*

-Ne? Okula mı gelmiyor?

Elif de ablasının konuşmasından cesaret almışçasına söze girdi:

-Orhan ağabey geçenlerde bana dedi ki, ağabeyin şeye gidiyor... Annelerinin gözleri dolu dolu olmuştu.

-Söyle yavrum, ne dedi Orhan, nereye gidiyormuş ağabeyin?

-Kahveye, oyun oynamaya. Hem de paralı.” (s.21).

Mahmut, istediği olmadığında annesini ve sevdiklerini kıracak kadar da acımasız bir kişidir: “*Mahmut eve girer girmez, annesinin o anda orada olmayışından yararlanarak Elif'e bir tokat attı ve gözdağı vermeye çalıştı:*

-Sen bir daha anneme benim hakkımda bir şey söyleyecek misin, diye bağırıldı.” (s.25).

On bir on iki yaşlarında olan Sıtkı, Mahmut'un arkadaşı; Hamal Yakup'un oğludur. Okula gitmemekte Mahmut'tan aldığı borç paralarla kumar oynayıp vakit geçirmektedir. Menfaatleri doğrultusunda her şeyi yapacak bir karaktere sahiptir. Mahmut'tan para aldığı için sürekli Mahmut'a dalkavukluk etmektedir. Akıllı bir karış havadadır: “*Sıtkı biraz düşündükten sonra sordu:*

-Ya Mahmut para vermezse... Yahut kendisinde yoksa?

-Olmaz olur mu Sıtkı? Mahmut iyi arkadaşımızdır bizim... Onun için paradan bol ne var?” (s.77).

Otuzlu yaşlarda olan Hamal Yakup, hamallık yaparak geçimini sağlamaktadır. Ekonomik durumu çok iyi değildir. Sıtkı'nın babasıdır. Eğitime önem vermektedir. Çocuğunu seven, onun için her türlü fedakârlığı yapabilecek bir kişiliktir: *"Oğuz Dede'nin dükkânını taşıyıp karakola düştükleri günden sonra Sıtkı'nın babası bir karar vermişti. Sıtkı'yı çalıştıracaktı. Çarşıdan bir urgan alıp eline verdi.*

-Sen de benim gibi yük taşıyacaksın, dedi. O günden sonra oğlunu yanından ayırmadı. Çarşıda birlikte iş alıyorlar, ağır olanları babası, hafif olanları Sıtkı taşıyordu." (s.75).

On bir on iki yaşlarında olan Naci, zahire halinde çalışan Alaftar Osman Efendi'nin oğludur. Maddi durumu Sıtkı'ya göre daha iyidir: *"Alaftar Osman Efendi'nin durumu Hamal Yakup'a göre iyiydi. Zahire halinde köylülerden arpa, buğday, yulaf, çavdar, bulgur ve mercimek alıp satardı."* (s.75-76).

Naci; eğitime ve öğretime değer vermemekte, paraya ve gösterişe önem vermektedir. Okula gitmek istemediği halde babasını okula gitme konusunda kandırmaya çalışmaktadır: *"Naci yine zaman zaman sinemaya gidiyor, başka arkadaşlarla buluşup konuşuyordu. Babası, ara sıra yanına uğramasını, hiç olmazsa alışverişi öğrenmeye çalışmasını istiyordu. Fakat Naci, hiç de niyetli olmadığı halde gelecek yıl okula gideceğini söyleyerek kaytarıyordu."* (s.76).

Menfaatleri doğrultusunda her şeyi yapacak bir karaktere sahiptir. Elif gibi küçük bir çocuğa tokat atacak kadar da zalimdir: *"Naci'nin canı iyice sıkıldı. Elif koşarak arkadaşlarının yanına gitti. Naci bu sefer sert bir şekilde seslendi. Fakat Elif gelmedi. Naci öfkesini yenemedi. Yanına gitti. Elif'e bir tokat vurdu. Sonra uzaklaştı oradan."* (s.79).

Mahmut'tan aldığı borç paralarla kumar oynayıp vakit geçirmektedir. Mahmut'tan para aldığı için sürekli Mahmut'a dalkavukluk etmektedir: *"Orhan bu sefer kızmıştı. Naci'nin sözünü bitirmesini beklemeden çıkıştı:*

-Sen de Mahmut'tan borç aldığın paraları ödeyemediğin için ona yağcılık yapıyorsun." (s.11).

Kırkılı yaşlardaki Alaftar Osman Efendi, zahire halinde çalışmaktadır. Sinirli bir yapıya sahiptir. Gerektiğinde şiddete meyilli bir yapısı vardır: *"Alaftar Osman Efendi kahveden hızla çıktı. Kısa bir zaman sonra oğlunu buldu. O sinirli haliyle epeyce dövdü. Çevredekiler Naci'yi babasının elinden zor kurtardılar."* (s.25).

Yirmi beş otuz yaşlarında olan Fatma, Halil Usta'nın eşi; Mahmut, Elif ve Refika'nın annesidir. Çocuklarını çok sever, onlara adaletli davranır; kocasının oğluna farklı davranmasına kızar ve üzülür: *"(...) Zaten ne diye çekiyorum ben şu gurbet kahrını. Onun için değil mi?*

-Ama kızlarımız... Onları sevmiyor musun yoksa?

-Sevmez olur muyum Fatma. O nasıl söz. Ama bu oğlan bizim ocağımızın tek umudu... Kızlar geçip gidecek, o yaşatacak soyumuzu... Canım, oğlan çocuğu bu, bırak biraz rahat, serbest yetişsin." (s.17).

Evlatlarının iyi ve dürüst ve eğitilmiş birer insan olması için çabalar: *"-Söylesene kızım, hiç olmazsa kimlerle düşünüş kalktığını bilirsem, nelerin peşinde olduğunu anlamaya çalışırım. Söylesene, bunun okuldaki arkadaşları kimlerdir, necidir?*

-Dışarıdan.

-Yani?

-Naci ile Sıtkı var ya...

-Ha, şimdi anladım. Demek gene onlarla düşünüş kalkar. Haylazlarla... Ben yarın okula gelip bir görüşeyim hele..." (s.20).

Otuz beş kırk yaşlarında olan Halil Usta, Fatma'nın eşi, Mahmut, Refika ve Elif'in babasıdır. Almanya'da işçi olarak çalışmakta yılda bir kez köye gelmektedir. Çocuklarının hepsini sevmesine rağmen Mahmut'u kızlardan ayırmakta ve onu daha çok sevmektedir. Ebeveynler çocukların psikolojisini korumak adına bütün çocuklarına aynı şekilde davranması, adaleti elden bırakmaması beklenmektedir: *"-Ama baba, sen yokken ağabeyim dövüyor beni..."*

-Ağabeyindir... Senin terbiyen için yapıyordur. Refika çay tepsisini getirdi, babasının önüne koydu ve söze karıştı.

-Ben ondan büyüğüm, beni bile dövüyor Mahmut, baba...

-Senin de iyiliğin içindir kızım. Ben gidince evimizin erkeği Mahmut'tur. Anneleri araya girdi:

-Ben sizi dövdürmem kızım. Şimdi böyle konuşup da babanızı üzmeyin. Halil Usta güldü:

-Nasıl da yıldırılmış bizim oğlan bunları... Yaman adam olacak Mahmut'um, yaman..." (s.15).

Halil Usta, Mahmut'u kızlardan ayırmakta ve büyük kızını okula göndermeyecek kadar kızlarına adaletsiz davranmaktadır; oysa İnsan Hakları Evrensel Beyannamesinin 26. maddesine göre her insanın öğrenim hakkı vardır. Kız erkek ayırt etmeksizin herkes zorunlu eğitimi tamamlamalıdır: *"Bu yıl ortaokula başlayacaksın oğlum. Ablana göz kulak ol... Zaten bu yıl sen de gideceksin diye ses çıkarmıyorum ablanın okula gitmesine. Kocaman kız oldu. Aman ha, öyle açılıp saçılmasına, şununla bununla konuşmasına izin verme."* (s.15).

On dört on beş yaşında olan Refika, Halil Usta ile Fatma'nın kızıdır. Mahmut ve Elif'in ablasıdır. Ailenin en büyük çocuğudur. Ortaokula gitmekte ve başarılı olmak istemektedir: *"Halil Usta karısının sözünü kesti:*

-Refika'yı ortaokula verdik diye konu komşudan bizi kınayanlar olmadı mı, oldu... Ama o da çok istiyordu ortaokulu." (s.17).

Anne ve babasına karşı saygılıdır. Her konuda annesine yardımcı olmak istemektedir: *"Refika biraz sonra okula gidecekti. Ama gitmeden annesinin işini hafifletmek için olağanüstü çaba harcıyordu."* (s.19).

Evin küçük çocuğu olan Elif, Halil Usta ile Fatma'nın kızı; Mahmut ve Refika'nın kız kardeşidir. Henüz okula gitmemektedir. Beş altı yaşlarındadır. Ailesine bağlıdır, onları çok sevmektedir: *"-Arkadaşlarıyla bir yere gitmiştir anne, diyebildi. Elif, annesinin canının sıkın olduğunu seziyor, daha çok üzülmesini önlemek istercesine koşuşturup duruyordu..."* (s.20).

Orta yaşlarda olan Kahveci Hasan Efendi, çalıştırdığı kahvede küçük yaştaki öğrencilere kumar oynatarak para kazanmaktadır. Kişisel menfaatleri için çocukları kullanmaktadır: *"-Bre utanmaz adam, el kadar çocuklara oyun oynatıyorsun demek. Yaşından utan be! Bu yolla sağladığın kazancın zehir zıkkım olduğunu bilmez misin? Naci, Sıtkı ve Mahmut, oturmakta oldukları masanın başında donakaldılar. Kahveci, duyduğu azar karşısında saldırgan bir tavra büründü:*

-Ne yapalım efendi, senin çocuğun gelmesin diye kahveyi mi kapatayım? Ekmek kapım burası benim, dedi... Hamal Yakup daha çok öfkeleni:

-Ekmeğini helal yoldan kazan be adam! Bu kasabada şimdiye kadar böyle çoluk çocuğa kötülük aşıl原因an ticaret yeri işleten görülmemiştir." (s.34).

Eserde ismi belirtilmeyen okul müdürü, Mahmut, Orhan, Sıtkı ve Naci'nin gittiği okulda görevlidir. Nesillerin sağlıklı olarak yetişmesine önem vermektedir. Kırk beş elli yaşlarındadır. İçinde bulunduğu çevreni sorunlarına duyarlıdır. İnsanlara yardımcı olmaya çalışmaktadır: *"-Şimdi bu çocuklarla ilgili olarak beni düşündüren bir şey: Dikkat ederseniz, yaşlarının gereği olmayan tavırlar içindeler."* (s.42).

"Müdür:

-Ben de... Elbirliğiyle çalışır, çocuklarımızı kötüye gitmekten kurtarabiliriz. Oğuz Dede." (s.45).

Yirmi beş otuz yaşlarında olan Tahsin Bey; Mahmut, Orhan, Sıtkı ve Naci'nin gittiği okulun Tarih öğretmenidir. Nesillerin sağlıklı olarak yetişmesine önem vermektedir. İçinde bulunduğu çevreni sorunlarına duyarlı bir öğretmendir. İnsanlara yardımcı olmaya çalışmaktadır: *"-Sağ ol evladım. El öpenlerin çok olsun. Sen beni bu okulun tarih öğretmeniyle görüşürsene. Genç birisi olduğunu söylediler. Yeni gelmiş. Adı nedir?"*

-Tahsin Bey, tarih hocası... Evet gençtir. Gençtir ama iyidir. Öğretmenler odasından çağırayım mı?" (s.41).

"Evet, evet müdür bey, dedi Tahsin Bey, özellikle ilkokuldan sonra kendilerini büyümüş, yetişmiş insan sayma hali var buranın çocuklarında. Siz ne dersiniz dede, neden burada çocuklar çocuklarını bilmiyorlar?" (s.42).

Bekir; Mahmut, Naci, Sıtkı ve Orhan'ın akranıdır. On iki on üç yaşlarındadır. Okuldan kovulduktan sonra köyden İstanbul'a gitmiştir. Ahlaksızlıkları köyde bile duyulan Bekir, içki içen, serserilerle gezip dolaşan bir kişiliktir: *"-Bunlar Bekir'in yanına gideceklermiş..."*

-Bekir'in mi? O zaman daha kötü... Bekir'in ahlaksızlıklarını duymadın mı hiç? Sen bakma onun gelip buralarda caka satmasına. Dayım anlatmıştı bana, dayım... İçki bile içiyormuş Bekir, okuldan kovulmuş... Ahlak durumundan hem de... Serserilerle gezip tozu yormuş. Neler neler anlattı dayım..." (s.98).

Şükrü Bey, otuzlu yaşlardadır. Oğuz Dede'nin gençlik yıllarında tanıştığı tarih öğretmenidir. Kendisine kötülük yapanlara karşı iyilik yapacak kadar iyi bir insandır: *"Bir gün bana demişti ki:*

-Bak Oğuz, insan bazen yaptığı iyilikler, taşıdığı sevgiler dolayısıyla da kötülüğe uğrayabilir. Ama varsın vicdanımız bize desin ki: Sen kötülüğün karşılığını vermediğin için zarara uğradın... Zarara ve kötülüğe uğramaktan, başka türlü de davransak her zaman kaçamayız. Öyleyse bizim zararımızda iyiliklerimiz yüzünden olsun. Bu daha güzel değil mi?" (s.112).

İnsanlara iyilik etmeye, yardım etmeye çalışır. Araştırmacı bir kişiliğe sahiptir. Tarih konusunda oldukça bilgilidir: *"Cevap verdim:*

-Doğru... Şükrü Bey bu yöredeki Oğuz Türkleri konusunda araştırmalar yapıyor. Bu konuda bir kitap hazırlıyor.” (s.110).

Elif, Oğuz Dede'nin kardeşidir. Şehit çocuğudur. Bebekliği kıtlık ve seferberlikteki acılarla geçmiştir.

İsmi belirtilmeyen Oğuz Dede'nin annesi, Kurtuluş Savaşı yıllarında otuzlu yaşlardadır. Kıtlık ve seferberlik yıllarında evlatlarını koruyup kollamış, Babalarının yokluğunu evlatlarına hissettirmemeye çalışmış, sorumluluk sahibi, evlatlarını seven bir annedir: *“-Oğuz, uykun mu geldi yavrum? Aman oğlum, düşersin sonra arabadan. Allah korusun yavrum. Hadi az daha diren, duracağız biraz sonra. Acıkmışsındır, karnını da doyururuz, uyursun sabaha kadar.” (s.63).*

İsmi belirtilmeyen Hoca, Kurtuluş Savaşı yıllarındaki kıtlık ve seferberliği yaşayan, halkı bu yokluk halinde bir arada tutup onlara yol gösteren, vatan sevgisiyle dolu, eğitime ve yeni nesiller yetiştirmeye önem veren bir kişidir. O yıllarda yirmi beş otuz yaşında olduğu tahmin edilmektedir: *“Hoca bizi teselli ediyordu. Benim saçlarımı okşadı.*

-Sen bir şehit oğlusun yavrum. Baban din için, devlet için vatan için can verdi. Baban gibi nicele bu yolda şehit oldu. Eğer çok ağlarsanız ruhu incinir. Allah sizlere ömür versin... Daha sonraları da hoca bizimle hep ilgilendi. Kış gelince yazı derslerine de başlamıştım. Bana bazı kitaplar veriyordu. Eve götürüp okuyordum.” (s.85).

KURGULAMA TEKNİĞİ VE ÖGELERİ

1. Romanın Adı

Romanın ismi romanın anlamlandırılmasında ve içeriğini ortaya koymada oldukça etkilidir. Bu nedenle roman ismi içeriğine uygun olmalı, içeriğe dair önemli detayları çağrıştırmalıdır. Romanın ismi, romanın lider kişi kadrosunda lider kişi durumundaki Oğuz Dede'den hareketle koyulmuştur. İyi huylu anlamına gelen oğuz, romanın lider kişinin sahip olduğu yardımseverlik, hoşgörü, fedakârlık, sabırlı olma gibi özellikleri karşılamakta olduğu görülmektedir. Diğer yandan Oğuz, günümüzdeki Türkmen, Azeri, Gagavuz ve Türkiye Türklerinin atası olan büyük bir Türk boyudur. Eserde de tarih öğretmeni Şükrü Bey'in aktardığı gibi Oğuzlar, savaşla kazanılan toprakları yurt haline getirmek için adaletten ayrılmamış ve egemenlikleri altındaki insanları kendi insanlarından ayırmamıştır. Ayrıca bu insanların gönlünü kazanmak için onlara her fırsatta ve her konuda yardımcı olmaya çalışmıştır. Bunların tamamı köyde insanların derdiyle dertlenip onlara yardımcı olmaya çalışan Oğuz Dede'nin özellikleridir. Tüm bunlar dikkate alındığında roman isminin içerik ile uyumlu olduğu söylenebilir.

2. Özet

Özet, roman kurgusunun temel hatlarıyla ortaya konmasıdır. Özette ayrıntıya girmeden ana noktalar ortaya konmaktadır:

Halil Usta Almanya'da işçi olarak çalışır. Eşi Fatma ise çocukları Refika, Elif ve Mahmut ile köyde yaşamaktadır. Evin tek erkek çocuğu olan Mahmut, babasının kendisini ocağımızın tek umudu diye nitelendirip şımartmasından da güç alarak yanlış arkadaşlarla gezip aşırı para harcamaya başlar. Fatma kocasını ne kadar uyarsa da Halil Usta, Mahmut'u uyarmak yerine şımartmaya devam eder. Halil Usta'nın Almanya'ya dönme vakti gelir. Halil Usta Almanya dönünce Mahmut iyice değişir. Annesinin sözünü dinlememeye, ablasına karşı gelip kardeşine kötü davranmaya başlar. Bununla da yetinmeyen Mahmut, arkadaşları Naci ve Sıtkı ile kahvede kumar oynamaya başlar. Bu durumu öğrenen Fatma, oğlunu uyarır. Mahmut ise annesine çıkışır. Okula giden Fatma, Mahmut'un on beş gündür okula gitmediğini, hatta bununla ilgili kendisine gönderilen mektubu da Mahmut'un yok ettiğini öğrenir ve kahrolur. Bunun üzerine mahallenin çarşıya yakın tarafında dükkânı olan Oğuz Dede'ye gider ve Mahmut 'u bu durumdan kurtarmak için yardım ister. Oğuz Dede, Naci ve Sıtkı'nın da babasıyla görüşerek işe başlar ve sakin olmalarını ister. Oğuz Dede'nin evlerine gittiğini öğrenen üç kafadar Oğuz Dede'nin dükkanını taşlarlar. Bekçi tarafından yakalanırlar; ancak Oğuz Dede şikayetçi olmaz. Bunun üzerine Oğuz Dede çözüm aramak için çocukların okuluna gider. Okula giden Oğuz Dede okul müdürü ve Tarih öğretmeni ile görüşür. Çocukların durumunu anlatır ve çözüm için Tarih öğretmenine Mahmut'a öyle bir ödev verin ki benim yanıma gelmek, benimle konuşmak zorunda kalsın, der. Çocukların kahveden uzaklaşmasıyla işleri bozulan Kahveci Hasan, Oğuz Dede'nin dükkanına gelir, senin yüzünden işimden oldum, evde beş çocuk onlar ne yer, der. Bunun üzerine Oğuz Dede onun helal yoldan para kazanması gerektiğini isterse yanında çalışabileceğini söyleyerek onu işe alır. Okul müdürü tarafından babana mektup göndeririz tehdidi alan Mahmut, Tarih öğretmenininde verdiği Kurtuluş Savaşı yıllarını ve Kurtuluş'tan sonraki sıkıntıları yaşamış bir adamla görüşme ödevini yapma zorunluluğu hisseder. Ödevi yapabileceği yaşlı adamın Oğuz Dede'den başkası olamayacağını anlayarak istemese de Oğuz Dede'ye gider. Oğuz Dede, Mahmut'un ödevi üzerinden seferberlik, savaş ve kıtlık yıllarını, o yıllarda çektiği sıkıntıları, ailesine nasıl baktığını, hayatında önemli bir yere sahip olan Şükrü Bey'i, Oğuz isminin anlam ve önemini Mahmut'a ve Kahveci Hasan'a anlatır. Ödev sayesinde hatasını anlayan Mahmut herkes tarafından takdir edilen bir öğrenci olur. Sıtkı da bu olaylardan etkilenir ve okula başlamaya karar verir. Roman Oğuz Dede'nin Alaftar Osman Efendi ile İstanbul'a kaçan Naci'yi aramaya gitmesiyle biter.

3. Olay Örgüsü

Vakaların belirlenmiş bir sırayla yazar tarafından düzenlenmesi ile olay örgüsü oluşmaktadır. Şahin'e göre (2007) olay örgüsünün oluşumunda olayların zamanı, mekânı ve olaylar arası sebep sonuç ilişkileri etkili olmaktadır. Olay örgüsü incelemelerinde olayların başlangıç ve bitişinin seyri ortaya konmalı varsa ileri gidiş yahut geri dönüşler açıklanmalıdır. Romanda kullanılan olay örgüsü, düz bir çizgi halindeki olay örgüsünden oluşmaktadır. Serim, düğüm, çözüm düzeninde ilerleyen olay örgüsünde yazar; roman kurgusuna bağlı olarak zaman zaman geçmişe dönerek "geriye dönüş" tekniğinden faydalanmaktadır. Düz bir çizgi halinde ilerleyen olay örgüsünde romanın lider kişisi durumundaki Oğuz Dede'nin, çocukluğunda yaşadığı olaylar anlatılmaktadır: *"Biz çocuklar da kendi aramızda konuşuyorduk. Doğrusu, yola gitmek hoşumuza da gidiyordu. Göç edecektik. Batıya doğru diyorlardı büyüklerimiz. Fakat anam kara kara düşünüyordu hep. Öksürüyordu durmadan... İki öküzümüzden birisi de hasta gibiydi. Kağnı kaç senedir onarım görmemiş, bozulmuştu. Her yanı dökülüyordu."* (s.58).

Akengin, romanda temel olarak bir metin halkası oluşturmuş ve bu halkaya bağlı iç vaka halkaları geliştirmiştir. Geliştirdiği halkalar arasında da neden sonuç ilişkisi kurarak halkaları birbirine bağlamıştır. İç vaka halkalarının hareket noktası Oğuz Dede'dir. Akengin, iç vaka halkalarını Oğuz Dede üzerinde birleştirir ve olayları Oğuz Dede üzerinden genişleterek derinleştirir. Oğuz Dede üzerinden insanların birbirine karşı hoşgörülü olması ve karşılık beklemeden yardım etmesi öğütlenir.

4. Olay Bütünlüğü

Olay örgüsündeki vakaların oluşturulmasında izlenen yola karşılık gelen olay bütünlüğü "hâl değişimi kalıbı, ilk hâl, ikinci hâller, son hâl ve arayış yolculuğu kalıbı" olarak ayrılmaktadır (Çetin, 2009). Arzulananı arama çabası arayış yolculuğu kalıbının karşılığıdır ve "isteme, ayrılış, mücadele, buluş ve dönüş" olarak aşamalandırılmaktadır. Oğuz Dede romanı olay bütünlüğü olarak arayış yolculuğu kalıbı özellikleri göstermektedir. Romanda arayış yolculuğu kalıbının aşamaları şu şekildedir:

İsteme: Oğuz Dede, çocukluk ve gençlik döneminde yaşadıklarının etkisi ile isminin hakkını vermeyi istemektedir. Özellikle tarih öğretmeni Şükrü Bey'den ataları Oğuzların herkese asil davrandığını, her konuda onlara yardım ettiğini öğrenmesiyle yaşamının her döneminde karşılık beklemeden mahalledeki herkese yardımcı olmayı ister. Arayış: Oğuz Dede, Mahmut ve arkadaşlarının olumsuz tavır ve davranışlarından kurtulmaları için çocukların ailelerine yol göstermeye karar verir. Mücadele: İlk olarak aileleri sakin kalmalarını ister. Ardından çocuklara rehberlik edebilmek için okula giderek okul müdüründen ve tarih öğretmeninden yardım ister. Okul müdürüne çocukların içinde bulunduğu durumu anlattıktan sonra tarih öğretmeninden Mahmut'a ödev vermesini ister. Böylece Mahmut'un dükkâna geleceğini ve kendisinin de ona rehberlik edebileceğini belirtir. Buluş ve Dönüş: Oğuz Dede, ödev sayesinde rehberlik ettiği Mahmut, okul önünde ödevini okur. Müdür tarafından ödüllendirilir. Tüm öğrencilerin alkışlar. Sıtkı, ortaokula gitmek ister. Naci'nin İstanbul'a Bekir'in yanına gittiği duyulunca Oğuz Dede ve Naci'nin babası Alaftar Osman Efendi, İstanbul'a gitmeye karar verir.

Romanın olay bütünlüğü ile ilgili olarak olayların düzenlenmesi dalga biçimindedir. Olayların bütünü için ana bir olay vardır. Bu ana olaya bağlı iç içe geçmiş olaylar ise ana olayı takip etmektedir. Oğuz Dede'nin Mahmut ve arkadaşlarına yardımcı olma çabası merkezdeki olay iken Oğuz Dede'nin çocukluğu ve gençliği dönemine ait yaşananlar ise ana olayla ilişkili olaylardır.

5. Gerilim Unsurları

Romanda yazar, çatışma ya da düğüm ile merak unsurunu canlı tutarak sürükleyiciliği sağlar ve okuyucuyu etkileyerek romana bağlar. Romandaki çatışma unsuru roman kahramanının kendisiyle olabileceği gibi kahramanla toplum arasında da olabilmektedir (Özot, 2014). Akengin, çatışmadan ziyade romanda oluşturduğu gerilim, korku, merakla sürükleyiciliği sağlayamaya çalışmıştır. Bunu sağlarken romandaki düğümlerden faydalanmıştır. Oğuz Dede romanının ana düğümü gittikçe davranışları kontrolden çıkan Mahmut ve arkadaşlarına Oğuz Dede'nin yardım edip edemeyeceğidir. Bununla birlikte Akengin, romanda zaman zaman ana düğümü besleyen destekleyici durumundaki ara düğümlere de yer vermiştir. Oğuz Dede'nin çocukları yanına çekebilmek için okul müdürünün ve tarih öğretmeninin desteğini alması, bu süreçte Mahmut'un düzenli olarak ödev için Oğuz Dede'nin dükkânına gitmesi, çocuklar kahveye gelmediği için işleri bozulan kahvecinin Oğuz Dede'nin dükkânını basması, Oğuz Dede'nin çocukluk ve gençlik yıllarındaki babasının şehit haberinin gelmesi ve Şükrü Bey'in şikâyet edilme süreci de ara düğümleri oluşturmaktadır.

6.Son

Son roman kurgusunda yer alan başka bir bileşendir. Akılda kalıcılık noktasında romanın son kısmı oldukça önemlidir. Çetin (2009), roman sonlarının "şaşırtıcı, trajik ve açık uçlu" olabileceğini belirtir. Açık uçlu sonda belirsizlik veya sonu okuyucunun hayal dünyasına bırakma vardır. Oğuz Dede romanında Akengin'in açık uçlu sonu tercih ettiği söylenebilir. Roman sonunda Naci'nin İstanbul'a gittiğini öğrenen Oğuz Dede, Naci'nin babası Alaftar Osman Efendi ile İstanbul'a gitmeye karar verir. Akengin, romanı "O bir 'Saf Oğuz'du, böyle gelmiş böyle

gidecekti.” cümlesiyle bitirir. Her ne kadar cümle Oğuz Dede’nin insanlara yardım etmeye devam edeceğini ortaya koysa da bu son okuyucu için muğlaktır.

7. Metinlerarası İlişkiler

Roman kurgusundaki tekniklerden biri de metinlerarası ilişkilerdir. Yazarlar; eserlerinin içeriğini zenginleştirmek, desteklemek ya da esere farklı bir boyut kazandırmak için roman kurgusunda farklı metinlerden yararlanabilmektedir. Çetin (2009), metinlerarası ilişkilerin bir metni olduğu gibi romana koyma ya da var olan bir metni dönüştürme yoluyla olabileceğini belirtmektedir. Akengin, romanda az da olsa metinlerarasılıktan yararlanmıştı. Oğuz’un Şükrü Bey’i kendisini şikâyet edenlere iyi davranma konusunda sorgulaması üzerine Şükrü Bey, Yunus Emre’den bir şiir okur. Akengin, Yunus Emre’nin şiirinden iki mısrayı esere yerleştirir.

DİL VE ÜSLUP

1. Dil

Dil ve üslup, romancının eserindeki kurgulama öğelerinden bir diğeridir. Çetin’e göre (2009) eserin dili irdelenirken eserin dil unsurları, dil sapmaları, cümle ve sözdağarı incelenmelidir. Eserleri tam olarak anlamlandırıp yorumlayabilmek için öncelikle metinlerde kullanılan dili anlamak gerekmektedir (Güney, 2013).

Çocuk edebiyatı ürünlerinde kullanılan bilinmeyen kelime sayısının çocuğun seviyesine uygun olması gerekmektedir. Bilinmeyen kelime sayısı bakımından eseri incelediğimizde bilinmeyen ya da seviye üstü kelime sayısı yok denecek kadar azdır. Eserde hedef kitle tarafından anlamının bilinmesi güç olabilecek nitelikte ucunda sivri demir olan değnek, üvendire anlamına gelen “Nodul” kelimesinin kullanıldığı görülmektedir.

Çocuk edebiyatı ürünlerinde cümledeki kelime sayısının onu geçmemesi tavsiye edilmektedir. Bu bağlamda eserdeki cümleler incelendiğinde Yahya Akengin’in bu eserinde kısa cümleler ve diyaloglar kullanarak anlatıma akıcılık, canlılık ve çeşitlilik kazandırdığı görülmektedir. Eserde dil yanlısının çok az bulunması, akıcı ve anlaşılmasını zorlaştırmayan bir dil kullanılması Türkçe öğrenimine katkı sağlamaktadır.

Oğuz Dede isimli romanın dil özellikleri irdelendiğinde Akengin’in sık sık deyimlere başvurduğu görülmektedir: *Tadı kaçmak*” (s. 10), *“göz kulak olmak”* (s. 15), *“günahı boynuna”* (s. 18), *“ilgi çekmek”* (s. 78), *“çorbada tuzu olmak”* (s. 87), *“aklı almamak”* (s. 108), *“değer vermek”* (s. 109) vd.

Akıcı bir dille kaleme alınan eserde sıkça söz sanatlarına başvurulduğu görülmektedir. Bu yönüyle eserde sanatlı bir söyleyiş vardır denebilir. Akengin, Oğuz Dede romanında anlatım özelliği olarak benzetme sanatından sıkça faydalanmaktadır. Fatma Hanım’ın gülüşünü güneşe benzetir: *“Toparlandı. Refika ile Elif’in suçları neydi? Onları üzmemeliydi. Yağmurdan sonra ortalığa serpilen güneşi andırırcasına güldü.”* (s. 23).

Eserde anlatım özelliği olarak abartma sanatından da yararlandığı görülmüştür: *“Koskoca İstanbul orası oğlum. Kimse bulamaz bizi. Dinlemedin mi hiç, bir ucundan öbür ucuna gitmek bile herkesin yapacağı iş değilmiş. Gider önce bizim Bekir’i buluruz. O bize yardım eder.”* (s. 77).

Yine Akengin, Oğuz Dede romanında zaman zaman anlatım özelliği olarak kişileştirmeye başvurmaktadır: *“Bir süre sonra türkülerde duyulmaz olur, serin yayla yeli kavakların yapraklarını biraz daha canlı okşamaya başladılar.”* (s. 7).

2. Üslup

Üslup, yazarın anlatım tarzıdır. Roman yazarına göre farklılık gösteren üslup, eser sahibinin dünyaya bakışından belirgin izler taşımaktadır. Çetin (2009), üslup türü olarak “avam, bilinç akımı, dramatik, düşünce, efsanevi, eleştirel, epik, havas, hiciv, hitabet, mecazi, mizah, nesnel tasvir, sanatkârane, tahlilci, yalın üslup” kullanılabileceğini ifade etmektedir.

Çocuk edebiyatı ürünlerinde kullanılan anlatım biçimi hedef kitlenin seviyesine uygun olmalıdır. Eserde betimleyici ve anlatımcı bir üslup egemendir. Tasvirler canlıdır ve üslup sıkıcı değildir. Özellikle Kurtuluş Savaşı yılları anlatılırken hem tarihi gerçeklere ışık tutulmuş hem de yapılan tasvirlerle savaş ortamı ve çekilen sıkıntılar okuyucunun gözünde canlandırılmıştır.

Eserde yer yer şiirlere ve türkülerde rastlanmaktadır. Aşan bilir karlı dağın ardını, çeken bilir ayrılığın derdini...” şeklinde türkülerde rastlıyoruz. Bu kullanımlar, çocuğun kelime servetine katkı sağladığı gibi kültürel anlamda da çocuğu zenginleştirmekte, aynı zamanda dört temel dil becerisine katkı sağlamaktadır.

Akengin, eserde zaman zaman bazı çocuksu öğelere başvurmuştur: *Orhan, eve geç kaldığımda diğer arkadaşlarının onunla bebe diye alay etmesi* (s. 8), *Fatma Hanım’ın oğluna çok para harcadığını söylemesi üzerine Mahmut’un ‘Ne zaman, ne zaman?’ diye sorması* (s.12), *Fatma’nın oğluna önce oku sonra mağazayı düşünürsün anlamında söylediği sözlerden sonra Mahmut’un verdiği ‘Bana ne, bana ne babam istedikten sonra...’*

cevabı (s.13), *Mahmut'un okul müdürünün gönderdiği devamsızlık kâğıdını saklaması* (s.23), *uykusu gelen Elif'ten annesi arabada uyumasını istemesiyle Elif'in evde uyuyacağı* diye tutturması (s.71).

Oğuz Dede adlı eserin dil ve anlatım bakımından genel olarak olumlu özelliklere sahip olduğu söylenebilir. Özellikle dil ve anlatım kurallarının eserde iyi uygulandığı, seçilen konunun gelişme ve büyüme çağındaki okuyucu için örnek teşkil edeceği söylenebilir.

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Yahya Akengin'in 2004 yılında yayımladığı Oğuz Dede romanı dış yapı unsurları ve içyapı unsurları bakımından değerlendirilmiştir. Eserin anlatıcı tipi, aktarma yöntemi, konusu, izleği, zaman ve mekân özellikleri, kişiler kadrosu, anlatma yöntemi ve öğeleri incelenmiştir.

Oğuz Dede romanında birden fazla anlatıcı tipi kullanılmıştır. Oğuz Dede'nin çocukluğuna ve gençliğine dair dönemde kahraman bakış açısı; Mahmut ve arkadaşlarına yardım ettiği dönemde ise her şeyi bilen bakış açısından faydalanılmıştır. Yazar, konu olarak Almanya'da işçi olarak çalışan Halil Usta'nın oğlu Mahmut'un yanlış arkadaşlar seçip annesine ve kardeşlerine karşı kötü davranması üzerine Oğuz Dede'nin seferberlik, savaş ve kıtlık yıllarını anlatarak Mahmut'a arkadaşlarına ve Kahveci Hasan'a doğruyu gösterme çabasını anlatmaktadır. Akengin, eserini Oğuz Dede üzerinden çocuk terbiyesinde yapılan yanlışlara dikkat çekmek, ahlakî değerlerin sabır göstererek ve onları incitmeyerek verilmesi gerektiğini göstermek ve herhangi çıkar gözetmeksizin insanlara yardım edebileceğini ortaya koymak amacıyla yazmıştır.

Romanın olay örgüsü, düz bir çizgi halindeki olay örgüsünden oluşmaktadır. Serim, düğüm ve çözüm düzeninde ilerleyen olay örgüsünde Akengin, romanda Oğuz Dede'nin çocukluğu ve gençliğine dair yılları aktarırken zaman zaman geriye dönüş tekniğinden faydalanmıştır.

Akengin, romanda olayın geçtiği açık mekânı sezdirmiştir. Oğuz Dede romanında mekân tasviri incelendiğinde mekân tasvirinde çoğunlukla detaya girilmediği ancak zaman zaman gözlemlenen mekânların detaylı bir şekilde betimlendiği de görülmektedir.

Akengin, Oğuz Dede'yi de toplumda sözü dinlenen, sözüne kıymet verilen, iyi ahlak, doğruluk gibi değerlerin temsilcisi durumuna getirmektedir. Yazarın oluşturduğu karakterler aracılığı ile olması gerekene işaret ettiğini ve çocuk edebiyatı eseri hazırlaması hasebiyle de çocuklara iyi nitelikler kazandırma emelini taşıdığını söyleyebilir. Eserde yansıtılan iyi aile modeli, işyerinde yaşanan ilişkilerdeki olumlu özellikler fedakâr öğretmen modeli aslında yaşanan hayatta az rastlanan fakat olması istenen modellerdir. Ayrıca eserde vatan, bayrak, gibi millî ve manevî değerler de işlenmiştir. Oğuz Dede'nin Kurtuluş Savaşı yıllarına dair anlattıkları ile söz konusu değerler üzerinde durulmuştur. Bu özelliği ile roman, dört temel dil becerisinin geliştirilmesi ve Türkçe Öğretim Programı'nda belirlenen kök değerlerin kazandırılması açısından bireylere tavsiye edilebilir niteliktedir.

Bir eserin çocuk edebiyatına uygun olup olmadığını belirleyen en önemli unsur çocuk bakış açısını yakalaması, olayları çocukların duygu ve düşünceleriyle değerlendirerek onların gözünden yansıtmaya dikkat etmesidir. Bu kitaptaki çocuklardan Mahmut, Naci ve Sıtkı'nın kumar oynama edimini sergilemeleri dışında eser çocuğun hayal dünyasıyla ve çocuk bakış açısıyla örtüşmektedir.

Çocuk edebiyatı ürünleri çocuğun anlama düzeyi ve dil gelişimine uygun olmalıdır. Eserde üzerinde durulan konular çocuğun anlama düzeyine birçok yerde uygun olmakla birlikte az da olsa seviye üstü anlaşılması zor kelimelere de yer verildiği söyleyebilir.

Oğuz Dede hem kurgusu hem olaylardaki merak duygusunu üst düzeyde yansıtabilmesi hem de dili kullanma açısından iyi bir örnek olarak değerlendirilebilir.

KAYNAKÇA

Akengin, Y. (2009). *Oğuz Dede*. Ankara: Akçağ Yayınları.

Aktaş, Ş. (1991). *Roman Sanatı ve Roman İncelemesine Giriş*. Ankara: Akçağ Yayınları.

Ataseven, F., & İnandı, Y. (2000). Çocuk Kitaplarının Çeşitli Yönleriyle incelenmesi. *1. Ulusal Çocuk Kitapları Sempozyumu* (s. 187-206). Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri ve TÖMER Dil Öğretim Merkezi.

Can, A. (2013). Romanda Zaman Meselesi. *Yeni Türk Edebiyatı Araştırmaları*(9), 107-137.

Çetin, N. (2009). *Roman Çözümleme Yöntemi*. Ankara: Öncü Kitap.

Demirdağ, R. A. (2015). Anlatıcı ve Bakış Açısı Bağlamında Halikarnas Balıkçısı'nın Deniz Gurbetçileri Romanı. *Turkish Studies*, 10(16), 97-108.

Erus, Z. Ç. (2012). Romanda Bakış Açısı ve Sinemaya Uyarlanması. *İletişim Fakültesi Dergisi*(22), 229-237.

- Günay, V. D. (1995). Roman Çözümlemesine Toplumdilbilimsel Bir Yaklaşım. *Dil Dergisi*(35), 5-24.
- Güney, Z. (2013). Üslup Özellikleri Açısından Berci Kristin Çöp Masalları. *Folklor/Edebiyat*, 19(73), 23-48.
- Güven, H. D. (2007). Ayla Kutlu'nun Romanlarında Anlatım Teknikleri. *Yüksek Lisans Tezi*. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Türk Dili ve Edebiyatı Ana Bilim Dalı Yeni Türk Edebiyatı Bilim Dalı.
- Narlı, M. (2002). Romanda Zaman ve Mekan Kavramları. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(7), 92-106.
- Oğuzkan, F. (1987). Okuma ve Dinleme Öğretimi. B. Özer içinde, *Türkçe Öğretimi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi.
- Özot, G. S. (2014). Postmodern Roman: Kurgu, Dil ve Kişiler Kadrosu. *Turkish Studies*, 9(6), 973-987.
- Şahin, V. (2007). Roman Tekniği Bakımından Yaban. *E-Journal of New World Sciences Academy*, 2(3), 179-196.
- Şirin, M. R. (1998). *Çocuk Edebiyatı*. İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.
- TDK. (2011). *Türkçe Sözlük*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.

YENİ MEDYA VE SİYASAL İLETİŞİM: İKTİDAR PARTİSİ VE ANA MUHALEFET PARTİSİ LİDERLERİNİN TWİTTER KULLANIMLARI

Prof. Dr. Aytekin İŞMAN
Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Uğur ÖZÇAKIR
Yüksek Lisans Öğrencisi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

ÖZET

Kullanıcı profilini gün be gün arttıran sosyal medya platformları, kendi içerisinde barındırdığı çeşitlilik ve farklılıklar sebebi ile bu platformları kullananların ihtiyaçlarına cevap vermektedir. Toplumsal hayatın vazgeçilmez bir unsuru haline gelen sosyal medya platformları, siyasal iletişim açısından da oldukça önem arz etmektedir. Bu çalışmada, yeni medyada siyasal iletişim olgusuyla, iktidar ve ana muhalefet partisi liderlerinin Mart 2019 Yerel Seçimleri kampanyasında 1 Mart – 31 Mart 2019 tarihleri arasında Twitter’da attıkları mesajlar incelenmiştir.

Siyasal seçim kampanyalarında oldukça etkili bir iletişim aracı olan sosyal medya platformları sayesinde; partiler, parti liderleri ve adaylar yaptıkları medya çalışmaları ve anlık bildirimlerle hem topluma bilgi verme hem de toplum bileşenleriyle bire bir iletişim kurma imkânına erişmiş olmaktadır. Çalışmada siyasal iletişim kapsamında nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tekniğinden faydalanılmıştır. Gözlemden ziyade çözümlenmeye dayanan içerik analizi, elde edilmiş verileri özetleyerek standardize etmeye, karşılaştırma yapmaya veya başka bir şekle dönüştürmeye yarayan bir yöntemdir.

Yapılan çalışmada siyasi parti liderlerinin, Twitter’ı kullanım yoğunlukları, attıkları tweetlerin içeriğinin neler olduğu ve tweetlerinin etkileşim düzeyi (mention, retweet ve beğeni sayıları) açısından analiz edilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda 2019 yerel seçiminde en çok oyu alan ilk iki siyasi parti lideri temel alınmıştır. Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) Genel Başkanı ve Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ve Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu’nun 01.03.2019 - 31.03.2019 tarihleri aralığında Twitter hesapları analiz edilmiş ve elde edilen veriler incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, 2019 Yerel Seçimi, Twitter

GİRİŞ

İletişimin günlük hayatımızın tamamında önemli hale gelmiş olması beraberinde siyasal iletişimin de hayatımızın neredeyse tümünde yer almasına sebebiyet vermiştir. Medya, günümüzde olaylar, toplumlar ve insanlar arasında bilgi alışverişine olanak sağlayan en önemli güçlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu anlamda, insanlar kendi çevreleri dışında gelişen olaylardan yine medya aracılığıyla haberdar olduğundan, medyanın toplumdaki en önemli işlevinin bilgilendirme olduğu sonucuna ulaşılmaktadır (Güz, 2005, s. 61). Bu sebeple bilgilendirme işlevini yerine getiren medyanın kamuoyu oluşumunda da etkin bir rolü olduğu söylenebilir.

Tarihin tüm dönemlerinde liderler, meşruyet kazanmak için halkın desteğini almak dolayısıyla da halkla iletişim içerisinde olmak mecburiyetindedirler. Bunun ancak siyasal iletişimle gerçekleşeceğini belirtmek gerekir. Siyasal iletişim; siyasal hayatta iletişim etkisini kitle iletişim araçları, kamuoyu yoklamaları ve özellikle seçim kampanyaları döneminde yapılan siyasal reklamcılığı içine alacak şekilde incelemeyi ifade eder (Wolton, 1991, s. 51-52). Bu sebeple siyasal iletişim her türlü medya ve diğer iletişim kanalları aracılığıyla gerçekleşebilen çok çeşitli, çok yönlü ve kaçınılmaz bir şekilde tüm toplumu etki altına alan bir süreçtir.

Kamuoyunun gündemine gelebilmek ve gündemde kalabilmek siyasetçiler için çok önemlidir. Çevrimiçi iletişim ile bu durumu sağlayan yeni olanaklar ortaya çıkmıştır. Castells (2012) bu ilişkiyi; toplumsal değişim için uğraşan aktörler, çoğunlukla internet platformunu ana akım medyanın enformasyon gündemini etkilemenin yolu olarak kullanmaktadır şeklinde ifade eder (s. 29). Castells’in (2012) belirttiği gibi siyaset yapan kişilerin sosyal medya kullanımlarının sebepleri arasında gündem içerisinde yer edinme isteği kadar, yeni medyanın farklı iletişim kurumlarının çeşitli özelliklerini bir arada sunuyor olması da vardır. Yazı, ses ve görüntünün bir arada kullanılmasıyla oluşan bu ortam, kişi ve ilgili bir topluluk arasındaki iletişimi zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın olanaklı hale getirmektedir (Timisi, 2003, s. 174).

Geleneksel medya araçlarının (gazete, radyo ve televizyon) politikacıların toplumun geniş kesimlerine ulaşmasında oldukça işlevsel olmasına rağmen günümüz bağımsız haberleşme toplumunda kitlelere istenilen mesajı vermede yetersiz kalmaktadır. Böylece geleneksel medyanın etki alanı da kısıtlıdır. Bu gibi durumlar sebebiyle geleneksel medyada siyasi bilgi akışının serbestçe dolaşıma giremediği söylenebilir. Dolayısıyla vatandaşlar için siyasi alandan kamusal alana doğru bilgi akışını sağlayabilecek yeni iletişim kanalları ihtiyaç haline gelmiştir.

Siyasal İletişim

İletişim ve siyaset disiplinlerinin birleşimiyle oluşan siyasal iletişim kavramı olarak; dünyada İkinci Dünya Savaşı sonrasında, ülkemizde ise 1980'li yıllarda özelleştirme ve dışa açılım politikaları ile birlikte önem arz etmeye başlamış, giderek siyasi hayatın ve toplumun ayrılmaz bir parçası olmuştur. Özellikle seçim dönemlerinde daha çok gündeme gelen, seçmenlerin oy verme davranışlarında belirleyici olması için propaganda ve kampanyalarla beslenen siyasal iletişim, seçmenlerin politik düşünce ve tercihlerinde etkinlik kazanmayı ve bunu sürekli hale getirmeyi amaçlamaktadır.

Seçim dönemlerinde yoğun olarak bahsedilen siyasal iletişim kavramının dar anlamına baktığımızda; siyaset ve iletişim süreçleri arasındaki ilişkileri inceleyen araştırmalardan oluşan, disiplinler arası akademik bir alan olarak tanımlanabilir (Mutlu, 2004, s. 199). Biraz daha genişleterek baktığımızda ise; siyasi kişilerin kendi ideolojik politikalarını, amaçlarını belirli kitlelere, gruplara, ülkelere ya da oluşumlara kabul ettirmek ve gerekli olduğunda bunları eyleme dönüştürmek, uygulamaya koymak üzere çeşitli iletişim tür ve tekniklerini kullanmaları şeklinde ifade edebiliriz (Aziz, 2013, s. 3).

Yeni Medya

Yeni medya kavramı oldukça geniş bir alanı kapsamaktadır. Gelişmiş iletişim olanaklarının tamamını bünyesinde toplayan yeni medyayı; geçmişten beri var olan medyayı, etkileşimli olarak, sayısal veriye dönüştürmeye yönlendiren ve bilgisayar aracılığıyla üretim, dağıtım ve paylaşımını sağlayan ortamlar (Manovich, 2001, s. 19) olarak açıklayabiliriz. Yapılan tanımlamadan da anlaşılacağı üzere, yeni medyanın ortaya çıkmasıyla geçmişten gelen geleneksel medya biçimlerinin tümü matematiksel teknolojiyle (0 ve 1) bütünleşen bir hale gelmiştir. Rakamsal teknolojinin 0 ve 1'lerle birlikte oluşturduğu kod evreni yeni medyanın toplumun geniş kesimlerine ulaşabilmesini sağlamıştır (Tocci vd., 2007, s. 11-13).

Yeni medyayı tanımlarken Thompson'un (1995) görüşlerine yer vermenin uygun olduğu düşünülmüştür. Thompson yeni medyayı, kitlesel iletişim ekseninde ele almaktadır. Thompson'ın tanımlamasında yeni medya; bilgi işlem teknolojileri sayesinde yetenekleri artan, kullanımı kolaylaşan veya olası genişletilebilirlik potansiyeline sahip olan iletişim araçlarıdır (Thompson, 1995: 132-139). Williams (2003) ise yeni medyayı etkileşim açısından incelemiş ve yeni medya teknolojileri aracılığıyla artık sınırların ortadan kalktığını ifade etmiştir. Ortak değer yargılarının yeni medyada yer alabileceğini belirten Williams (2003), yeni medya teknolojilerinin eş zamanlı olarak bilgi, haber, dosya ve içerik paylaşımını mümkün kıldığını belirtmektedir. Ona göre; yeni medya sayesinde farklı fikir ve görüşler kitle iletişim araçlarında yer bulmaya başlamış ve çokseslilik meydana gelmiştir.

Twitter

Kurulduğu yıl olan 2006'dan beri her geçen gün popülaritesini ve etki alanını artıran Twitter, 280 karakterle sınırlandırılan mesajların paylaşılmasına imkân sağlamaktadır. Twitter, özellikle ünlü kişilerin onaylanmış hesaplarla bu platformda yer almasının da etkisiyle, oldukça fazla kullanıcı sayısına erişmiştir (Kuyucu, 2013, s. 131). Yukarıda da bahsedildiği gibi Twitter, mesaj başına 280 karakter sınırlaması getirmektedir. Bu durumda siyasetçiler ve siyasal örgütler yaptıkları çalışmalarını kısa notlar şeklinde seçmenlere duyurmak durumundadır. Bu sınırlama fırsata dönüştürülebilirse seçmenlerin güncel gelişmeleri yakından takip etme ve gerektiğinde siyaset sahnesine aracıya gerek duymadan katılım imkanıyla fikirleri ifade edebilmenin mümkün olduğu gerçeği göz ardı edilmemelidir (Balcı vd., 2013, s. 114). Twitter'ın temel amacı, insanların birbirleriyle ve birbirlerinin düşünceleriyle ilgili sürekli haberdar durumda kalmalarını sağlayarak ve karşılıklı sohbet olanaklarını artırarak, insanları daha fazla iletişim halinde tutmaktır (Doğu vd., 2014, s. 77).

İktidar Partisi – Adalet ve Kalkınma Partisi

14 Ağustos 2001 tarihinde Recep Tayyip Erdoğan liderliğinde kurulan Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP), Kasım 2002 milletvekili genel seçimlerinde % 34.26 oy alarak tek başına iktidar olmuştur (Metin, 2010, s. 193). AKP, Milli Görüş ve Refah Partisi geleneğinden gelmesine rağmen, ANAP'ın başını çektiği yeni sağ politikasının 2000'li yıllardaki temsilcisi olmuştur (Türe, 2005, s. 50). AKP, parti tüzüğünde piyasa ekonomisinin tüm kurum ve kuruluşlarıyla tesis edilmesinin hedeflendiğine dikkat çekmiştir (AKP 2010 Tüzüğü, s. 3).

Serbest piyasayı merkeze alan, devletin ekonomideki etkisini en düşük seviyeye çekmeyi hedefleyen, iç piyasayı uluslararası piyasayı bir bütün hale getirmeyi amaçlayan AKP'nin, uyguladığı sosyal politikada da benimsediği ekonomi politikasının derin izleri bulunmaktadır (Yılmaz, 2007, s. 167- 168). Bu politika, Osmanlı'dan miras alınmış gönüllülük esası ve hayırseverlik gibi bazı işleyiş ve düşünce tarzlarını da bünyesinde barındırmaktadır. Bu anlayış birtakım değişikliklere uğramış olsa da AKP döneminde devam etmektedir (Metin, 2010, s. 181). AKP son olarak 24 Haziran 2018 tarihinde yapılan genel seçimlerde % 42.6 oy almıştır.

Ana Muhalefet Partisi – Cumhuriyet Halk Partisi

Cumhuriyet Halk Partisi (CHP); resmi olarak 9 Eylül 1923'te Mustafa Kemal Atatürk tarafından Cumhuriyet Halk Fırkası (CHF) adıyla kurularak Türk siyasal hayatına katılmış, 1980 darbesi sonrası kapatıldığından 1992 yılında Deniz Baykal tarafından yeniden açılmıştır (Şen, 2005, s. 1165). CHP'nin kurucu genel başkanı olan Atatürk başta olmak üzere ülkenin siyasi eliti, Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren devletin ekonomik kalkınmayı öncelik sayan bir devlet mekanizması olması gerektiğini ve bu hedefe özel sektör öncülüğünde gerçekleştirilecek bir sanayileşme ile erişilebileceğini savunmaktadır (Şen, 2005, s. 1166).

Bu devletçi politika, Türkiye'yi kapitalist dünya ekonomisiyle bütünleştirmeyi amaçlayan 24 Ocak 1980 Kararları'na kadar uygulanmıştır. 1980 Darbesi'yle kapatılan ve 1992 yılına kadar açılmayan CHP'nin 1994 Parti Programı'nda, 24 Ocak 1980 Kararları'yla benimsenen ekonomi politikasıyla örtüşen bir ekonomi görüşü benimsenmiştir (Şen, 2005). Partinin 2010 Programı'nda da bu görüşün benimsenmeye devam ettiği görülmektedir. Kemal Kılıçdaroğlu 2010 yılında Deniz Baykal'dan boşalan genel başkanlık koltuğuna oturmuştur. Kılıçdaroğlu'nun genel başkan seçilmesinden sonra CHP'nin girdiği her seçimde benzer oranda oy aldığı ve kemik bir seçmen kitlesi oluşturduğu söylenebilir. 24 Haziran 2018 tarihinde yapılan son genel seçimde % 22.6 oy alarak en çok oy alan ikinci parti olmuştur.

Bu çalışmanın konusu, yeni medyada (Twitter) siyasal iletişim süreci ile bu süreçte oluşturulan siyasal mesaj çalışmalarının genel bir değerlendirmesidir. Özellikle seçim kampanyalarında yoğun olarak kullanılan bu stratejilerin yeni medyada ve siyasal iletişim alanında nasıl konumlandığı ve ne şekilde biçimlendiği çalışmanın ana tartışmasını oluşturmaktadır. İktidar ve ana muhalefet partisi liderlerinin yerel seçim döneminde Mart ayı boyunca attıkları tweetler incelenmiş; etkileşim, mesajın hedefi ve kullanım şekilleri içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir.

AMAC

Siyasal iletişim kelime olarak; toplumdaki iktidar odaklarıyla diğer grupları ortak bir zeminde uzlaştırma olarak tanımlanan 'siyaset' ve ortak değerler oluşturma ve bunların üzerinde toplumsal bir uzlaşma süreci olarak tanımlanan 'iletişim' kavramlarının birleşmesiyle oluşmuştur (Oktay, 2002, s. 7). Yönetenler ve yönetilenler ayrımının ortaya çıktığı zamandan beri var olan siyaset, toplu halde yaşayan insanları bir arada tutabilme çabasını ifade eder. İletişimin bir alt dalı olarak siyasal iletişim genel anlamda, yönetme, iktidar olma, egemenlik kurma ile eşdeğer olarak hedef kitleyi etkileme, Antik Yunan'da ana eğitim olan ikna etme ve yönetme hakkı için yapılan uğraşları, ideolojileri ve uygulamaları kapsamaktadır (Kılıçaslan, 2008, 8-9).

Siyasal gelişmeleri değerlendirme çalışmalarında gün geçtikçe daha önemli bir mecra haline gelen sosyal medya, özellikle politik tercihlerin ifade edilmesinde ve toplumla paylaşılmasında partiler ve parti liderleri tarafından kullanılan en etkili araçlardan biri olmuştur. Çok yönlü yapısı sebebiyle, sosyal medyanın siyasal iletişim için kullanılması çok farklı kazanımlar ortaya çıkarmaktadır. Sosyal medya platformlarının siyasal iletişim aracı olarak etkin şekilde kullanımını açıklayabilmek için, yeni medya kullanım deneyimlerinin hangi şartlar altında şekillendiğini anlamak ve yeni medya özelliklerinin hesap sahipleri tarafından nasıl kullanıldığını incelemek yerinde olacaktır.

Ancak başarılı bir iletişimle mümkün olan seçmen kitlenin ikna edilmesi yani halkın desteğini kazanabilmek, seçim kampanyalarında partilerin ve liderlerin kendilerini ne derece iyi ifade edebildikleri ile orantılıdır. Günümüz iletişim teknolojilerinin hayatımızın neredeyse tümünde oluşturduğu değişim siyasal iletişimi de yakından ilgilendirmektedir. Çünkü yoğunluğunu seçmen kitlenin oluşturduğu ortamların seçmene mesaj iletebilme açısından başarılı bir şekilde kullanımı, yer ve zaman kısıtlamasını ortadan kaldırması, görsel-işitsel destekli sunum imkânı sağlaması, parti liderlerini yeni medya platformlarını etkin kullanma yönünde oldukça motive etmiştir (Tereci, 2017, s. 51). Bu çalışmada ele alınan Twitter'ın karşılıklı etkileşime uygun yapısı, bu platformun tek taraflı bilgi ve mesaj aktarımından ziyade iki yönlü ve paylaşımcı kullanımını siyasetçiler açısından gerekli kılmaktadır.

Siyasi parti örgütlerinin, modern çağın gereksinimi olan örgütlü yaşam disiplini sebebiyle yoğunlaştıkları iletişim çalışmaları, meşruyet kazanmalarına ve etkinliklerini sürdürebilmelerini mümkün kılmaktadır. Ancak toplumların demokrasi mücadelelerinin bir sonucu olan siyasi partiler, demokrasi mücadelenin çok fazla görülmediği Türk siyasal hayatında lider odaklı iletişim stratejileri geliştirmektedir (Çankaya 2008: 76). Yerel seçimler (özellikle belediye başkanlığı), genel başkanlardan ziyade adayların ön planda olması sebebiyle milletvekili seçimlerinden farklı bir hava yaratmaktadır. Adayların kimi özellikleri (kişisel, fiziksel, iletişim becerisi, vaat edilen projeler, ideoloji, hemşehricilik) seçmenin oy tercihini etkileyebilmektedir (Akyıldız ve Negiz, 2012). Bu sebeplerle sosyal medyanın, özellikle Twitter'ın, hem adaylar ve liderlerin kullanıcı hesapları hem de seçmen psikolojisi açısından önem arz ettiği söylenebilir.

Siyasi partiler ve liderlerinin seçim kampanyalarında yeni medyayı gelenekselleşmiş iletişim yöntemleriyle beraber aynı içeriklerle kullanıyor olmaları, sosyal medyanın seçmen üzerindeki etkisini artırmaktadır. Twitter'ın anlık ileti paylaşılmasına imkân veren yapısı, hız, zaman ve mekân açısından serbest bir ortam sağlıyor olması, kullanıcının içerik üretmek aktif olarak katılabildiği bir ortam yaratması ve seçimlere etkisi platformun önemini artırmaktadır. Ülkemizdeki siyasi parti liderleri de bu olgulardan hareketle Twitter hesapları açmışlar ve

Twitter'ı siyasal iletişimde önemli bir araç olarak kullanmaya başlamışlardır (Ölçer, 2016). Günümüzde Twitter etkili bir siyasal sosyalleşme aracına dönüşmüştür. Siyasal aktörlerin toplumun tüm kesimleriyle iletişim halinde olabilmelerine imkân tanınması sayesinde hedefledikleri başarıyı elde etme açısından, siyasal partiler için sosyal medya ve Twitter temel bir araç haline gelmiştir (Emiroğlu, 2019). Çevrim içi siyaset aracı olarak da kullanılan Twitter özelinde siyasal iletişim çalışmaları, siyasal partiler açısından doğru mesaj stratejileri hedef kitlelerine daha kolay ulaşarak geleneksel iletişim yöntemlerinin gücünü arttırmak açısından büyük artılar kazandırmaktadır. Ayrıca Twitter'ın etkileşimsellik özelliğini artıran hashtag, retweet, mention ve beğeni gibi fonksiyonların yararlı kullanımı adına, liderler arasında önemli farklılıklar tespit edilmiştir. İçerik üretmeye imkân tanıyan, katılım oranını yükselten Twitter gibi platformların seçmenlerle iletişimin geliştirilebilmesi ve beklentilerin artırılabilmesi açısından verim elde edilecek şekilde kullanımının seçim kampanyalarında başarı sağlayacağından bahsedilebilir.

Kullanıcılarla doğrudan iletişim ve karşılıklı etkileşim sağlayan sosyal medya uygulamaları, seçim sürecinde de parti liderleri ve adaylar tarafından yaygın olarak kullanılmaktadır. Ayrıca sosyal medyanın kullanılması yüz yüze iletişim yöntemlerinin sürdürülebilmesi için gereken zaman ve mali bütçe açısından da önemli bir tasarruf sağlamaktadır (Gençalp, 2019). Bu olgular ışığında, stratejilerin seçmen tercihlerindeki etkisini artırabilmek amacıyla internet ve sosyal medyanın geleneksel medya olanaklarıyla birlikte kullanılması gerektiği önem arz eder. Bu çalışma iktidar ve ana muhalefet partileri liderlerinin 2019 yerel seçiminde Twitter kullanım şekilleri ve yoğunluklarından bahsetmesi ve aynı zamanda seçmen olan kullanıcılar üzerindeki etkileri açısından önem taşımaktadır. Resmi web sitelerinden ayırıcı özellik olarak, şahıs olarak da yer alabildikleri sosyal medya platformlarında, AKP ve CHP liderlerinin seçmenleriyle güçlendirdikleri ilişkiler ve Twitter özelinde sosyal medya kullanım şekilleri bu çalışmanın temelini belirlemektedir. Bu olguyla, Twitter kullanıcısı olan liderlerin resmi Twitter hesapları 2019 Yerel Seçimleri sürecinde son bir ay analiz edilmiş ve liderlerin hesapları, attıkları tweetler, aldıkları etkileşim sayıları ve konu dağılımı ile ilgili olarak içerik çözümlemesi bulgularının değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

ÖNEM

İnsanın sosyal varlık olarak görülmesinden beri birlikte yaşamasının ilk şartı olarak kabul edilen iletişim, teknolojinin gelişim süreciyle paralel olarak insanlık tarihini şekillendirmiştir. Dumanla haberleşmeden akıllı telefonla iletişimin sağlandığı bir döneme gelinmiştir. Bilgi, duygu ve düşüncelerin paylaşılmasına olanak sağlayan iletişim, düzeyi ne olursa olsun, iletişime geçme amacının yanında ikna etme isteği de gütmektedir. İletişimin ikna amacı taşıdığı alanlardan biri de siyaset sahnesidir (Kalkan vd., 2002). İnsanlardaki iktidarı elde etme veya iktidarların aldıkları kararları etkileme arzusu güç odaklarını meydana getirmiş, bu grupların kamuoyu yaratma ya da var olan kamuoyunu kendi isteğine göre yönlendirme amacı da kitlesel iletişimi gerekli hale getirmiştir. Yeni medyanın siyasal iletişim sürecinde yoğun bir şekilde kullanılmaya başlanması, sürecin önemli kurumlarından olan siyasal partilerin de iletişim ortamı olarak yeni medyada yer bulmasını sağlamıştır. Seçmenlerini bilgilendirmek ve kamuoyu oluşturmak amacıyla olan siyaset aktörleri için internet, bilgi enformasyonu sağlayabilecekleri ve karşılıklı/anında iletişime olanak veren önemli bir alandır (Çağlar ve Köklü, 2017).

Siyasete ilişkin tüm yapıları etkileyen siyasal iletişim, özellikle seçim kampanyalarında siyasetçilerin eylem ve düşüncelerine karşılık olarak ifade edilebilir. Düşünce ve davranış şekillerini istenen yönde oluşturabilmek ve bunun sürekli hale getirme gerekliliği siyasal iletişimi zorunlu kılmaktadır (Yalın, 2006, s. 170). İletişim biliminin temel unsurlarından biri olan ikna edebilme, siyasal iletişimde siyaset yapanların iletişim araç ve tekniklerini kullanarak seçmeni etkilemesi olarak ifade edilir. İkna üzerinden bir kamuoyu oluşturma amacı güttüğünden etki alanı geniştir. Siyasal iletişimin başarılı olmasında siyasetçiler, hedeflenen kitle ve mesajın içeriği ön plandadır (Kılıçarslan, 2008, s. 36).

Kavram olarak yeni medya, etkileşimli internetin iletişim gücünü soyut olarak tanımlar. İnternetin hayatımıza girmesi ve bununla birlikte yeni medya teknolojilerinin kullanımı siyasetçiler tarafından da kısa sürede keşfedilmiş, kendilerini tanıtmak ve yapmak istediklerini aktarabilmek için gelişen teknolojiye faydalanmaya çalışmışlardır. Siyasi partiler, liderler ve adaylar yeni medyayı kendi tanıtımlarını yapmanın dışında bilgi ve haberlerini paylaşabilmek için sürekliliği olan bir araç olarak kullanabildikleri gibi seçmenlerini etkileyebilmek amacıyla, özellikle seçim dönemlerinde yoğun olarak kullanılmaktadırlar (Aziz, 2013, s. 77-78).

Yeni medya seçmenleri siyasal partiler/liderler/adaylar hakkında bilgilendirmek, parti programlarını aktarabilmek ve benimsetebilmek, siyasetçilerin farklı konular ile ilgili düşünce ve çözüm önerilerini dile getirebilmesi ve diğer kitle iletişim araçlarında yer bulan durumları tekrar yayımlayabilmeye olanak veren bir iletişim dalıdır (Oktay, 2002). Siyasal iletişim süreçlerinde yoğun olarak kullanılmaya başlanan yeni medya, siyasetin önemli ayaklarından olan partiler için de dahil olunması gereken bir yer haline gelmiştir. Seçmenle iletişim kurmak ve kamuoyu desteği yaratmayı hedefleyen siyasetçiler için yeni medya, bilgi akışını kontrol edebildikleri ve bir mecra olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu olgular ışığında diğer geleneksel iletişim kurumlarına göre çok daha avantajlı olduğu söylenebilir.

Bilgi ye ulaşmanın kolay, erişilebilir ve ucuz olanaklarıyla partiler (liderler ve adaylar) seçmenlerine direkt ulaşabilmektedir. Böylece partiler için yeni bir rekabet ortamı doğmuştur. Partiler, liderler, milletvekilleri ve belediye başkanları şahsi sosyal medya hesaplarında çalışmalarını, hedeflerini, seçim konuşmalarını, propagandalarını, mitinglerini, partileriyle veya kendileriyle ilgili haber ve gelişmeleri paylaşmaktadır (Akgün, 2008, s. 177-183). Seçim atmosferine girildiğinde partiler, yeni medya teknolojilerindeki gelişim ve dönüşümü dikkate alarak herhangi bir aracıya ihtiyaç olmadan yer, zaman, biçim fark etmeksizin, hedef kitlelerinden geri bildirim alabilmek ve çevrimiçi (online) olarak etkileşimde kalabilmek için sosyal medya hesaplarını çalışmalarında yoğun olarak kullanılmaktadırlar.

Sosyal ağların en çok kullanılanlarından biri olan Twitter, Türkiye’de 11,8 milyon, dünyada 340 milyon aktif kullanıcıya sahiptir (We Are Social, 2020). Günden güne artış gösteren kullanıcı sayıları ve sosyal medyada geçirilen süre, kullanıcılara zaman ve yer ve zaman sınırı olmadan (mobil cihazlar) ulaşım olanağı sağlıyor oluşuyla amaçları seçmenle iletişim kurmak olan siyasetçilerin ilgisini bu mecraaya çekmiştir. Etkileşime açık olan yeni medya sayesinde kamusal alan haline gelen sosyal medyanın gücü, siyasetçiler için meşruiyet ve onay alma kurumu olarak görülmesine sebep olmuştur (Türk, 2014). Partiler ve liderler de Twitter, YouTube ve Facebook gibi platformların kullanımına önem atfetmekte, bireysel ve kurumsal sayfalarla bu platformlarda yer almaktadırlar. Geleneksel olarak görülen afiş, video, reklam gibi araçlar bu platformlarda da paylaşılabilen, siyasal iletişim çalışmaları genel iletişim çalışmalarına olanak veren sosyal medya üzerinden de sağlanabilmektedir. Sosyal medya platformları hedeflenen seçmenlere yakınlaşabilme, onları bilgilendirebilme, hızlı ve interaktif bir iletişim imkânı sunmaktadır (Öztürk, 2014, s. 400). İnternet kullanım oranının günden güne artmasıyla sosyal medya platformları siyasi çalışmaların yürütülmesinde en önemli araçlardan biri olmuştur. Genç seçmen kitlenin daha yoğun zaman geçirdiği bu platformlar, gençlerle iletişim kurabilmek, onları parti politikalarından haberdar edebilmek ve partiler üye olarak katabilmek için tercih edilmektedir.

Bu çalışma ile parti liderlerinin Twitter kullanımlarının 2019 Yerel Seçimleri’ne etkisi araştırılmış ve iletişim araçlarından sosyal medyanın kullanımının seçmenler üzerindeki etkisinin ne denli olduğu gözlemlenmiştir. Yapılan içerik analizinden elde edilen bulgular ile; iktidar ve ana muhalefet liderlerinin paylaşımlarıyla seçim sürecine doğrudan dahil olduğu, yayınladıkları mesajlar ve canlı miting paylaşımları ile partilerinin ve adaylarının propagandasını yaptıkları tespit edilmiştir. Bu bulgularla liderlerin sosyal medyayı adeta bir siyasal parti temsilciği gibi kullandıkları ve tüm parti örgütünün bu çalışmaları temel olarak politika belirlediği söylenebilir.

KURAMSAL TEMEL

Bu çalışmada kuramsal olarak Agonistik Yaklaşım ve Gündem Belirleme Kuramı temel alınmıştır. Agonistik demokrasi modeline göre siyaset: karşıt iktidar kurma mücadeleleri arasında hiçbir zaman tam olarak çözümlenemeyecek bir mücadele olarak kavramlaştırılmıştır (Mouffe, 2010). Siyaseti toplumsal uzlaşma ortamı değil çatışma ortamı şeklinde yorumlayan Mouffe (2010) liberal yaklaşım ve uzlaşma yanlısı siyaset eksenini ‘anti-politik vizyon’ olarak değerlendirmektedir.

Agonistik yaklaşım modeli temelde siyasete katılımı ve siyasetin yeniden aktif bir konuma gelmesini ifade eder. Bu temelden hareketle, çalışmada iktidar ve ana muhalefet partisi liderlerinin Twitter kullanımlarının siyasete katılım ve siyasetin yeniden aktif bir konuma gelmesi yönünden etkileri gözlemlenmiştir. Laclau ve Mouffe (2010), ideolojiler üzerinden dayatılan ekonomik belirlenimciliğe alternatif olarak politik hareketlerin söylemlerindeki rolleri ve toplumdaki çeşitliliğe vurgu yaparak agonistik yaklaşımın gelişimine katkı sağlamışlardır. Siyasi açıdan bireysellikten yana olan liberalizmin özgürlük ve eşitlik ilkelerini agonistik yaklaşımın temeli olarak belirleyerek, bu mücadelenin derinleşmesinin kazanımlar açısından gerekliliğini vurgulamışlardır (Laclau ve Mouffe, 2010, s. 270). Agonistik yaklaşıma göre demokrasi için bireysel kârın yükselmesi veya toplumsal uzlaşma değil çatışma gerekir (Finlayson, 2009, s. 13-14). Agonistik demokraside farklılıkları görmezden gelen yaklaşımların siyaset kurumunu sınırladığı belirtilse de bu ortamda çatışma köktenci bir hale gelmemektedir (Simons, 2005, s. 150).

Agonistik demokrasi açısından yeni medyada siyasal iletişimin yeri, bu alanın hâlihazırdaki iletişim, haberleşme, bilgi paylaşımı ve örgütlenme araçlarının yerini alabilecek araçlar ve alanlar yaratmasıyla alakalıdır. (Demirhan, 2017). Örneğin; liderlerin seçim mitinglerine katılım binlerle sınırlıyken, Twitter üzerinden paylaşımlar yüz binlerce kişiye ulaşabilmektedir. Agonistik yaklaşıma göre yeni medya; liberal yaklaşıma karşı toplumun dezavantajlı kabul edilen olgularına dair geleneksel medyaya alternatif olabilecek ve geleneksel güç ilişkilerinin göz ardı edilebileceği siyasal bir çevre olarak kabul edilir (Dahlberg, 2007, s. 133).

Gündem belirleme kuramı ise, üzerine çok sayıda araştırma yapılan ve iletişim çalışmalarını önemli oranda etkileyen bir kitle iletişim kavramıdır. İlk olarak 1920’li yıllarda ortaya çıkan ve günümüze kadar gelen süreçte bu kuramın, görsel ve yazılı basının, genel anlamda medyanın, toplumsal etkilerini incelemeyi amaçlaması önem arz etmektedir. İngilizce karşılığı ‘agendasetting’ olan gündem belirleme kavramı, farklı çalışmalarda gündem yaratma, gündem oluşturma, gündem kurma ve gündem hazırlama gibi kavramlarla da kullanılabilmektedir (Yüksel, 2007 s. 576). Gündem belirleme kuramında gündem, toplumdaki öncelik sıralamasına göre dizilen

olaylar ya da konuların listelenmiş halidir. Dilimizde de benzer biçimde, Türk Dil Kurumu Sözlüğü'nde gündem; görüşülecek konuların tümü olarak tanımlanmaktadır (Yüksel, 2007 s. 578). Gündem belirleme ile ilgili çalışmalar medya içeriklerinin kullanıcının düşüncelerini doğrudan etkileyip biçimlendirdiği olasılığının terk edildiği bir dönemde ortaya çıkmıştır. Ancak gündem belirleme çalışmalarını önceleyen varsayımlar ve araştırmalar da bulunmaktadır. Bu varsayımların en önemlilerinden biri, Cohen'in 1963'de yayınlanan Basın ve Dış Politika (Press and Foreign Policy) kitabında yer alan; medya zamanın çoğunda insanlara ne düşüneceğini söylemede başarılı olamamıştır, ama okuyucuya ne hakkında düşüneceğini söylemekte oldukça başarılıdır (1963, s. 13) ifadesidir.

Gündem belirleme kuramına yönelik çalışmalarda bulunan Shaw ve McCombs, teoriyle ilgili olarak, kitle iletişim araçlarının bireylerin fikirlerini etkilemede önemli olduğuna vurgu yapmışlardır. Kitle iletişim araçları bireylerin ne konuda düşünmeleri noktasında etkili olup onların düşüncelerini yönlendirmektedirler (Akt: Atabek, 1998, s. 157). Bahse konu kurama göre insanlar, kitle iletişim araçları aracılığıyla bilgilendirilmekte ve kitle iletişim araçlarının herhangi bir konuya verdiği önem, ona ayırdıkları zaman bireyler tarafından konunun algılanmasında önem arz etmektedir (Atabek, 1998, s. 156).

Liderler ve partiler bireylerin ilgisini canlı tutmak ya da bireylerin dikkatini başka yönlere çekmek için yapay gündemler oluşturmaktadır. Bunu yaparken de kitle iletişim araçlarını kullanmaktadırlar. Kitle iletişim araçları aracılığıyla siyasal partiler bireyler üzerinde beklenen etkiyi yapacak en etkili ve dikkat çekici konular hakkında çeşitli açıklamalar yapmaktadırlar. Bireylerin düşünce dünyalarında ve davranışlarında değişikliğe yol açacak özellikle korku ve panik kaynaklı haberler aracılığıyla siyasal iktidarlar toplumun gündemini belirlemektedirler (Güngör, 2013, s. 113).

Çalışmada Agonistik Yaklaşım ve Gündem Belirleme Kuramı'nın temel alınma sebebi; bu iki yaklaşıma göre yeni medya olarak tarif edilen yapının geleneksel kabul edilen iletişim, bilgi paylaşımı ve haberleşme araçlarına alternatif araçlar ve alanlar sağlıyor oluşudur. Agonistik demokrasinin yukarıda bahsettiğimiz iletişim ve siyaset konularındaki yaklaşımları temel alınarak, siyasal iletişimin yeni medya özelinde anlamlandırılabilmesinde faydalanılabilecek kavramlar üzerinden hareket edilmiştir. Agonistik yaklaşıma dâhil edilen alternatif kavramsal modellerle yeni medya platformlarında siyasal iletişim alanının farklı pencerelerden okunmasına ve analizine katkı sunacağı düşünülmektedir.

Bu çalışmada, yerel seçim sürecinde paylaşımların vaatlerden çok diğer partiyi yıpratma üzerine kurulduğu görülmektedir. Ayrıca kullanıcı seçmen üzerinde yaratılan etkinin, etkileşim sayılarına da bakarak, takipçi sayısı doğru orantılı olduğu söylenebilir. Araştırmada agonistik demokrasi ile Twitter platformu arasındaki iletişim sürecine ek oluşturacak şekilde, liderler ile agonistik siyaset arasındaki ilişkiye dair bulgular üzerine çalışılmıştır. Gündem belirleme kuramına göre ise; liderlerin paylaşım ve söylemlerinin parti örgütünün politikasını belirleyip belirlemediği, kullanıcıların lider söylemlerine karşı ortaya koyduğu tutumlar, paylaşım ve etkileşim sayıları üzerinden incelenmiştir.

LİTERATÜR TARAMASI

Literatüre bakıldığında siyasal iletişimde liderlerin sosyal medya, özellikle Twitter, kullanımlarının siyasete ve seçmenin tercihiye etkisi konusunda çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmalardan ilki, Arıcı (2015) tarafından siyasal iletişim ve yeni medya ekseninde siyasi partilerin ve liderlerinin sosyal medya kullanımları üzerine yapılmıştır. Çalışmanın amacı; TBMM (Türkiye Büyük Millet Meclisi)'de bulunan AKP (Adalet ve Kalkınma Partisi), BDP (Barış ve Demokrasi Partisi), CHP (Cumhuriyet Halk Partisi) ve MHP (Milliyetçi Hareket Partisi)'nin ve parti liderlerinin yeni medya platformlarındaki hesaplarının içerik analizi yöntemiyle araştırılarak, ilgili alanyazın ve iletişim kuramları çerçevesinde analiz edilmesidir (Arıcı, 2015).

Araştırmanın sonucuna bakıldığında siyasi partilerdeki ideolojik ayrımların sosyal medya kullanma şekillerine de yansıtıldığı; siyasi partilerin ve liderlerinin değişkenlik gösteren oran ve şekillerde sosyal medyada var oldukları kanısına varılmıştır. Siyasi partilerin ve liderlerinin yeni medya platformlarını kullanım şekillerine bakıldığında sosyal medya sayfalarında geleneksel medya kullanımıyla benzerlik gösterdikleri, söylem ve ideoloji bağlamında güncel konuların devam ettirildiği görülmektedir (Arıcı, 2015, s. 63). Oluşturulan tablo ile siyasal iletişim ve sosyal medya ilişkisi Türk siyaseti şartları da göz önüne alınıp okunarak sonuçları belirtilmiştir.

Çalışma yeni medyada siyasal iletişimin nasıl bir ilişki içerisinde olduğunu açıklamaya çalışmaktadır. Çalışmada bu sebeple siyasi partilerin ve liderlerinin sosyal medya kullanımları incelenmiştir. Arıcı'nın (2015) yaptığı çalışmanın bizim yaptığımız çalışmayla örtüştüğü nokta da burasıdır. Hem partilerin hem de liderlerinin sosyal medya performanslarının değerlendirilmiş olması, yaptığımız çalışma için iktidar ve ana muhalefet liderlerinin yanı sıra diğer liderler ve partileri de incelememizde katkı sunmuştur.

İkinci çalışma, Yetkin (2019) tarafından 2019 Yerel Seçimlerinde aday olan kişilerin Twitter kullanımı üzerine yapılmıştır. Çalışmanın odağını 31 Mart 2019 yerel seçimlerinde üç büyükşehir belediye başkanlığı için (İstanbul-Ankara-İzmir) Cumhuriyet İttifakı ve Millet İttifakı'nın adayları olan kişilerin Twitter kullanımları oluşturmaktadır. Siyasal iletişim aracı olarak gün geçtikçe yaygınlaşan Twitter'da altı adayın şahsi sayfaları, 1 Şubat - 31 Mart 2019 tarihlerini kapsayan paylaşımları temel alınarak katılım ve etkileşim yönünden

değerlendirilmiştir. Betimsel çözümleme yöntemi kullanılarak iletişimin niteliğini değiştirme gücüne sahip olan platformun siyasal iletişim çalışmalarını ne derece etkilediği araştırılmıştır (Yetkin, 2019).

Araştırma bulgularına baktığımızda Türkiye'deki siyasal iletişim çalışmalarının yeni medyanın getirdiği olanaklara uyum sağlamakta zorlandığı söylenebilir. Bu olgu, siyasal kültürün yeni iletişim mecralarının olanaklarından daha katı düzeyde olduğu sonucunu ortaya koymaktadır. Kullanım deneyimlerinin değişiklikler gösterdiği sosyal medyada, yeni medya kullanım becerilerinin de farklılıklar gösterdiği görülmektedir. Seçmen tabanını etkileşim sayesinde harekete geçirerek, adayların ya da partilerin potansiyel oylarının belirlenmesinde etkili olan sosyal medya platformları, gerek siyasetçilerin gerekse araştırmacıların ilgi alanına giren bir konu haline gelmiştir (Yetkin, 2019).

Bu çalışmanın bizim çalışmamızla ilişkisi; 31 Mart yerel seçimleri üzerine çalışıyor olması, seçim süreci ve seçim sonrasında, adayların Twitter kullanım pratiklerinin katılımcı ve etkileşimli bir nitelik kazanıp kazanmadığına cevap aranmış olmasıdır. Çalışma Cumhur İttifakı ve Millet İttifakı'nın 31 Mart 2019 da yapılan yerel seçimlerde büyükşehir belediye başkan adaylarının Twitter kullanım pratiklerini odağa almış ve İstanbul-Ankara-İzmir ittifak adaylarının Twitter sayfaları ile sınırlandırılmıştır. Çalışma bu olgular sebebiyle literatür taraması kapsamına alınmıştır.

Üçüncü çalışma ise, sosyal medyanın siyasetteki rolü üzerine, AKP, MHP ve CHP'yi inceleyen Dilber (2018) tarafından hazırlanmıştır. Bu araştırmanın temel amacı; günümüzde en etkin iletişim kanallarından olan sosyal medya platformlarının siyasal iletişim alanındaki etki gücünü ifade etmektir. Bu sebeple partilerin ve parti liderlerinin sosyal medya sayfaları incelenerek siyasette bir iletişim kanalı olan sosyal medyanın kullanım şekilleri ifade edilmeye çalışılmıştır (Dilber, 2018).

Yapılan çalışmada partilerin ve genel başkanların sosyal medya verileri analiz edildiğinde gerek partiler gerekse genel başkanlar tarafından birçok sosyal medya platformunun etkili bir şekilde kullanılmakta olduğu görülmektedir. Örneklem olarak alınan partilerin ve genel başkanların Facebook, Youtube, Google Plus, Twitter ve Instagram gibi sosyal medya platformlarını kullanarak hedef kitlelere ulaşma, onları bilgilendirme, tanıtım ve ikna amacı güttükleri görülmektedir. Bu veriler ışığında, etki alanı çok geniş olan sosyal medyanın, siyasal iletişim açısından da çok önemli olduğu söylenebilir (Dilber, 2018). Geniş kitlelere itap etmesi ve geniş bir alana sahip olması sebebiyle sosyal medya siyasette belirleyici konuma gelmiştir (Dilber, 2018). Siyasi açıdan kısa zamanda geniş kitlelere ulaşma olanağı sağlayan sosyal medya, zaman ve yer ve zaman gözetmesizin her an seçmene ulaşabilme ve onları bilgilendirebilme imkânı yaratmaktadır.

Siyasal iletişim ve sosyal medya ilişkisini açıklayan çalışmada, bizim de kendi çalışmamızda yer verdiğimiz Adalet ve Kalkınma Partisi ile Cumhuriyet Halk Partisi'nin yanı sıra Milliyetçi Hareket Partisi de incelenmiştir. Araştırmanın kavramsal çerçevesindeki bilgilerin literatür taraması yapılarak toplanmış olması ve konuya ilişkin mümkün olan tüm kaynakların taranarak araştırma için gerekli olan verilerin kaydedilmiş olması, bizim yaptığımız çalışmaya kaynak oluşturması açısından önemlidir.

Literatür taramasındaki dördüncü çalışma; Çağlar ve Köklü (2017) tarafından, partilerin resmi web sitelerinin incelenmesi üzerine yapılmıştır. Yapılan çalışma ile 1 Kasım 2015 Genel Seçimleri öncesi ve sonrasında aldığı oy sıralamasına göre; Adalet ve Kalkınma Partisi (AK Parti), Cumhuriyet Halk Partisi (CHP), Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) ve Halkların Demokratik Partisi'nin (HDP) resmi web sitelerinin ana sayfaları incelenmiş içerik çözümlemesi yöntemi kullanılarak betimsel biçimde analize tabi tutulmuştur. Bu çalışmayla partilerin siyasal iletişim çerçevesinde web sitelerini ne şekilde kullandıklarının ve kullanımlarındaki farklılık boyutlarının ortaya konulması amaçlanmıştır (Çağlar ve Köklü, 2017).

Yapılan çalışmada incelenen dört partinin web sitelerini kullanma amaçları genel hatlarıyla benzetilmektedir. Siyasi iletişim olarak özellikle seçim atmosferinde seçmenlerle iletişim kurmak, partiyi/adayları tanıtmak, kamuoyu yaratmak, parti reklam filmlerini paylaşmak ve diğer partilerden farklılıklarını ifade edebilmek için resmi web sitelerinin kullanıldığı tespit edilmiştir. Çalışma kapsamındaki tarihler arasında; partilerin resmi web sitelerini aktif ve etkili kullanımı sıralandığında en etkin partinin Ak Parti olduğu daha sonra sırasıyla CHP, HDP ve MHP'nin geldiği şeklinde sonuçlanmıştır.

Çalışmada verileri elde etmek için 1 Kasım 2015 Genel Seçimleri öncesi ve sonrası olmak üzere 28.10.2015 - 05.11.2015 tarihleri arasında; Ak Parti, CHP, DP ve MHP'nin resmi web sitelerinin ana sayfaları incelemeye alınmıştır. Çalışmada partilerin web siteleri betimleyici bir şekilde yorumlanarak içerik ve günlük haber akışı ekseninde analiz edilmiştir. Çalışmada, bizim çalışmamızda da olduğu gibi, Ak Parti ve CHP'nin de incelenmiş olması önemlidir. Çağlar ve Köklü'nün (2017) çalışmasını kaynak olarak almamızın nedenlerinden biri de, partilerin sadece seçim atmosferi içinde mi yoksa seçim bittikten sonra da web siteleri aracılığıyla siyasal iletişim faaliyetlerini sürdürüp sürdürmedikleri sorularına cevaplar aranmış olmasıdır.

Literatür taramasında incelediğimiz beşinci çalışma, Barlas (2019) tarafından yapılan siyasal iletişimde dijitalleşmenin incelendiği çalışmadır. Bahse konu araştırmada, 24 Haziran 2018 tarihinde yapılan Cumhurbaşkanlığı Seçimi'ne kadar adaylar arasında Twitter'ı en yüksek oranda kullandığı tespit edilen İYİ Parti Genel Başkanı Meral Akşener incelenmiştir. Diğer inceleme unsuru da bu platformu en az oranda kullandığı tespit edilen Cumhur İttifakı'nın adayı Recep Tayyip Erdoğan'ın seçim kampanyaları sürecinde Twitter kullanım şekilleridir. Çalışma, aday olmak için başvuru süresinin bittiği 5 Mayıs 2018 ile Yüksek Seçim Kurulu'nun kesin

olmayan sonuçları açıkladığı 25 Haziran 2018 tarihleriyle sınırlandırılmış, Erdoğan ve Akşener tarafından yapılan paylaşımların tür, içerik ve işlev açısından nicel bir analize tabi tutulmuştur. Adayların yeni medya iletişim stratejileri ve kullanımları grafikler haline getirilmiş elde edilen veriler üstünden karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir (Barlas, 2019).

Çalışma çerçevesinde sosyal medya kullanımından daha çok geleneksel medya araçlarından faydalanan ve en yüksek oy oranıyla Cumhurbaşkanı seçilen Recep Tayyip Erdoğan ile Türkiye'deki sosyal medya platformlarının kullanım oranının yüksekliğinden faydalanmak isteyen ve seçim sonucunda dördüncü sırada olan Meral Akşener'in Twitter kullanım şekilleri karşılaştırılarak incelemeye alınmıştır. Yeni medya araçlarının siyasal iletişim ile oluşturduğu paralellik, adayların kullanım verilerinin analizi sonucunda çürütülebilir olduğu görülmektedir. Akşener ve Erdoğan'ın seçim sıralaması, özellikle Twitter üzerinden sergilenen performansın tam tersi olarak sonuçlanmıştır (Barlas, 2019).

Barlas (2019) çalışmasında Erdoğan ve Akşener tarafından paylaşılan tweetleri amaçları, içerikleri ve türleri açısından nicel bir analize tabi tutmuştur. Aynı zamanda adayların yeni medya stratejilerini ve performanslarını grafikler üzerinden değerlendirmiştir. Bu durum, çalışmamızda ele aldığımız liderlerden Erdoğan'ın paylaşımlarının derin bir analizini içermesi nedeniyle önemlidir.

Literatür taramasındaki altıncı çalışma ise, Genel (2012) tarafından yapılan siyasal kampanyalarda sosyal medyanın etkileri üzerine yapılan çalışmadır. Çalışmanın amacı, iletişim teknolojilerinin günümüzde geldiği yer sayesinde siyasal iletişimin sosyal medya etkisiyle yön değiştiren sürecin Türk siyasetçileri tarafından nasıl algılandığını araştırmaktır. Türk siyasetçilerinin sosyal medya kullanım şekillerinin analiz edildiği çalışmada 12 Haziran 2011 tarihinde yapılan genel seçime yönelik, %10 barajını aşan ve TBMM'ye milletvekili gönderme hakkı kazanan parti liderlerinin Twitter sayfaları temel alınarak içerik çözümlemesi yöntemi ile sosyal medyayı kullanma alışkanlıkları teste tabi tutulmuştur (Genel, 2012).

Medya Takip Merkezi (MTM)'nin 9-15 Ocak 2012 tarih aralığında yaptığı çalışmaya göre geleneksel medyada siyaset, sosyal medyada ise spor ağırlıklı konuların etkin olduğu sonucu elde edilmiştir. Bu olgularla birlikte Türk siyasetçileri arasında siyasal iletişim açısından geleneksel medyanın yeni medya platformlarına göre daha fazla tercih edildiği söylenebilir. Sosyal medya kullanım şekillerinin, ülkelerdeki gelişmişlik seviyesine, iletişim teknolojilerinin ilerletilmesi için yatırımlara, değişkenlik gösteren siyasal kültürlere, seçmen psikolojisine ve liderlerin şahsına özgü sayılabilecek özelliklerine göre farklılıklar gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır (Genel, 2012).

Genel (2012) parti liderlerine bir sınırlama getirerek sadece seçim sonunda %10 barajını geçen partilerin liderlerinin "Twitter" hesaplarını araştırmıştır. Ayrıca Adalet ve Kalkınma Partisi (AK Parti) Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan ismiyle açılmış birçok Twitter profiliyle karşılaşılmasına rağmen, bunların hiçbirinin resmi olarak Erdoğan'a ait olmadığı belirlendiği için çalışma kapsamına alınmamıştır. Burada çalışmamın yapıldığı tarihte Twitter'da "mavi tik" özelliğinin henüz olmadığını anlamaktayız. Bu çalışma, liderlerin Twitter'ı yeni kullanmaya başladığı dönemde yapılması açısından önem taşımaktadır. Bu sebeple literatür taramamızda çalışmaya yer verilmiştir.

Literatür taramasındaki yedinci çalışma, Özer'in (2014) algılama yönetimi ve siyasal iletişim üzerine yaptığı çalışmadır. Çalışmada algılama yönetiminin siyasal iletişimde nasıl etkinlik kazandığı ve bundan nasıl faydalanabileceği irdelenmiştir. İlk olarak genel bir iletişim tanımlaması, sonrasında ise siyasal iletişim teorik olarak ele alınmış, son olarak da siyasal iletişim ile algılama yönetimi arasındaki ilişki bir bölümde analiz edilmiştir (Özer, 2014).

Siyasal iletişimin seyrini kitle iletişim araçlarındaki gelişim ve dönüşüm değiştirmiştir. Özellikle internetin yaygınlaşması ve sosyal medya platformlarının hayatımıza dahil olmasıyla elektronik siyaset veya çevrimiçi siyaset denilen devir başlamıştır. Etkileşimli siyaset, siyasal iletişim sahasında geleneksel medya ve eski usul politika yapma tarzlarına ciddi anlamda modern bir rakip haline gelmiştir. Yakın zamandan bugüne siyasal iletişim sürecinin olmasında etkileşimli siyaset mecraları kadar, algılama yönetimi tekniklerini kullanabilmek de önemli duruma gelmiştir. Çalışmada detaylı olarak ele alınan algılama yönetimi; faydayı en üst düzeye çıkarma ve belirsizliği daha en aza indirgenebilmiş bilgileri sağlayabilmek için dünya genelinde veri akışını kontrol etmek olarak kavramlaştırılmıştır. Bu yöntemin kullanılmasıyla elde edilen verilerin siyasal iletişime yansıtılması, genel olarak iletişimin başarısını oldukça artırmaktadır.

Özer'in (2014) bu makalesi, siyasal iletişimi teorik boyutta inceleyerek açıklamaya çalışması sebebiyle etkili olmuştur. Siyasal iletişim üzerine çalışan tüm siyasetçiler, doğrudan hedef alınan toplumların değer yargılarıyla ile uyum içerisinde olmalı ve bu değerler ışığında hareket etmelidir. Siyasetçilerin toplumun değerleriyle çatışan hareketlerde bulunması, arkalarına aldıkları toplumsal desteği zayıflatır ve hizmetlerin başarıya ulaşmasını güçleştirir (Özer, 2014). Yaptığımız çalışmada AKP ve CHP liderlerinin arkasındaki 'sosyal medya toplumu' desteğini analiz edebilmeyi amaçladığımızdan, Özer'in (2014) bu çalışması önem arz etmektedir.

Sekizinci çalışma Bingöl ve Özkan (2017) tarafından yapılmıştır ve Cumhurbaşkanı ile diğer parti liderlerinin sosyal medya kullanımı üzerinedir. Çalışma; Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde 20'den fazla milletvekili olduğu için grup kurma hakkı elde eden parti liderlerinin ve T.C. Cumhurbaşkanı'nın resmi Twitter sayfalarını 16 Nisan 2016'da yapılan Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi Referandumu süresince yapmış oldukları paylaşımlar ve

Twitter'ı ne şekilde kullandıkları yönünden nitel veri analizi yöntemlerinden faydalanarak incelemektedir. Nitel veri analizinin yanı sıra çeşitli ifade analizleri ile kümelenme analizi yapılmıştır (Bingöl ve Özkan, 2017).

Yapılan çalışmanın sonuçlarına bakıldığında; referandumda "EVET" tercihi için çalışan liderlerin Twitter kullanmasındaki ana odak etkinlik paylaşımları yapılmıştır. Bu bağlamda kullanıcılar özellikle Cumhurbaşkanı Recep Tayyip ERDOĞAN ve AK Parti Genel Başkanı ve Başbakan Binali YILDIRIM'ın resmi Twitter sayfalarına baktıklarında çoğunlukla toplantılar, mitingler ve açılışlar gibi çalışmaların yapıldıysa kayıtlarını, yapılmadıysa yapılacağı yer ve zamanı haber veren tweetler görmektedir. "HAYIR" tercihi için çalışmalar yapan siyasetçilerin hesaplarına bakıldığında ise "EVET" diyen liderlerin aksine genellikle topluma doğrudan hitap eden ve slogan tarzı çalışmalar olan 'Birlikte yaşayan bizler birlikte kazanalım. Sen de HAYIR de, gülüşlerimizi çoğaltalım' veya 'Biz kadınlar Tekten güçlüyüz! #birliktenHAYIRdoğar' örnek paylaşımları tespit edilmiştir (Bingöl ve Özkan, 2017).

Çalışma evreni, siyasal iletişimde de etkinliği oldukça artan uygulamalardan Twitter platformundan oluşmaktadır. Bizim de yaptığımız çalışmada evren olarak Twitter'ı seçmiş olmamız önem arz etmektedir. Çalışma Recep Tayyip Erdoğan'ın 2017 Referandumu sürecinde attığı tweetleri nitel olarak incelemesi açısından da inceleme kapsamına alınmıştır. Bu sebeplerle literatür taramasında çalışmaya yer verilmiştir.

Literatür çalışmasının dokuzuncusu olan çalışma; Şener, Emre ve Akyıldız (2015) tarafından yapılan sosyal medyanın siyasal katılıma ne gibi etkileri olabileceği üzerine yapılmıştır. Yapılan çalışma ile sosyal medya sayesinde vatandaşların siyasete katılımı konusunda değişikliklerin olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmada cevap aranan soruları şöyle ifade edebiliriz: Sosyal medyanın siyasete katılımı etkilemesi konusunda ön plandaki etmenler nelerdir? Siyasete katılımı, demografik özelliklere göre ayrıldığında kullanıcı dağılımı nasıl oluşmaktadır? Sosyal medya platformlarının kullanımı siyasi katılımı ne şekilde etkilemektedir? Siyasete duyulan ilginin seviyesi online siyasete katılım konusunda ne kadar etkilidir? Gezi Parkı Direnişi'nin kullanıcıların sosyal medya kullanım pratikleri üzerinde ne tarz etkileri olmuştur? (Şener vd. 2015)

Sosyalleşme ve gelir açısından sorunu olmayan seçmen kitlenin, siyasete ilgi ve katılımının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Sosyalleşme ve özellikle gelir açısından sıkıntıda olan kitle, siyasete ilgi ve katılımı düşük seviyelerdedir. Çalışmanın bulgular kısmına bakıldığında; Türkiye'de, sosyal medya platformlarının artışı, bu platformların üye sayısı ve kullanım oranlarını artırıyor olsa da, siyasete ilgi ve katılımın sağlanması açısından yeterli bulunmamaktadır. Online siyasal iletişim kullanımlarına bakıldığında sosyo-kültürel ve ekonomik gelir seviyeleri hala belirleyici konumdadır. Seçmenlerin sosyal medya platformlarında yer almaları, siyasi içeriklerin dolaşıma sokulmasında önemli bir yer tutmaktadır. Haber alma kaynağı olarak ciddi bir yere gelen sosyal medya, kullanıcılar açısından hala sadece tüketim boyutunda kalmaktadır.

Çalışmada genel olarak görüldüğü gibi, sosyal medyanın siyasete olan etkisi, kullanıcıların kendi tercihlerine bağlı olarak şekillenmekte ve çoğunlukla kullanıcılar siyaseti 'özelinde' tutma veya 'dışlama' yoluna gitmektedir. Çalışmanın literatür taramasına alınmasının sebebi, bu bulgulardan hareketle yeni medyanın ve sosyal paylaşım platformlarının siyasi durumlarda toplum üzerinde yarattığı etkileri araştırmış olmasıdır.

Literatür taramasında incelediğimiz son çalışma, Toprak ve Küçük (2016) tarafından dönemin başbakanı Ahmet Davutoğlu'nun sosyal medya hesabı üzerine yapılan çalışmadır. Çalışma, 1 Kasım 2015 tarihinde yapılan genel seçim öncesinde Başbakan Ahmet Davutoğlu'nun Facebook resmi sayfasındaki paylaşımlarına gelen kullanıcı yorumlarını incelemektedir. Çalışmada Davutoğlu'nun Facebook sayfası 1-31 Ekim tarihleri arasında kısıtlanarak, 30 günlük dönemde sayfada yayınlanan elli videoya gelen üye yorumları incelenmiş ve bu yorumlar konularına göre sınıflandırılmıştır (Toprak ve Küçük, 2016).

Çalışmanın bulgularına göre, bu süre içerisinde paylaşılan elli video görüntüleme sayılarına göre sıralandığında, kullanıcıların beğenileri sayılarına dair bir fikir edinmek mümkündür. Ayrıca elde edilen verilere bakıldığında, hedeflenen seçmen kitlenin görüşünü alma ve taleplerini öğrenme konusunda sosyal medyanın etkin bir platform olduğu söylenebilir. Sayfada paylaşılan videolar milyonları bulan görüntülenme sayılarına, binlerle ifade edilen beğeni ve paylaşım sayılarına ulaşmaktadır. Özellikle Facebook'taki bu yorumlar, siyasetçiler için küçük ölçekli bir referandum sayılabilir. Gelen yorumların düzeyine ve etkileşimine göre siyasetçiler iletişim ve hareket alanlarını yeniden değerlendirebilmektedirler (Toprak ve Küçük, 2016).

Facebook ve Twitter gibi platformlarda gündem oluşturan başlıklar kısa sürede tüm toplumun ve geleneksel medyanın da gündemini belirleyebilmektedir. Siyasetçilerin Facebook, Twitter gibi platformlar aracılığıyla hedef kitlelerle etkileşime girip istedikleri mesajları paylaşabilme ve kitlelerin bu iletiler akında görüş ve düşüncelerini öğrenebilme olanakları vardır. Çalışmanın literatür taramasında kullanılmasının sebebi Twitter ile birlikte bu durumları sağlayan bir diğer mecra olan Facebook'un yeni medyada siyasal iletişimdeki yerinin incelenmek istenmesidir. Ayrıca bu çalışma, Facebook ve Twitter'ın siyasal iletişimdeki farklılıklarını gözlemleyebilmek açısından yaptığımız çalışmayla karşılaştırılabilir.

YÖNTEM

Bu çalışmada yöntem olarak içerik analizi yönteminden faydalanılmıştır. Yöntem olarak içerik analizi belirli evre ve süreçlerden oluşmaktadır. Bu evreler; belirlenen evren doğrultusunda ve çalışmanın amacına uygun şekilde örneklemin alınması, analiz biçimlerinin tanımlanmış olması, ölçeklerin belirlenip ifade edilmesi,

ölçekler için kodların oluşturulması, verilerin toplanması, istatistik analiziyle dağılımların belirlenmesi, bölümler içi ve arasındaki verilerin yorumlanması ve elde edilen sonuçların değerlendirilmesi olarak açıklanabilir (Erdoğan, 2003, s. 198-199). Temelde amaç olarak, sayısal açıdan çok fazla olan metinler içerisinde araştırma sorusu özelinde gerekli olan ortak bilgileri taramak ve bunları değerlendirmeyi benimseyen içerik analizi, çalışmalarda bulunan içeriklerin belirli kısımlarıyla ilgilenecek şekilde yapılan çalışma odağında içeriği sınırlamaktadır. Çalışmada gerekli ortak bilgileri taramak ve elde edilen veriler sayesinde bir değerlendirme yapabilmek amaçlanmıştır. Bu olgular doğrultusunda yapılan çalışmayı içerik analizi yöntemi üzerine inşa etmek tercih edilmiştir. (Erdoğan, 2003, s. 200).

Problem Cümlesi

İktidar ve ana muhalefet partileri liderlerinin yerel seçim sürecinde Twitter kullanım şekilleri nelerdir?

Alt Problemler

- 1- İki liderin Twitter hesaplarının genel görünümü nasıldır?
- 2- İki lider arasında tweet paylaşımı (hangi lider az/fazla) nasıldır?
- 3- Etkileşim sıklığı (mention, retweet ve beğeni sayıları) nedir?

Araştırma Modeli

Bu çalışmada nitel araştırma modeli kullanılmıştır. Araştırmada 31 Mart 2019 tarihinde yapılan yerel seçimlere giden süreçte, Mart ayı boyunca Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu'nun Twitter kullanımlarının incelenmesi amaçlanmıştır.

Evren

Bu araştırmanın evreni Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu'nun Twitter hesaplarından oluşmaktadır.

Örnekleme

Bu araştırmanın örneklemini Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu'nun 1-30 Mart 2019 tarihleri arasında attıkları tweetler oluşturmaktadır. Araştırmada iki liderin tüm tweetlerini analiz etme imkânı olmadığından, olasılığa dayanmayan amaçlı örnekleme yöntemlerinden "ölçüt örnekleme" yöntemiyle yerel seçim sürecinin son bir ayı incelenmiştir.

Veri Toplama Araçları

Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu'nun 1 Mart'tan 31 Mart 2019'a kadar geçen sürede yaptıkları Twitter paylaşımları nitel (sayısal) ve nicel (nesnel ve sözel karşılık) olarak kayıt altına alınmıştır. Kayıt altına alınan veriler kategorilere ayrılarak hazırlanan format doğrultusunda incelenmiştir.

Veri Analizi

Çalışmada, belirtilen tarihler arasında yapılan paylaşımların nitel olarak incelenebilmesi için sistematik analiz yöntemi uygulanmıştır. AKP Genel Başkanı ve Cumhurbaşkanı olan Recep Tayyip Erdoğan ile ana muhalefet partisi olan CHP'nin Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu tarafından atılan tweetler 3 kategoriye ayrılmıştır. Tweetler; tweet türü, tweet içerikleri ve tweetlerin aldığı etkileşim sıklığı (mention / retweet) olarak kaydedilmiş ve incelenmiştir.

Varsayımlar

- 1- İki lider de Twitter'i yerel seçim sürecinde ağırlıklı olarak miting, halk buluşması vb. canlı yayınlarını paylaşmak için kullanmıştır.
- 2- Recep Tayyip Erdoğan'ın Twitter'ı kullanım sıklığı ve etkileşim düzeyi açısından Kemal Kılıçdaroğlu'ndan önde olduğu tespit edilmiştir.
- 3- Kemal Kılıçdaroğlu'nun partisinin belediye başkan adaylarını (özellikle büyükşehir) Recep Tayyip Erdoğan'a göre daha çok paylaştığı görülmüştür.

Sınırlılıklar

Bu çalışma, Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu'nun Twitter resmi hesapları ile sınırlıdır. Bu çalışma, 1 Mart 2019 - 31 Mart 2019 tarihleri arasında iki liderin Twitter paylaşımları ile sınırlıdır.

Tanımlar

Sosyal medya: İçeriğin tamamını kullanıcıların oluşturduğu, internet teknolojisiyle iletişim kurmayı, bilgi vermeyi ve içerik üretmeyi sağlayan platformdur

Twitter: Siyasi kampanyaların ve aday tanıtımlarının yapılabildiği, topluma direkt olarak mesajların iletilebildiği, toplantıların ve mitinglerin canlı yayınlanabildiği sosyal medya uygulamasıdır.

Siyasal İletişim: Siyasetçilerin, özellikle seçim dönemlerinde, ideolojilerini ve politikalarını kişilere, gruplara ve topluma anlatabilmesi kavramıdır.

BULGULAR

Çalışma bulguları için alt problemlerin ilkinde göre; Cumhurbaşkanı, AKP Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan ve CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu'nun Twitter hesaplarının genel görünümü incelenmiştir. Liderlerin Twitter takipçi sayıları sürekli değişkenlik gösterdiğinden, çalışmanın tamamlandığı 26.12.2020 tarihi temel alınmıştır.

Tablo 1. Liderlerin Twitter Hesaplarının Genel Görünümü (26.12.2020 itibariyle)

LİDERLER	TAKİP ETTİKLERİ	TAKİPÇİLERİ
Recep Tayyip ERDOĞAN	96	17.290.724
Kemal KILIÇDAROĞLU	1	7.283.098

Recep Tayyip Erdoğan Twitter'a @RTERdogan kullanıcı adıyla Ağustos 2009 tarihinde katılmıştır. Çalışma için erişilen 26.12.2020 tarihi itibariyle Erdoğan 96 hesabı takip etmekte, 17.290.724 takipçisi bulunmaktadır. Kemal Kılıçdaroğlu ise Haziran 2010 tarihinde @kiliçdarogluk kullanıcı adıyla Twitter'a katılmıştır. 26.12.2020 tarihinde erişilen bilgilere göre 7.283.098 takipçisi olan Kılıçdaroğlu yalnızca @herkesicinCHP adlı CHP'nin kurumsal Twitter hesabını takip etmektedir.

İkinci alt probleme göre, iki liderin 1-31 Mart 2019 tarihleri arasında Twitter'daki paylaşım dağılımları incelenmiştir. Cumhurbaşkanı ve AKP Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan elde edilen verilere göre toplam 120 tweet atmıştır. Bu tweetlerin 114'ü Türkçe, 4'ü İngilizce, 1'i Kürtçe ve 1'i Ermenice olarak paylaşmıştır.

Tablo 2. Liderlerin Attığı Tweetlerin Dillere Göre Dağılımı

	Recep Tayyip ERDOĞAN	Kemal KILIÇDAROĞLU
Türkçe	114	105
İngilizce	4	0
Kürtçe	1	0
Ermenice	1	0
TOPLAM TWEET	120	105

Paylaşımların çoğunluğunu Twitter üzerinden canlı yayınlar oluşturmaktadır. Recep Tayyip Erdoğan 31 günde 61 miting, 4 açılış töreni, 5 toplantı canlı yayını paylaşmıştır. Paylaşılan 120 tweetin 5'i ise başka kullanıcıların tweetlerinin alıntılanması şeklinde atılmıştır. Alıntı tweetlerin 4'ü kendisine olan desteklerini paylaşan vatandaşlara, 1'i de İstanbul Büyükşehir Belediyesi Beyaz Masa (@ibbBeyazmasa) hesabına cevap olarak paylaşmıştır.

Paylaştığı tweetlerin dışında Recep Tayyip Erdoğan, başka hesapların 22 tweetini retweet etmiştir. Bu 22 retweetin 8'i AKP resmi Twitter hesabı (@Akparki), 3'ü Cumhurbaşkanlığı resmi hesabı (@tcbestepe), 2'si Cumhurbaşkanlığı İngilizce hesabı (@trpresidency), 1'i Cumhuriyet İttifakı ve AKP Ankara Büyükşehir Belediye Başkan Adayı Mehmet Özhasseki (@mehmetozhasseki), 1'i Recep Tayyip Erdoğan'ın eşi Emine Erdoğan (@EmineErdoğan) tarafından atılmıştır. Kalan 7 retweet ise #HelloBrother etiketiyle Yeni Zelanda'daki terör saldırısına dair hazırlanan videoyu paylaşan İstanbul Başakşehir (@ibfk2014), Beşiktaş JK (@Besiktas), Fenerbahçe SK (@Fenerbahce), Galatasaray EN (@Galatasaray), Çaykur Rizespor (@CRizesporAS), Trabzonspor (@Trabzonspor) futbol kulüpleri ve TRT WORLD (@trtworld) hesaplarına aittir.

Tablo 3. Liderlerin Canlı Yayın Paylaşımlarının Dağılımı

TWEETLER	CANLI YAYIN TÜRÜ	Recep Tayyip ERDOĞAN	Kemal KILIÇDAROĞLU
	Miting	61	29
	Açılış Töreni	4	3
	Toplantı	5	20
	Radyo, TV, YouTube	0	8

CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu ise araştırmaya konu süre zarfında toplam 105 tweet atmıştır. Kılıçdaroğlu bu tweetlerin tamamını Türkçe olarak paylaşmış ve hiçbir hesabı retweet etmemiş veya alıntılanmamıştır. Kemal Kılıçdaroğlu da yerel seçim sürecinde Twitter'ı çoğunlukla canlı yayın paylaşımları için kullanmıştır. 29 miting, 20 STK (Sivil Toplum Kuruluşları) toplantısı, 3 açılış töreni ve 7'si geleneksel medya (TV ve Radyo) 1'i YouTube üzerinden olmak üzere konuk olduğu 8 canlı yayın Kılıçdaroğlu tarafından paylaşmıştır. Yaptığı miting paylaşımlarının 7'sinde Millet İttifakı ortağı ve İYİ Parti Genel Başkanı Meral

Akşener'in Twitter hesabını (@meral_aksener) etiketlemiştir. Akşener'in etiketlendiği bu tweetler 6 Mart 2019'daki Denizli mitingi, 7 Mart Aydın mitingi, 19 Mart Antalya mitingi, 21 Mart Kocaeli mitingi, 28 Mart Bursa mitingi ve 29 Mart'taki Manisa mitinginin canlı yayın paylaşımlarıdır.

Kemal Kılıçdaroğlu, Recep Tayyip Erdoğan'dan farklı olarak 11 tweetinde 11 Büyükşehir Belediye Başkan adayını, isimlerini belirterek ancak Twitter profillerini etiketlemeden paylaşmıştır. Bu tweetler adayların tanıtım videolarını içermektedir ve hepsinde ortak hashtag olan #MartınSonuBahar ve #DermanBelediyeciliği etiketleriyle paylaşılmıştır. Kılıçdaroğlu; 13 Mart'ta Adana adayı Zeydan Karalar, 15 Mart'ta Mersin adayı Vahap Seçer, 16 Mart'ta Muğla adayı Osman Gülün, 18 Mart'ta Tekirdağ adayı Kadir Albayrak, 18 Mart'ta Eskişehir adayı Yılmaz Büyükerşen, 19 Mart'ta Aydın adayı Özlem Çerçioğlu, 20 Mart'ta Antalya adayı Muhittin Böcek, 21 Mart'ta Bursa adayı Mustafa Bozbeç, 22 Mart'ta İzmir adayı Tunç Soyer, 25 Mart'ta Ankara adayı Mansur Yavaş ve 26 Mart'ta İstanbul adayı Ekrem İmamoğlu için bu tanıtım filmlerini paylaşmıştır. Üçüncü ve son alt probleme uygun olarak, Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu'nun 1 Mart – 31 Mart 2019 tarihleri arasında Twitter'da aldıkları etkileşim sıklığı (mention, retweet ve beğeni sayıları) incelenmiştir.

Tablo 4. Recep Tayyip Erdoğan'ın 2019 Mart Ayı Twitter Etkileşim Sıklığı

Etkileşim Sıklığı	EN FAZLA	EN AZ
Mention	60.200	101
Retweet	15.000	771
Beğeni	67800	4041

Recep Tayyip Erdoğan'ın en fazla mention (yorum) aldığı tweet 4 Mart 2019 tarihinde "Bartın'dayız." Mesajıyla paylaştığı Bartın mitingi canlı yayınıdır. Bu paylaşım 60200 yorum almıştır (Resim 1). Erdoğan'ın en çok retweet alan paylaşımı ise 15 Mart'ta "Yeni Zelanda'da Nur Camii'ne ve orada ibadet etmekte olan Müslümanlara yapılan terör saldırısını şiddetle kınıyor, lanetliyorum." şeklindeki tweetidir. Bu paylaşım yaklaşık 15 bin retweete ulaşmıştır (Resim 2). En fazla beğeni alan tweet ise; 30 Mart'ta "Aziz Milletim, değerli dava arkadaşlarım;..." şeklinde başlayan, partilileri ve seçmenleri sandıkların başında beklemeye davet eden paylaşımıdır. Bu paylaşım 67800 beğeni almıştır (Resim 3).

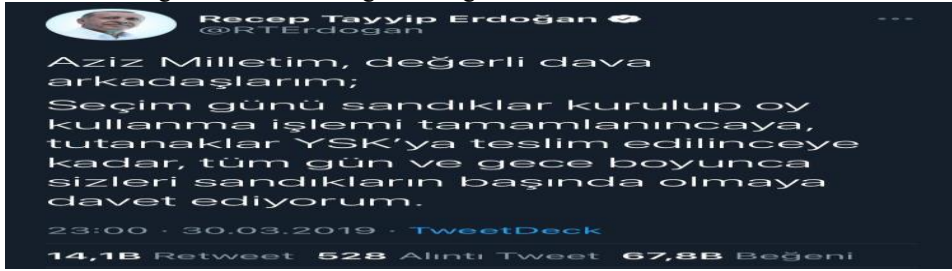
Resim 1. Recep Tayyip Erdoğan'ın En Fazla Mention Aldığı Tweet



Resim 2. Erdoğan'ın En Fazla Retweet Aldığı Tweet

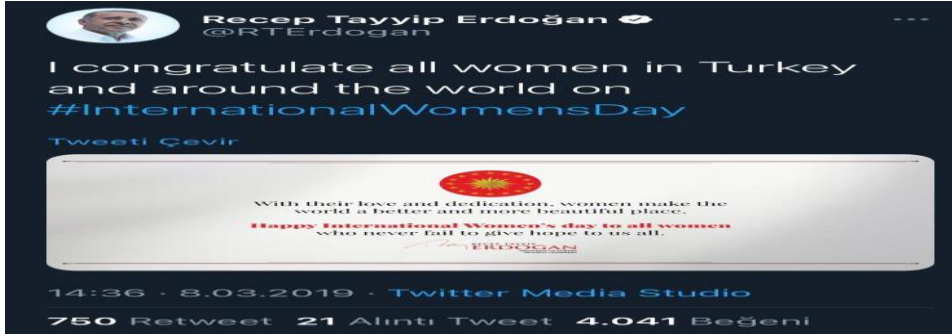


Resim 3. Erdoğan'ın En Fazla Beğeni Aldığı Tweet



Recep Tayyip Erdoğan'ın en az etkileşim aldığı (mention, retweet ve beğeni) tweet ise 8 Mart 2019 tarihinde #InternationalWomensDay etiketiyle Dünya Kadınlar Günü'nü kutlamak için paylaştığı İngilizce mesajdır (Resim 4).

Resim 4. Recep Tayyip Erdoğan'ın En Az Mention, Retweet ve Beğeni Aldığı Tweet



Erdoğan aynı mesajı Türkçe olarak da paylaşmıştır. Türkçe yaptığı paylaşım 299 yorum, 2100 retweet, 10600 beğeni almıştır. İngilizce yaptığı paylaşım ise 101 mention, 771 retweet ve 4041 beğeni almıştır. Recep Tayyip Erdoğan'ın yorum, paylaşım ve beğeni açısından takipçilerinden en az etkileşim aldığı tweet bu paylaşım olmuştur.

Tablo 5. Kemal Kılıçdaroğlu'nun 2019 Mart Ayı Twitter Etkileşim Sıklığı

Etkileşim Sıklığı	EN FAZLA	EN AZ
Mention	16.000	43
Retweet	4.814	112
Beğeni	12400	672

CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu'nun en fazla mention aldığı tweet; 19 Mart 2019 tarihinden Aydın Büyükşehir Belediye Başkan Adayı Özlem Çerçioğlu için #ÖzlemAydınYürekten #MartınSonuBahar #DermanBelediyeciliği etiketlerini kullanarak yaptığı paylaşımıdır. Bu tweet 16 bin mention almıştır (Resim 5). En fazla retweet alan paylaşım 21 Mart 2019 tarihinde attığı "İki itiraf bir teklif, 20 milyar dolarlık Tank Palet Fabrikasının dehşete düşüren hikayesi..." mesajıyla yayımlanan videodur. Video 4814 retweet almıştır (Resim 6). Kılıçdaroğlu'nun en fazla beğeni aldığı tweet ise; 4 Mart 2019'da paylaştığı etiketi

#AynıBelediyeOtobüsündeyiz olan ve kurgusu da mesajın içeriğine dayanan reklam videosudur. Paylaşım 12400 beğeni almıştır (Resim 7).

Kemal Kılıçdaroğlu'nun en az mention ve retweet aldığı paylaşım aynıdır (Resim 8). 12 Mart 2019'da "#Bursa Yıldırım'da STK Temsilcileri, Hemşeri Dernekleri, Esnaf Odaları ve Muhtarlar Buluşmasındayız." mesajıyla paylaştığı toplantı canlı yayını 43 mention ve 112 retweet almıştır. Kılıçdaroğlu'nun en az beğeni aldığı tweet ise; 15 Mart'ta "#Yalova STK Temsilcileri, Meslek Odaları ve Muhtarlar Buluşmasındayız. #MartınSonuBahar" başlığıyla paylaştığı toplantı canlı yayımıdır. Paylaşım 672 beğeni almıştır (Resim 9).

Resim 5. Kemal Kılıçdaroğlu'nun En fazla Mention Aldığı Tweet



Resim 6. Kılıçdaroğlu'nun En Fazla Retweet Aldığı Tweet



Resim 7. Kılıçdaroğlu'nun En Fazla Beğeni Aldığı Tweet



Resim 8. Kemal Kılıçdaroğlu'nun En Az Mention ve Retweet Aldığı Tweet



Resim 9. Kılıçdaroğlu'nun En Az Beğeni Aldığı Tweet



YORUM

Twitter, diğer sosyal medya platformlarından bağımsız olmamakla birlikte, siyasal iletişimde etkin bir rol oynayan, liderler tarafından mümkün olduğunca paylaşım yapılan ve seçmenlerle etkileşim kurmak için çaba gösterilen bir mecra haline gelmiştir. Özellikle siyasal parti liderlerinin yeni medyanın olanaklarından faydalanma amacının yanında geleneksel medyayı da beslemek için sosyal medya platformlarını tercih ettikleri söylenebilir. Araştırmanın alt problemlerinden ilkinde sorduğumuz gibi Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu'nun Twitter hesaplarının genel görünümüne baktığımızda; sırasıyla Erdoğan ve Kılıçdaroğlu'nun siyasal parti genel başkanları arasında en çok takipçiye sahip olan liderler oldukları görülmektedir. Ayrıca iki liderin de Twitter'ı günlük mesaj verme, toplumsal olaylarda fikir beyan etme, açılış töreni, miting ve ziyaretlerin paylaşımı gibi konularda etkin şekilde kullandıkları söylenebilir.

Araştırma kapsamında 31 Mart 2019 Yerel Seçimleri sürecinde iktidar partisi ve ana muhalefet partisi liderlerinin Twitter hesapları, 1 Mart - 31 Mart 2019 tarihleri arasında paylaştıkları tweetler nitel ve nicel olarak kayıt altına alınmış, içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırma kapsamına alınan 31 günlük süreçte liderler Twitter'ı yoğun şekilde kullanmışlardır. Kullanımın genel amacının miting, toplantı, ziyaretler ve açılışların canlı yayınlarının paylaşımı olduğu söylenebilir. Belirtilen tarihler arasından Erdoğan ve Kılıçdaroğlu (22'si retweet olmak üzere) toplam 247 tweet paylaşmışlardır.

İkinci alt problemimiz olan liderlerin kullanım sıklığı konusunu incelediğimizde, Kemal Kılıçdaroğlu'nun 105 tweetine karşılık 120 tweet paylaşan ve 22 paylaşımı retweet eden Recep Tayyip Erdoğan'ın, yerel seçim sürecinin son ayında Twitter'ı Kılıçdaroğlu'ndan daha aktif kullandığı görülmektedir. Miting sayılarında Recep Tayyip Erdoğan 61 miting yayını ile Kemal Kılıçdaroğlu'ndan açık ara önde olduğu görülsede açılış töreni, toplantı ve canlı yayın bağlantıları da dikkate alındığında iki liderin birbirine yakın sayılabilecek performans sergilediği söylenebilir. Recep Tayyip Erdoğan'ın toplam 70 canlı yayın paylaşımına karşılık Kemal Kılıçdaroğlu toplam 60 canlı yayın paylaşımı yapmıştır.

Kılıçdaroğlu bu süreçte 11 büyükşehir belediye başkan adayının tanıtım filmlerini özel olarak paylaşmıştır. Buna karşılık Recep Tayyip Erdoğan yalnızca, Ankara Büyükşehir Belediye Başkan Adayı olan Mehmet Özhaskeki'nin bir tweetini retweet ederek paylaşmıştır. Bu bulgudan yola çıkıldığında Kemal Kılıçdaroğlu'nun Twitter paylaşımlarına bakarak partisinin adaylarını ön planda tuttuğunu söyleyebiliriz. Recep Tayyip Erdoğan için ise, adayların tanıtımından çok kendi siyasi etkisini ön plana çıkardığı söylenebilir.

Üçüncü ve son alt problemimiz, araştırmaya konu süre boyunca iki liderin etkileşim sıklığı (mention, retweet ve beğeni sayıları) bulgularına baktığımızda, Recep Tayyip Erdoğan'ın açık farkla önde olduğu görülmektedir. En az etkileşim alan paylaşımında 299 mention, 2100 retweet, 10600 beğeni sayısı elde eden Erdoğan, en çok etkileşim alan paylaşımında ise 60200 mention, 15000 retweet ve 67800 beğeni sayısına ulaşmıştır. Ana muhalefet partisi lideri Kemal Kılıçdaroğlu en az etkileşim alan paylaşımında 43 mention, 112 retweet, 672 beğeni alabilmiştir. En çok etkileşim alan paylaşımında ise 16000 mention, 4814 retweet ve 12400 beğeni sayısına ulaşabilmiştir. Bunun en büyük sebebi; 26.12.2020 tarihinde erişilen bilgiye göre 7.283.098 takipçisi olan Kemal Kılıçdaroğlu'na karşılık, Recep Tayyip Erdoğan'ın, yine aynı tarihte erişim sağlanan bilgiye göre, 17.290.724 takipçisinin olmasıdır. İçeriğin kullanıcıların etkileşim düzeyinde etkili olduğu da elbette geçerlidir. Ancak iki lider arasındaki etkileşim sıklığı verilerine bakıldığında, takipçi sayıları arasındaki yaklaşık 10 milyon farkın belirleyici olduğu söylenebilir.

SONUÇ

Araştırmada Recep Tayyip Erdoğan'ın Twitter'a miting canlı yayımlarını paylaşma konusunda ağırlık verdiği görülmektedir. Elde edilen bulgulardan, aday paylaşımını sadece bir kez yapan Erdoğan'ın yerel seçim sürecini şahsi seçim atmosferine dönüştürdüğü çıkarılabilir. Bunun yanında Erdoğan'ın Twitter'ı daha kapsamlı, diğer kullanıcılarla etkileşim içerisinde ve farklı kesimlere hitap edecek şekilde kullandığı da söylenebilir. Kemal Kılıçdaroğlu da 31 günlük süreçte canlı yayın paylaşımlarına ağırlık vermiştir. Canlı yayınlarının Erdoğan'dan farklı olarak, miting sayısına yakın şekilde toplantı içerdiği söylenebilir. Paylaşımlarında etkileşim ve farklı kesimlere hitap çok fazla olmasa da farklı olarak yerel seçimde aday olan başkan adaylarının tanıtımını yapmaya daha çok önem verdiği görülmüştür.

Araştırmanın sonucunda elde edilen veriler ve yapılan analizler değerlendirildiğinde, iktidar ve ana muhalefet partisi liderlerinin, 31 Mart 2019 Yerel seçimleri sürecinin son 31 gününde Twitter'ı ciddi bir propaganda aracı olarak kullandıkları söylenebilir. Liderler siyasi mesaj verme çalışmalarının yanında, Twitter'ı geleneksel bir medya aracı gibi kullanarak miting, toplantı gibi paylaşımlarla seçmenlerine ulaşmaya çalışmışlardır.

KAYNAKÇA

- Arıcı, A. (2015). Yeni Medya Çağında Siyasal İletişim: Siyasal Partilerin Ve Siyasal Parti Liderlerinin Sosyal Medya Performansları Üzerine Araştırma. Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi. Ocak 2015, Sayı: 15, ss. 49-67.
- Akgün, B. (2008). Küreselleşme, Bilgi Toplumu ve E-Demokrasi. (Editör), Zülfikar Damlapınar, Medya ve Siyaset, Konya: Eğitim Kitabevi, s.165-186.
- Akyıldız, F. ve Negiz, N. (2012). Yerel Seçimlerde Seçmenin Tercih Üzerinde Aday İmajının Etkisi: Uşak Örneği. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. Yıl: 2012/1, Sayı:15.
- Atabek, N. (1998). Gündem Belirleme Yaklaşımı. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi. Sayı: 7, 155-174.
- Aziz, A. (2013). Siyasal İletişim (4. Baskı). Nobel Yayınları.
- Balcı, Ş; Tarhan, A ve Bal, E. (2013). Medya ve Siyasal Katılım. Literatürk Akademi.
- Barlas, N. (2018). Siyasal İletişimde Dijitalleşme: 24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı Seçimleri Üzerine Karşılaştırmalı Bir Twitter Analizi (Yüksek Lisans Tezi). Kadir Has Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı.
- Bingöl, U. ve Yılmaz, U. (2017). T.C. Cumhurbaşkanı İle Siyasal Parti Liderlerinin Resmi Twitter Hesaplarının Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi Referandumu Kapsamında Nitel Analizi. Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Haziran 2017, Cilt: 3, Sayı: 2.
- Castells, M. (2012) Ağ Toplumunda İletişim, İktidar ve Karşı İktidar, Yeni Medya Üzerine. Akdeniz Üniversitesi İletişim Araştırma ve Uygulama Merkezi.
- Cohen, B.C. (1963). The Press and Foreign Policy. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Çağlar, N; Köklü, P.H. (2017). Yeni Medyanın Siyasal İletişim Aracı Olarak Kullanımı: Siyasal Partilerin Resmi Web Sitelerine Yönelik Bir Araştırma. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, Cilt:5, Sayı:1, Mart 2016.
- Çankaya, E. (2008). İktidar Bu Kapağın Altındadır. Boyut Yayıncılık.
- Dahlberg, L. (2007). The Internet and Discursive Exclusion: From Deliberative to Agonistic Public Sphere Theory. (Editörler), Lincoln Dahlberg ve Eugenia Siapera. Radical Democracy and the Internet. New York: Palgrave Macmillan, s.128-147.

- Dilber, F. (2018). Siyasette Sosyal Medyanın Rolü: AKP, CHP VE MHP'nin Sosyal Medyanın Kullanım Düzeylerinin Karşılaştırılması, *Middle Black Sea Journal of Communication Studies*. 2018. 3(2): 54-66.
- Demirhan K. (2017). Yeni Medyada Siyasal İletişim Sürecinin Kavramsallaştırılmasında Alternatif Modeller: Müzakereci ve Agonistik Demokrasi Yaklaşımları, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(1): 174-193.
- Doğu, B; Özçetin, B; Bayraktutan, G; Binark, M; Çomu, T; Aydemir, A. T; İslamoğlu, G. (2014). Siyasetin Yeni Hali: Vaka-İ Sosyal Medya. Kalkedon Yayınları.
- Edman, H. (2010). *Twittering to the Top: A Content Analysis of Corporate Tweets to Measure Organization-public Relationships*. Louisiana State University, 2010.
- Emiroğlu, B. (2019). Siyasal İletişimde Twitter Kullanımı: Referandum Örneği (15 Mart – 15 Nisan 2017). *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl: 6, Sayı: 37, Haziran 2019, s. 516-528 ISSN: 2149-0821 Doi Number: <http://dx.doi.org/10.16990/SOBIDER.5004>.
- Erdoğan, İ. (2003). *Positivist Metodoloji*. Erk Yayınları.
- Finlayson, A. (2009). *Rhetoric and Radical Democratic Political Theory*. (Editörler), Adrian Little ve Moya Lloyd. *The Politics of Radical Democracy*, UK: Edinburgh University Press, s.13-32.
- Gençalp, B. (2019). Siyasal İletişimde Yeni Medya Kullanımı: 24 Haziran 2018 Genel Seçimleri E-Miting Örneği (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı.
- Genel, M. G. (2012). Siyasal İletişim Kampanyalarında Sosyal Medyanın Kullanımı (12 Haziran 2011 Seçimleri "Twitter" Örneği). *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC* October 2012 Volume 2 Issue 4.
- Güngör, N. (2013). *İletişim Kuramlar ve Yaklaşımlar*. Siyasal Kitabevi.
- Güz, N. (2005). *Haberde Yönlendirme ve Kamuoyu Araştırmaları*. Nobel Yayınları.
- Kalkan, V. D., Keskin, H. ve Akgün, A. E. (2002). İnternet ve Siyasal Yaşam: Literatür Değerlendirmesi ve Bir Sentez Arayışı. VIII. Türkiye'de İnternet Konferansı Bildirileri, 19-21 Aralık 2002.
- Kılıçaslan, E. (2008). *İdeoloji ve Medya İlişkisi*. Kriter Yayınları.
- Kuyucu, M. (2013). Yeni İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya ve Sosyal Ağlar Üzerine Bir Güncelleme, (Editörler) Mihalis Kuyucu Ve Tüba Karahisar. *Yeni İletişim Teknolojileri Ve Yeni Medya*, İstanbul: Zinde Yayıncılık, S. 114-150.
- Laclau, E. ve Mouffe, C. (2010). *Hegemonya ve Sosyalist Strateji*, (Çev: Ahmet Kardam). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Manovich, L. (2001). *The Language Of New Media*. Cambridge: Massachusetts Institute Of Technology.
- Metin, O. (2010). "Sosyal Politika Açısından Akp Dönemi: Sosyal Yardım Alanında Yaşananlar". *Çalışma ve Toplum*, 28(1), Ss. 179-200.
- Mouffe, C. (2010). *Siyasal Üzerine (Mehmet Ratip, Çev.): İletişim Yayınları*.
- Mutlu, E. (2004). *İletişim Sözlüğü*. Bilim-Sanat Yayınları.
- Oktay, M. (2002). *Politikada Halkla İlişkiler*. Derin Yayınları.
- Ölçer, N. (2016). 1 Kasım 2015 Genel Seçimleri Örneğinde Siyasi Parti Liderlerinin Twitter Kullanım Pratikleri. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, Cilt:4, Sayı:2, Eylül 2016.
- Özer, M. A. (2014). Siyasal İletişimin Etkinliğinde Algılama Yönetiminin Rolü. *HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi* ©, Cilt: 3, Yıl: 3, Sayı: 7 (2014/3) ISSN: 2147-3668
- Öztürk, İ. (2014). Siyasal İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya: 2012 Amerikan Başkanlık Seçimlerinde Twitter Kullanımı Üzerine Bir Araştırma. (Editör) İdil Sayımer. *Yeni Medya Araştırmaları, Literatürk Academia*, s. 399-436.
- Shaw, D. L. ve McCombs, M. E. (1977). *The Emergence of American Political Issues: The Agenda-Setting Function of the Press*. St. Paul: West, 1977).
- Simons, J. (2005). *The Radical Democratic Possibilities of Popular Culture*. (Editörler); Lars Tonder ve Lasse Thomassen. *Radical Democracy*, Manchester: Manchester University, s.149-166.
- Şen, A. (2005). 24 Ocak Kararlarının Siyasal Ekonomisi: 1980'li Yıllardaki Reformlar Sürecinin Ekonomik Gelişmeleri, İç ve Dış Siyasal Faktörlerle Etkileşimi. (Ed. S. Bakan, A. Küçük, A. Karadağ), 21. Yüzyılın Eşiğinde Türkiye'de Siyasal Hayat, Bursa: Aktüel Yayınları, Ss. 1165-1196.
- Şener, G., Emre, P. Ö. ve Akyıldız, F. (2015). Türkiye'de Sosyal Medyanın Siyasi Katılıma Etkileri. *CIU Folklor/Edebiyat*, Cilt: 21, Sayı: 83, 2015/3.
- Tereci, A. (2017). Siyasi Partilerin Y Nesli İle Bağ Kurmada Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Çalışma (Yüksek Lisans Tezi). Doğu Üniversitesi veri tabanından erişildi.
- Thompson, J. B. (1995). *The Media And Modernity: A Social Theory Of The Media*, California: Stanford University Press.
- Timisi N. (2003) *Yeni İletişim Teknolojileri Ve Demokrasi*, Dost Kitabevi, Ankara,

- Tocci, R. J.; Widmer, N. S.; Moss, G. L. (2007). *Digital Systems: Principles And Applications*. New Jersey: PearsonEducation Ltd.
- Toprak, Ö. ve Küçük, O. (2016). Siyasi Partilerin Sosyal Medya Kullanımı: Başbakan Ahmet Davutoğlu Facebook Resmi Sayfası Örneği. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Ekim 2016, 3(2):101.
- Türk, M. S. (2014). Sosyal Medya Nedir?. *Kamu'da Sosyal Politika Dergisi*, Yıl:8, Sayı 27, Nisan-Mayıs-Haziran 2014.
- We Are Social. (2020). *Digital In 2020*. <https://wearesocial.com/digital-2020>
- Williams, B. A. (2003). "The New Media Environment, Internet Chatrooms, AndPublicDiscourseAfter 9/11" *WarAndThe Media - ReportingConflict 24/7*, (Ed. Daya KishanThussu, DesFreedman), London: Sage Publications.
- Wolton, D. (1991). Medya Siyasal İletişimin Zayıf Halkası. *Birikim* (30), 51-58.
- Yalın, B. (2006). Siyasal İletişimin Reklam Boyutuna İlişkin Kuramsal Bir İnceleme. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 25, s, 169- 180.
- Yetkin, B. (2019). 2019 Yerel Seçimlerinde Adayların Twitter Kullanımı. *Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 2019, 6(2): 382-405.
- Yılmaz, S. H. (2007). İdris Küçükömer'in Siyasal Tezleri Bağlamında Akp ve Chp Parti Programlarının Analizi. *Selçuk İletişim Dergisi*, 5(1), Ss. 156-173.
- Yüksel, E. (2007). Kamuoyu Oluşturma ve Gündem Belirleme Kavramları Nerede Kesişmekte, Nerede Ayrılmaktadır?. *Sosyal Bilimler Dergisi*, No 1, 571-586.

YENİ MEDYANIN HABER TÜKETİM ALIŞKANLIKLARINA ETKİSİ: İLETİŞİM FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİ ÖRNEĞİ

Prof. Dr. Aytekin İŞMAN
Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi
isman@sakarya.edu.tr

Mustafa AKSOY
Yüksek Lisans Öğrencisi
Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
maksoypr@gmail.com

ÖZET

Günümüzde her bireyin ihtiyacı olan haber alma geçmişte özellikle devlet idaresi konusunda görev yapan insanlar için önem arz etmiş ve bu anlamda özellikle savaş veya benzeri olağanüstü durumlarda haberleşme için organizasyonlar kurulmuştur. Zaman içerisinde özellikle teknolojinin gelişimiyle haber sıradan halkında ulaşabileceği bir konuma gelmiştir. Matbaanın kurulmasıyla birlikte ortaya çıkan gazeteler, haberi tek elden çok kişiye yayabilecek konuma getirmiştir. Gazeteler zaman içerisinde -halkında okuma yazma oranının artışıyla- gelişmiş ve yaygınlaşmışlardır. Halkın büyük kısmına ulaşılabilir olması kitle iletişimi çağını başlatmıştır. Daha sonraları ortaya çıkan radyo ve televizyon da haber üretimi ve yayılımı için araç olarak kullanılmış ve haber alma ihtiyacını karşılamak için yardımcı olmuşlardır.

İnternet teknolojisinin gelişimi yeni medyayı doğurmuş ve yeni medyayla birlikte insanların alışkanlıkları değişmiştir. Bu değişen alışkanlıklardan bir tanesi de habere ulaşma ve onu okuma, anlamlandırma şeklidir. Bu çalışma örneklem olarak seçilen iletişim fakültesi öğrencilerinin yeni medyayı haber almak için nasıl kullandığını anlamak üzerine hazırlanmıştır. Bu amaçla İnce (2017) tarafından hazırlanmış ve daha önce uygulanmış 23 soruluk bir anket uygulaması yapılmış ve öğrencilerin haber tüketim alışkanlıkları incelenmiştir. Anketin Cronbach Alpha güvenirlik değeri 0,93'dür.

Araştırmada haberde güvenirlik konusuna da değinilmiş ve katılımcıların bu konudaki düşünceleri ortaya konmaya çalışılmıştır. Bunun yanında konu hakkında literatür çalışması yapılarak konu farklı araştırmacıların gözünden incelenmiştir. Aynı şekilde benzer konuda yapılmış anketlere ve bulgulara yer verilerek konu derinleştirilmiştir. Ayrıca çalışma boyunca yeni medyanın ve haberin birbirleri ile olan bağlantısı anlatılmıştır.

Anahtar kelimeler: Haber, Sosyal Medya, Yeni Medya, Gazetecilik, Haber güvenirliği

GİRİŞ

Haberleşme insan için hep vazgeçilmez olmuş ve teknolojinin, medeniyetin ilerlemesine veya ilerleyiş şekline göre şekil değiştirmiştir. Medeniyetin ilerlemesine bağlı olarak zaman içinde dumanla haberleşme, güvercinle haberleşme, telgraf gibi farklı iletişim yöntemleri ortaya çıkmış ve bu araçların önemli bir ihtiyaç olduğu gerçeği fark edilmiştir. İletişim kavramı olarak geliştiği 19. yüzyıldan 20. yüzyılın ilk yıllarına kadar söz, yazı, telefon, telgraf gibi basit düzeydeki iletişim araçları kapsamında ele alınmış ve bireyler arasında bahsedilen araçlar yoluyla -ki bu araçlar kanal olarak isimlendirilir- iletiler ve gönderiler olarak tanımlanmıştır (Erdoğan, 2002.'den aktaran Güngör, 2013, s.20).

Kitle İletişim ve Medya

Kitle iletişimi başka bir ifade ile yığın iletişimi denildiğinde; iletilerin ve imajların oluşturulması ve bunların dağıtımını yapan iletişim araçlarından söz edilir. Bunlar; radyo, sinema, televizyon, gazete, kablolu yayın şirketleri, dergi, yayınevleri plak şirketleri yapım şirketleri gibi araçlar ve kanallar olabilir (Şişman, 2018, s.23). İlk gelişim yıllarında birçok araştırmacının konu olarak aldığı kitle iletişimi hemen her dönemde kendini yenilemiş ve varlığını sürdürmüştür. Gazete, el ilanları gibi yazılı iletişimin yanında radyo, televizyon gibi farklı duyularla algılanabilen iletişim araçları topluma haber verme veya onu herhangi bir konuda ikna etme amacıyla kullanılmıştır.

Kitle iletişiminin etkileri üzerinde yapılan ilk araştırmalar, önce kitle iletişim unsurunun toplum üzerindeki politik etkisini sonra ise radyo ve filmlerin sosyal, ahlaki sonuçlarını araştırmışlardır (Erdoğan, 2009, s.11). İletişim araçlarının şu anda önceki dönemlere göre daha çok kültürün üzerinde etkili olabileceğinin yanında eski durumdan farklı bir kültürel durum yarattığı da anlaşılmaktadır. (Arslan,2016, s.6). Bu kültürel etkinin sonucu olarak birçok alışkanlık değişmiş ve bu durum haber kaynaklarının kullanımı ve yorumlanması süreçlerini de etkilemiştir.

1980'li yıllardan itibaren hızla yaşanan küreselleşme süreci ve teknolojik gelişmeler sonucu kitle iletişim sistemlerinde köklü değişimler yaşanmış, "basın" olarak bilinen bir dönem kapanarak "medya" olarak isim verilen yeni bir dönem başlamıştır (Kaya, 2009.'dan aktaran Akbulut, 2016, s.72). Medya; kitlelere iletiler vasıtasıyla ulaşan ve böylece onları haberdar eden, halkın bilgi eğitim ihtiyacını karşılayan ve toplumsal sorunlar üzerinde tartışma ortamı yaratabilen TV gazete, dergi, internet, radyo vb. gibi kitle iletişimini mümkün kılan araçların

toplamını ifade etmektedir (Türk, 2013, s.55). Bu çalışmanın medyanın haber verme işleviyle ilgili olarak hazırlanmıştır.

Yeni Medya

Yeni Medya kavramı 1970'lerde, enformasyon ve iletişim tabanlı çalışmalarda, psikolojik, sosyal, ekonomik, politik ve kültürel çalışmalar yapan akademisyenler tarafından ortaya atılmış olan bir kavramdır (Dilmen, 2007, s.114). Gelişen internet, bilgisayar ve mobil teknolojiler ile ortaya çıkan, kullanıcıların zaman ve mekan bağlamından koparak aktif bir şekilde etkileşimde buldukları sanal ortama verilen genel isimdir (Bulunmaz,2014, s.25). Yeni medya kavramı, bilgisayar teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte bireysel ve kitle iletişim ihtiyaçlarının çift yönlü ve anında gerçekleşmesini sağlayan, zaman ve mekân sınırlarını ortadan kaldıran tablet bilgisayarlar, cep telefonları, taşınabilir ve ağ ortamına bağlanabilen iletişim araçlarını ifade eden sayısal iletişim ortamların tümü olarak tanımlanabilir (Altunay, 2012, s. 14). Yeni medya olarak adlandırılmış olan bu ortamın temel özelliği geleneksel olarak ifade edilebilecek medya kanallarına göre daha hızlı ulaştırılabilen ve bu sayede sürekli güncel olan içeriği bünyesinde barındırabilmesidir. (İnce, 2017, s.27)

Yeni medya kanallarından en bilineni ve diğer sanal ortamlarla kıyaslandığında daha fazla kullanıcının tercih ettiği sosyal medya kullanıcıları aracısız iletişim ortamı sunmuş ve bu sayede kullanıcıların içerik üretebilir hale gelmesinin önünü açmıştır.(Kalaman, 2019, s.576).Özellikle 2000'li yılları ardından ismi anılmaya başlanan sosyal medya, İnternet ve mobil cihazların gelişimi ile birlikte birey ve grupların İnterneti kullanarak karşılıklı ve gerçek zamanlı olarak iletişim kurmasına, enformasyon paylaşmasına olanak sağlaması sebebiyle gün geçtikçe etkin bir konuma sahip olmuş ve kullanıcı sayıları artış göstermiştir (Sayımer,2014, s.97).

Günümüzde yaygın kullanımıyla dikkat çeken sosyal medya yeni medya argümanlarından biridir. Sosyal medya sadece haber iletiminde değil haber oluşturulması süreçlerinde de etkide bulunmaktadır. Yaygın internet kullanımı sosyal medyanın kullanıcı sayılarını artırmış ve bu interneti günlük hayatın vazgeçilmezi haline getirmiştir. Bilgisayar ve internet teknolojilerinin kullanıcıların günlük yaşantısının önemli parçası haline gelmiş olması iletişim araçlarının "eski" ve "yeni" olarak iki ayrı şekilde sınıflandırılmasına sebep olmuştur (Dondurucu, 2016, s.185). Yeni medya ortamlarının kitle iletişimle benzeşen noktaları bulunsa haber alma ve iletimi konusunda farklılaşmaktadır. Daha özelden düşünüldüğünde ise bu amaca uygun hazırlanan sitelerin haber iletimi ve yayımında kullandığı yöntemler geleneksel kitle iletişim araçlarıyla kıyaslandığında hem oluşturulma açısından hem de okunması açısından büyük farklılıklar barındırır.

Yeni medya haber verme şekillerini de değiştirmiş ve internet teknolojileri kullanılarak habercilik yapılmaya başlanmıştır. İnternet gazeteciliği nazaran yeni bir kavram olduğundan internet haberciliğinde haberin nasıl yapılacağı konusu tam olarak kesinleşmemiş bir alanı ifade etmektedir (Yurdigül ve Zinderen,2012, s.85). Kitle iletişim için kullanılan araçların işlevinden birisi olan "haber verme" de, özellikle iletilen ve haber değeri taşıyan metaların nitelik olarak farklılaşması, veri tabanına dayalı bilgiler sunması, haber konu ve olaylarında sayısal fazlalık göstermesi, haber verme sürecini hızlandırması gibi gelişmeler yaşanması imkanı ve ihtimalini doğurmuştur (Kazaz, 2007, s. 221). Bu imkân ve ihtimaller internet gazeteciliğinin nasıl yapılması gerektiği sorununu doğurmuş ve üzerinde uzlaşmış bir formül bulunulamamıştır. Öte yandan yeni medyada gazetecilikle ilgili diğer bir konu ise haber iletiminde kullanılacak yeni medya ortamının sahiplik yapısıdır.

İnternet gazeteciliğinde ise diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de süreç benzer işlemiş ve ana akım medya şirketleri bu alana da el atmış ve üzerinde tahakküm kurmaya çalıştıkları bir alan haline gelmiştir. (Yurdigül ve Zinderen,2012, s.85). Bu durum düşünüldüğünde haberin sahip olduğu ideolojik yön yeni medya da aynı şekillerde devam edecektir. Özetle yeni medya getirdiği yenilikler sayesinde haberin oluşum aşamalarını ve haber tüketim alışkanlıklarını değiştirmiştir. Bu elbette yeni medyanın en büyük kullanıcı durumundaki gençleri etkilemiştir. Özellikle haber, habercilik, yeni medya, kitle iletişimi ve algıda yöneticilik gibi konularda ders alan iletişim fakültesi öğrencileri de bu etkiden nasibini almıştır. Bu araştırma onların bu etkinin farkındalığını anlamaya çalışacak ve bu kapsamda çıkarımlar yapacaktır.

Haber ve Haber Alma

Haber insanları bilgilendirmek, eğlendirmek ve eğitmek gibi görevleri olan kitle iletişim araçlarının, önemli argümanlarından biridir. Çünkü ilgisini uyandıran konular hakkında bilgiye ulaşmayı ve bu konuda yetkin olmayı istemektedir. İnsan beyni ve bilişsel sistemi bilgisayar gibidir ve haber kapsamında olan ve kendisini ilgilendiren beklenmedik olayları, gelişmeleri izlemektedir (Tuchman, 1973, s.111'den Aktaran: Yegen,2018:104). Modern gazeteciliğin gelişimine baktığımızda 16. yüzyıldan günümüzdeki duruma kadar kitlelerin haber ve enformasyon kaynakları incelendiğinde ise kitle kültürüne paralel şekilde kitle iletişiminde kullanılan araçlarının baskın karakteri gözlemlenmektedir (Yurdigül ve Yüksel, 2012, s.142)

Başka bir tanımlamaya göre ise haber, insan hayatının her aşamasında yer alan medya organizasyonlarının sayesinde, insanoğlunun en temel güdülerinden biri olan "merak"ını karşılama amacıyla bilmek ve habere sahip olma çabası neticesinde ortaya çıkmıştır (Yurdigül ve Zinderen,2012:82). Bu kapsamda düşünüldüğünde haberin başlangıç motivasyonu merakı dindirmek olsa da günümüzde haberin başka boyutları da vardır.

Öte yandan internet ve sosyal medya varlığı habere ulaşım konusunda büyük medya kuruluşlarına olan ihtiyacı kaldırmıştır. Bunun yanında geleneksel medyada deneyim ve tecrübe kazanmış gazetecilerin yeni medya mecralarında aktif olmaya başlaması ve bu işin maddi getirisi sonucunda şirketlerden ayrılmaları haberde yeni bir döneme işaret etmektedir. Bununla birlikte vatandaşları haberin tüketici olmaya bırakıp üreticisi olmaya başladıkları da görülmektedir. Örneğin çevrelerinde bir olay yaşandığında sosyal medya platformlarından canlı yayımla takipçilerine haber içeriğini ulaştırabilmekteledir. Bu noktada kullanıcılar sadece haberin hedef kitlesi haline gelmeyi kabul etmeyerek ve medya organlarının onlara karşı bakışından bağımsız olarak kendileri haber üretim ve yayınlama mekanizmalarına katkıda bulunmaktadır.. (Arık, 2013, s.274).

Haberde Güvenilirlik

Haber kaynaklarına ilişkin tüketicinin diğer bir deyişle okuyucu ve izler kitlenin tutumuyla alakalandırılabilir bir kavramdır. Haberde güvenilirlik Fogg'a göre kullanıcıların medya kanallarını ve bilgiye ulaşımında kullanılabilecek diğer argümanların yorumlamasıyla ortaya çıkan ve özel ifadeler içeren bir konudur (Eysenbach, 2008:141'den aktaran Yılmaz, 2013, s.50).

Güvenilirlik konusu medyada etik ilkelerin doğru uygulanması açısından önem taşır. Medya açısından güvenilirlik konusunun bu denli gündemde ve önemli bir konumda olmasının bir diğer sebebi ise kullanıcıların güvenilirliğine inandığı iletişim kanalını, haberle ilgili kuruluşları ve haberler kaynaklarını tercih etmesi ve bu kaynaklara güven duymasıdır (Balcı ve Bekiroğlu, 2014, s.193). Haberin yansız oluşu ve doğru şekilde aktarılması tüketicinin o haber kaynağına olan güvenini tazeleyebilecek bir gelişme olup tersi durum söz konusu olduğunda kişilerin farklı haber kaynaklarına ve mecralarına yöneleceği düşünülebilir.

ARAŞTIRMANIN AMACI

Günümüzde haber alma kaynağı olarak yeni medya argümanlarının kullanılır oluşu bu araştırmanın yapılmasına neden olmakta ve haber kaynakları da bu yöne kaymaktadır. Günümüz haberciliğinin yeni medyaya ve sebep olduğu değişimlere direnmesi pek mümkün olmamaktadır. Bu durum haberciliğin şeklini değiştirmiş ve yeni medyaya uyum içinde haber verme amacını gerçekleştirmelerini sağlamıştır. Medyada 90'lı yıllardan itibaren ortaya çıkmış olan tekelleşme ve holdingleşme tartışmaları halkın basına yönelik güvensizliğine neden olmuştur (Arık, 2013, s.275). Haberciliğin yeni medyaya özellikle sosyal medyaya uyum sağlamayı başarabilmiş olması mesleğin hala canlı kalmasına neden olmakla birlikte artık kâğıttan veya kamera önünden bağımsız olarak haber yapılabiliyor oluşu gazetecilik mesleğinin daha rahat icra edilebilmesine olanak sağlamıştır.

Geleneksel medya kanallarında yapılan gazeteciliğe daha kolay kullanımlı ve hızlı güncelleştirilebilen yapısını avantajıyla daha hızlı olması ve kullanıcıya yorum yapabilme imkânı diğer bir deyişle "feedback" sağlaması nedeniyle internet gazeteleri tercih edilir olmaktadır (Yüksel, 2012, s.149). Ancak yeni medya kullanıcılarının her birinin potansiyel haberci olduğu düşünüldüğünde gazetecilerin girişiminden bağımsız olarak haber içeriklerinin dolaşıma girmesi ve yalan haberlerin çoğalması internet gazeteciliğinin güvenilirliğini zedelemektedir. Her ne kadar güvenilirlik zedelense de bu tür gelişmeler yeni medyanın doğasında mevcuttur. Yeni medya teknolojileri, toplumsal etkileşimin bir parçası olarak gelişiyor olup katılımı ve otoriteye bağlı olmayan yapısı ve "ana akım" medya kanalları ve araçlarında yer verilmeyen ve bu sebeple kullanıcıların tanımadığı bireyler ile onların yaşantılarını içeriğinde yer vermesi ile şu anki konumuna gelmiştir (Türk,2013, s.55).

Profesyonel bireyler ve ana akım medyada çalışan gazetecilerin yanı sıra sosyal medya kullanıcıları da gazetecilere yetişebilir sayıda, bazen onlardan daha çok sayıda, çok miktarda ve farklı niteliklerde enformasyon ve içerik üretebilir konuma gelmişlerdir (Arık,2013, s.280). Bu üretime farklı şekillerde olmakla birlikte aslında gazetelerin veya diğer haber alma kaynaklarının yok sayılarak kişiden kişiye haber verme olarak gerçekleşir.

Araştırmanın amaçlarından biri bu kapsamda şekil alır. İletişim fakültesi öğrencileri bu ortamda hem haber üreten ve bunun eğitimini alan hem de haber tüketen olarak karşımıza çıkmaktadır. Öte yandan sıradan vatandaşlarında haber üretebilmesi haberin oluşum hızını da etkilemektedir. Örneğin Londra'da yaşanan saldırı sonrasında takip eden 6 saatte BBC'ye saldırının yakınında bulunan kişilerce sayıları 1000'i aşan fotoğraf, 20 bin e-posta ve 4 bin SMS gelmiştir (Arık,2013, s.282).

Vatandaşların da haber üretimi yapabildiği düşünüldüğünde araştırmanın diğer bir önemli amacının ise yeni medya ortamlarında dolaşıma giren haberlerin güvenilirliğine ilişkin gençlerin fikirlerinin alınmasıdır. Bu durum değerlendirildiğinde özellikle sosyal medyada takip edilen hesapların niteliği öne çıkacaktır. Geleneksel kanallarda veya online ortamda görev almış olan gazetecilerin, internet kaynaklı haberlere olan güvenlerini araştırılan 2007 tarihli araştırma, internet kaynaklı haberlerin diğer kaynaklara nazaran çok daha güvenilir olarak nitelendirildiğini gözler önüne sermiştir (Cassidy, 2007, s.478'den aktaran: Algül ve Sütçü,2015, s.20). Dolayısıyla takip edilen hesapların niteliği toplumun doğru habere doğru şekilde ulaşım konusunda bilgi sağlayacaktır. Bu kapsamda değerlendirildiğinde çalışmada iletişim fakültesi öğrencilerinin habere bakışı önem kazanmaktadır. Öğrencilerin haber kaynağı olarak kullandıkları kişilere veya kurumlara ait olan hesaplara olan güvenleri bu anket çalışması ile sorgulanacak ve bu yolla yeni habercilik anlayışlarının halktaki yansımaları incelenecektir.

Araştırmanın diğer bir konusu ise sosyal medyada etkileşimin ortaya çıkardığı ve dezenformasyon oluşturan durumların gençler üzerindeki etkisidir. Sosyal Medyanın farklı kullanıcıları aynı eksene getirmiş olması ve

böylece benzer yapıdaki insanların topluluk haline gelebilmesine aracılık ediyor oluşu bir konu veya olayda aynı anda karşıt görüşe sahip insanların hep bir ağızdan söylemesi ve birbirlerini yalanlıyor oluşları dezenformasyonu ortaya çıkarmaktadır (Algül ve Sütçü, 2015, s.23). Bununla birlikte sosyal medya çerçevesinde oluum gösteren ve kullanıcıların benzer düşüncedeki diğer insanlarla bir araya gelişleriyle oluşan yankı fanusu veya yankı odası şeklinde tanımlanan durumda yanlış bilgiyi yaymanın ve bu duruma dair oluşmuş olan düşünce ve yargıların güç kazanmasına neden olmaktadır (Aydın,2020, s.78).

Bunlar ve araştırmanın sayılabilecek diğer nedenler sıralandığında araştırma iletişim fakültesi öğrencilerinin haber alma kaynağı olarak internet kanallarını ne ölçüde kullandığı ve güvenilir bulup bulmadığı soruları araştırmanın amacı olarak özetlenebilir. İnternet ortamlarının medya kanallarında çeşitlik oluşumuna katkı sağladığı ve çoğulculuk durumunun oluşmasına etki sağladığını düşünenler, bu teknolojinin içerik üretimini ve paylaşımına sunmasını, geleneksel kitle iletişim araçları ile kıyaslanamayacak ölçüde kolaylıklar oluşturduğuna ve dileyen herkes için ulaşılabilir bir konuma geldiğine işaret etmektedirler (Çevikel, 2012 s.111). Bu perspektiften değerlendirildiğinde çeşitliliğin habere ulaşmada etkilediği pratikler incelenecektir. Tüm bunlar dikkate alındığında araştırmanın ana soruları ve amaçları şu şekilde sıralanabilir:

- İletişim Fakültesi Öğrencileri haber almak için hangi kaynakları seçiyor?
- Seçilen kaynaklar arasında internet ve sosyal medya kanallarının oranı yüzdelerle ifade ile kaçtır?
- Gençler sosyal medyada haber kaynağı olarak şirketleri mi yoksa bireysel kullanıcıları mı tercih ediyor?
- Sosyal medyanın haber kaynağı olarak kullanılması genel görüş dikkate alındığında güvenilir midir?
- İletişim fakültesi öğrencileri sosyal medyada karşılaştıkları haberlere güveniyorlar mı?

ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Yeni medyanın günümüz toplumunda yarattığı alışkanlıkların birçok konuda değişmelere yol açtığı genel kabul gören bir konudur. Bu bağlamda yeni medyanın haber alma ve haber iletimi konusunda da değişikliklere yol açtığı rahatlıkla söylenebilir. Özellikle okurun, tepkisini aracıya gerek duymadan hemen gösterebilme şansına sahip olarak haber oluşum ve iletim sürecine de etki gösterebiliyor oluşu internet gazeteciliği konusunun önem kazanmasını sağlamaktadır. Yeni medya enformasyonun, işlenmesinin, üretilmesinin ve toplanmasının iletilmesinin ve görüntülenmesinin, saklanmasının yollarını değiştirmiştir (Pavlik, 1998, s. 80'den aktaran: Askeroğlu ve Karakulakoğlu, 2019, s.512)

Tüm bunlar dikkate alınarak düşünüldüğünde yeni medyanın özellikle iletişim araçları açısından değerlendirildiğinde iletişim araştırmalarında önemli bir yer tuttuğu ve hedef kitle üzerinde etkiler söz konusu olduğunda birçok bakımdan araştırmaya değer bir konu olduğu varsayımında bulunmak doğru olacaktır. Her yeni teknolojik gelişim, sadece gün yüzüne çıkardığı yeni olanaklardan dolayı değil, bu yeni teknik olanakların sağlamış olduğu yeni iletişim süreçleri ve yeni iletişim kültürü sebebiyle de “yeni medya” kavramı ile anılır olmuştur (Altunay,2015, s.412). Bu durum yeni medyanın kavramsal çerçevesinin geniş olmasına ve yeni medya bağlamında araştırılacak konuların kapsamının daraltılması gerekliliğini getirmiştir. Buradan hareketle bu araştırma bazında düşünülecek olursa yeni medyanın haber verme işlevi incelenecek ve bu konuda çıkarımlar yapılacaktır.

Günümüz kültürel ve siyasi ortamında haber önem kazanmış ve bu nedenle haber alma kaynaklarının işlevi ve haber verme şekli araştırılır olmuştur. Araştırmanın önemi bu bakımdan değerlendirildiğinde netlik kazanacaktır. Çoklu ortamı destekler nitelik taşıyan olan yeni medya, internet kullanılarak oluşan iletişim çeşitlerini ifade ediyor oluşu ile birlikte geleneksel medyanın gösterdiği monolog yapıyı ortadan kaldırarak süreklilik göstermeyen iletişim şekline kapı aralamaktadır (Çambay,2015, s.241). Bu durum ise yeni iletişim şekillerinin varlığına işaret etmektedir. Yeni iletişim şekilleri ve bunların tespiti ile haber verme davranışının buna göre şekil alması bu araştırmayı doğuran bir diğer etmandir.

Günümüzde teknolojik gelişmeler ve bu alanda ortaya çıkmış olan yenilikler genellikle olumlu şekilde algılanmakla birlikte, toplum alanında radikal değişikliklere de neden olmakta ve enformasyon toplumu gibi iyimserlik dolu söylemler, iktidar ve egemen kesimlerin toplumun hakimiyetini ele geçirme emeli taşıyan uygulamalarıyla gözetim toplumunun oluşumuna işaret etmektedir (Dolgun,2014, s 2). Bu yönden değerlendirildiğinde haberin yayılma konusu ne olursa olsun algı yönetimi argümanları habercilikte kullanılabilir. Algı, iç veya dışsal çevrede gelen uyarıcıların bireylerin duyu organları yoluyla veya hisleri aracılığıyla algılanmasıyla başlamış olan ve bu uyarıcıların fark edilmesini, anlaşılmasını ve tanımlanmasını sağlayan fiziksel ve bilişsel nörolojik süreçlerin tamamıdır (Tutar, 1998, s.77'den aktaran: Türk, 2014, s.11). Bu algı yönetimi işi dikkate alındığında haberlerin kaynaktan nasıl değerlendirildiği ve aktarıldığı önem kazanmakla birlikte haberin medyada yer alma süreci de dikkate değerdir. Özellikle iktidarlar tarafından daha denetlenebilir olan kitle iletişim araçlarında bu durum yaşanmaktadır. Kısacası kitle iletişim araçlarında haber kapsamında sunulan olaylar diğer bir anlatımla bu araçlarca değerli olduğu düşünülen olaylar birey ve toplum nezdinde önemli, yer verilmeyen haberler ise önemsiz olarak algılanır.

Burada özne olan alıcılardır. Alıcılarda artık yeni medya sayesinde aktif duruma gelmişlerdir. Geleneksel medyadaki pasif konumda olan alıcılar artık kendi haberini üretebilen, ürettiğini paylaşan ve kitlelere sunabilen; haber üretim sürecinde denetçi konumunda bulunan, bu kavramlarla aktif bir konumda bulunan bireylerdir

(Kaplan, 2014, s.128). Bu kavramsal çerçeve değerlendirildiğinde yeni medyadan alınan haberlere güvenilirlik ve haberin güvenilirlik kıstaslarına göre değerlendirilmesi önem kazanmaktadır.

Tüm bu durumlar değerlendirildiğinde özellikle iletişim fakültesi öğrencilerinin habere bakışı önem kazanmaktadır. Araştırma haberin değerlendirmesini araştırarak haberde etki konusunu gündeme taşımak için yapılmaktadır. Ayrıca belirlenen evrende internetin haber alma açısından kullanımı ile ilgili istatistiksel verilere ulaşılarak üniversite öğrencilerinin demografik özellikleri ile birlikte sunulacaktır. Öte yandan dikkate değer bir konuda internetin gazeteciler için kaynak olma konusudur. Akademik araştırmalar, sosyal medyanın gazeteci için güncelliğini koruyan konu veya hikâyelere ulaşma ve gündem konularını izleme gibi konularda kolaylık sağlayabileceğini göstermiştir (Schifferes et al, 2014'ten aktaran: İnce,2017, s.30).

Gazetecilerin internet kaynakları olarak buldukları hikayelerin veya haber konusu içeriklerin iletişim fakültesi öğrencileri nezdinde haber değeri olup olmadığı da araştırılacaktır. Çünkü sosyal ve medya ve internet kanalları yapısı itibarıyla dezenformasyona yatkınlık taşır. Sosyal medya günümüzde, dezenformasyon oluşturabilmesi nedeniyle doğru habere ulaşma hakkına hasar verici olabilmektedir (Yegen, 2018, s.104).

Özetle üniversite öğrencilerinin haber kaynağı olarak kullandıkları kişilere veya kurumlara ait olan hesaplara olan güvenleri anket çalışması ile sorgulanacak ve bu yolla yeni habercilik anlayışlarının halktaki yansıması incelenecektir. Bu bilgiler ışığında değerlendirildiğinde sosyal medya ve yeni medya araçlarının haber almada kullanılması verilerine ulaşılarak yeni medyanın haber üzerindeki etkisi araştırılacaktır. Sosyal medyada fazla sayıda kullanıcının paylaşım yapabiliyor oluşu, anonim kimliklere sahip olabilmeleri ve bu nedenle kullanıcıların kimliğinin tespit edilemez oluşu sosyal medyada dolaşan haberlerin doğruluğu konusunda şüphe uyandırmaktadır (Kılıç ve İspir,2017, s404). Etkinin araştırılması yeni medyanın kullanımını ve güvenilirliğini anlamak açısından değerlendirildiğinde önem kazanır.

KURAMSAL TEMEL

Bu araştırmanın temelini “Westley-MacLean 'ın Aracılanmış İletişim Modeli kuramı oluşturmaktadır. Enformasyon için duyulan toplumsal ihtiyaç oluşumu karşısında Bruce Westley ve Malcolm S. MacLean, Newcomb'un modelini geliştirmişlerdir (Dereli, 2013, 20). Model daha çok kitle iletişimini açıklamak üzere ortaya konmuştur. İletişim daha geniş bir alanı kapsıyor olmasına rağmen iletişim çalışmalarından söz edildiğinde kitle iletişim konusuna veya medya kanallarına yani televizyon, radyo, basın sinema gibi kitle iletişim araçlarıyla gerçekleşen iletişimi, bu iletişimi gerçekleştirmiş olan kurumları, bunların örgütsel yapılarını ve bunların içerikleri ve bu içeriklerin topluma yönelik etkilerini ortaya çıkarmaya yönelik çalışmalar gelmektedir (Yaylağül, 2006, s. 18). Bu çerçevede incelendiğinde kuramcılarının etki araştırmaları yapmaları ve bu konuya eğilmeleri ile çok farklı düşünce yapısına sahip kuramlar ortaya çıkmıştır.

İletişim ile ilgili araştırmalar incelendiğinde McLuhan ismi öne çıkmaktadır. McLuhan araştırmalarında kitle iletişimini sağlayan araçların, baskı makinesiyle başlayarak radyo ve daha önemli olarak televizyonun, toplum üzerindeki etkilerini incelemiş ve elektronik iletişim araçlarının, belirli bir kültürü yayarak dünyayı “küresel bir köye” dönüştürdüklerini belirtmiştir (Usluata, 1985, s.24'ten aktaran: Altay, 2005, s.17). Global köy kavramı, McLuhan'ın 1962 tarihli The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man (Gutenberg Galaksisi: Tipografik İnsanın Oluşumu) isimli kitabında ortaya attığı ve tartıştığı bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır (Tanrıöver ve Kirli, 2015, s.139). McLuhan köy benzetmesini bilinen nazaran küçük ve kırsal kesim yerleşim alanı olarak değil teknolojik araçların yönlendirdiği, bireylerin evlerine kapanmasına neden olarak ekran sayesinde iletişimde buldukları yeni nesil bir yaşam şekli olarak göstermiştir. (Çelik Varol ve Varol, 2019, s. 140). Yeni iletişim teknolojilerinin dünyayı bir köye dönüştürdüğünü ve bu köyün global bir köy şekline sahip olduğunu belirten McLuhan, bu tanımla küreselleşme olgusundan daha çok köy kavramı üzerinde durmuştur (Tanrıöver ve Kirli, 2015, s.139).

Yeni medyanın yapısı düşünüldüğünde küresel veya global köy kavramının yerinde bir tanımlama olacağı söylenebilir. McLuhan yaşamış olduğu dönem içerisinde elektronik çağ göstergesi olarak televizyon örneğini vermiş olsa bile günümüz düşünüldüğünde internet ve özellikle sosyal mecralar televizyonun yerini almaya ve onu daha etkisiz hale getirmeye aday hale gelmiştir (Çelik Varol ve Varol, 2019, s. 144). Bu bağlamda değerlendirildiğinde McLuhan'ın tanımlamasının yeni medya araştırmalarında kullanılabilirliği ve bu araştırma özelinde düşünülecek olursa “Küresel Köy” kavramının yeni medyanın yapısını anlamaya yönelik olarak değerlendirilebileceği gözlemlenecektir.

Yeni medyanın sosyalleşme fonksiyonunu açıklayabilen “küresel Köy” kavramı söz konusu haber verme olunca yetersiz kalmaktadır. Diğer bir durum ise haber verme işlevinde önemli bir yere sahip olan eşik bekçilerinin konumudur. Eşik bekçiliği; mesajlar veya mesaj oluşturulması aşamasında her türde enformasyonun bilginin seçimini, gösterimi, sunumunu ve sunum şeklini, zamanlamasını, saklanmasını ve tekrarı üzerinde kontrolü ifade etmektedir (Donohue vd. 1972, s.53'ten aktaran: Narmanlıoğlu, 2016, s.147). İnternet kanalı kullanılarak gerçekleştirilen iletişimin en önemli avantajlarından bir tanesi de kitle iletişim araçlarında eşik bekçileri sayesinde ortaya çıkmış olan filtre işlevinin, web siteleri ve sosyal medya aracılığıyla gerçekleştirilen iletişim açısından geçerliliği bulunmaması ve kontrolünün kurumun elinde bulunmasıdır (Petekoğlu, 2012, s.313). Kontrolün kurum elinde bulunması sosyal medya açısından değerlendirildiğinde kontrolün paylaşım yapılan hesapta bulunması eşik

bekçiliğini ortadan kaldırmış olsa da bu seferde kurum veya hesabın hangi haberleri göstereceğine karar vermesi onun eşik bekçisi gibi davrandığını söylememize olanak sağlayabilir.

Bu anlamda değerlendirilecek olursa konuya en uygun iletişim kuramının “Westley-MacLean 'ın Aracılanılmış İletişim Modeli” olduğu görülecektir. Newcomb tarafından kişiler-arası iletişim aşamalarını anlatmak ve açıklama amacıyla geliştirilmiş olan ABX Denge Modeli Westley ve Maclean tarafından kitle iletişim sürecine uyarlanmıştır. (Yaylagül, 2006, s.52).

Newcomb'un (1953), dengeyi temel alan üçgen şekline sahip iletişim süreci modeli, iletişimin ve iletişim şeklinin toplum ve toplumsal ilişkilerdeki rolüne değinmiş olan ilk kuramdır (Erdoğan ve Korkmaz, 2010: 130' den aktaran: Ertem, 2012, s.44). Temel iletişim modeline göre, gönderici iletmek istediği konuyu seçip anlaşılır bir mesaj veya diğer deyişle ileti haline getirerek alıcıya ulaştırmakta ve alıcı da planlayarak ya da plansız halde göndericiye cevap vermektedir (Tekinalp ve Uzun, 2009: 111'den aktaran: Ertem, 2012, s.44).

Westley ve MacLean'ın kitle iletişim modelinin 1950'li yılların ortalarında geliştirdiği, dolayısıyla da teknolojik belirleyicilik tezinin ortaya atıldığı ve geniş bir kesimde de savunulduğu, Amerika'nın üçüncü dünya ülkelerine yönelik teknoloji merkezli kalkınmacı politikalarının revaçta olduğu döneme rastladığı anımsanacak olursa araç vurgusunun çok da rastlantısal olarak yapılmadığı düşünülebilir (Güngör, 2020, s.69). Bu dikkate alınarak değerlendirildiğinde aslında modelin kitle iletişim araçlarının o dönem ki şartlara göre değerlendirildiği ve günümüzde bu şartları sağlayabilecek durumların yaşanabildiği göz ardı edilmemelidir.

Modelde haber veya haber kaynakları x ile gösterilirken A sosyal medya hesabıdır. B ise sosyal medyada haberi okuyan diğer bir deyişle A hesabını takip eden kişidir. FBA ile gösterilen durum ise B'nin A'ya geri dönüş sağlamasını anlatmaktadır. Bu modele göre A, X'ler yani haberler arasında seçtiklerini B'ye sosyal medya aracılığıyla aktarmaktadır. B kimi zaman a'dan bağımsız olarak haberlere ulaşabilmektedir. Diğer bir nokta ise X'in her zaman haber olmayacağı kimi zaman olay veya bir konu olabileceğidir. Yaylagül (2006)'ün aktardığına göre modelin başka versiyonunda C ile gösterilmiş olan kitle iletişimcisinin kanal rolünde olduğu bir durumdur.

LİTERATÜR TARAMASI

Araştırma konusu ile ilgili literatürde çeşitli bilimsel çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmalardan ilki İnce (2017) tarafından yapılmış olup iletişim fakültesi öğrencilerinin haber kaynaklarını ve yeni medya aracılığı ile kullandıkları haber kaynaklarına olan yaklaşımlarını incelemektedir. İnce (2017) araştırmanın temel amacını “iletişim fakültesi öğrencilerinin haber tüketim alışkanlıklarını izlemek ve yeni medyada içerik üretme düzeylerini saptamak” olarak belirtmiştir.

Araştırma bulgulara ulaşmak için 23 soruluk bir anket kullanmış ve anket Ege Üniversitesi Gazetecilik öğrencilerinden 378 kişiye uygulanmıştır. Ankete katılanlardan %87,2'si haber almak için yeni medyayı kullandığını belirtmiş ve öğrencilerden %32,1'i haberleri 2-3 saatte bir ve en çok 18:00-21:00 saat arasında takip etmektedir. Araştırmanın bir diğer önemli bulgusu ise güvenilirlik yönündedir. Sonuca göre öğrenciler, en çok gazetelere (%27,3), ikinci sırada alternatif haber sitelerine (%26,2), üçüncü sırada ise sosyal medyaya (%14,4) güvenmektedir. Başaran İnce (2007) bu sonuç için “Sonuç şaşırtıcıdır çünkü katılımcılar, haberleri en çok alternatif medya ve sosyal medyadan takip edip, haber içeriklerini burada üretseler de gazeteleri daha güvenilir bulmaktadırlar” yorumunda bulunmuştur.

Araştırma uygulama şekli ve seçilen örneklem bağlamında bu çalışmayla benzerlik göstermektedir. Bunun yanında yine araştırmanın konusu ve amaçları küçük farklar barındırsa da aynı düzlem içinde yer almaktadır. Araştırma bulguları ve bunların değerlendirilme şekli iki araştırmanın ortak yönlerine vurgu yapmakta ve bu açıdan değerlendirildiğinde aynı konuda farklı örneklem kullanılarak hazırlanmış araştırmalar olarak değerlendirilebilir. Araştırma sonuçları dikkate alındığında ise her iki araştırmanın farklı zamanlarda ve farklı örneklem üzerinden yapılmış olması sonucun benzer şekillerde çıkmasına engel olamamıştır. Bu durum dikkate alındığında şu an öğrenim gören veya yeni mezun olmuş olan iletişim fakültesi öğrencilerinin haber takibi ve haber yorumlama şekillerinin benzer olduğu vurgusu yapılabilir.

Konuyla ilgili diğer bir araştırma Algül ve Sütçü (2015) tarafından hazırlanmıştır. Araştırma kullanıcıların sosyal medyada gördükleri haberleri nasıl değerlendirdikleri konusuna eğilmiş ve bu yönde hazırlanmış çalışmaları incelemiştir. Yazarlar çalışmada çalışmanın amacını “kullanıcıların Sosyal Medyadaki haberleri nasıl değerlendirdiklerini ortaya koymak” olarak özetlemiştir.

Araştırma bulguları rastgele örneklem metodu kullanılarak 520 üniversiteli katılımcı ile yapılan 36 soruluk bir anket ile ortaya konmuştur. Araştırma bulguları araştırmanın hipotezlerinin doğrulanması veya kabulü şeklinde değerlendirilmiştir. Bu anlamda 16 hipotez sunulmuş ve farklı bağlamlar kullanılarak kabul veya reddedilmiştir. Araştırmada mevcut maddeler üzerinde faktör analizi yapılmış sosyal medyada yer verilmiş habere dezenformasyon uygulanması, sosyal medyadaki haberin güvenilirliği gibi faktörler ortaya çıkmıştır. Algül ve Sütçü (2015) araştırmanın sonuç bölümünde bulguları değerlendirirken “Araştırma kapsamında en ilginç bulgu, bir haberin çok yerde yayınlanmış olmasının, onun güvenilir bir haber olduğunu göstermediğinin tespit edilmesi olmuştur” şeklinde yorumda bulunmuşlardır. Diğer önemli bir bulgu ise bireylerin eğitim durumlarının ve yaşının arttıkça sosyal medyadan gelen haberleri “kendini filtresinden geçirdiği ve buna göre daha az sayıda paylaşımda” bulunduğudur.

Araştırmada yeni medyanın önemli bir bölümünü oluşturan sosyal medya kanallarını incelemesi ve bu anlamda yine üniversite öğrencilerini örneklem seçmesi ile bu araştırmayla benzerlik taşımaktadır. Haber kaynağının gerçek kullanıcılar ile anket yapılarak incelenmesi bu araştırmayla olan en önemli benzerlik olarak değerlendirilebilecek olup kapsam olarak sadece sosyal medyadan gelen haberleri incelemektedir. Yine de ankete katılanların demografik özellikleri dikkate alındığında bu araştırma ile benzer sonuçların alınacağını işaret etmektedir.

Bir diğer araştırma ise Güz, Yegen ve Yanık (2017) tarafından hazırlanmıştır. Araştırmada Muş ili örneklem olarak seçilerek kullanıcıların haber alma ile ilgili yeni medyayı nasıl kullandıkları ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Ayrıca araştırma da yeni medya ve haber ile ilgili kaynak taramasına yer verilmiş ve ardından yeni medya araçlarının bilgi alma ve habere ulaşmada oynadığı rol incelenmiştir. Daha önce bahsedilen çalışmalarla kıyaslandığında daha farklı demografik özellikler taşıyan kişiler incelenmiş ve bu şekilde sonuca ulaşılmaya çalışılmıştır.

Çalışma kapsamında tesadüfi örneklem yöntemi kullanılarak Muş Alparslan Üniversitesi'nde eğitim gören 100 öğrenci seçilmiş ve yine tesadüfi örneklem yöntemiyle Muş ilinde yaşayan ve farklı meslek gruplarına mensup 100 kişiye anket uygulanmıştır. Güz, Yegen ve Yanık (2017) araştırma bulgusu olarak "İnterneti günlük haberlere ulaşmak için; her zaman kullananlar %35, genellikle kullananlar %27,5, bazen kullananlar %22, nadiren kullananlar %6,5 oranındadır" şeklinde özetlemişler ve genç kullanıcıların haber almada ilk tercihlerinin internet olduğunu ortaya koymuşlardır. Güz, Yegen ve Yanık sonuç bölümünde ise "yapılan araştırmada internetin haber amaçlı olarak kullanımının %90'ların üzerine çıktığı sonucuna ulaşılması dijital ortamın ne oranda güçlendiğini bize göstermektedir" yorumunda bulunmuş ve "Yakın gelecekte sosyal medya platformlarının da habercilikle ilgili sorunlarını aşarak etkinliklerini artıracaklarını" belirtmişlerdir.

Araştırma yeni medya kanalları ile haber arasındaki bağlantıyı incelemesi bakımından bu araştırmayla benzeşmektedir. Bu anlamda değerlendirildiğinde yalnızca yeni medyanın haber almada kullanımı incelenmiş ve güvenilirlik veya diğer faktörler işlenmemiştir. Diğer bir konu ise araştırmanın örnekleminin genişliğidir. Araştırma verileri incelendiğinde farklı yaş gruplarının habere ulaşmada farklı kanallar kullanması kişilerin demografik özelliklerinin haber takibi alışkanlıklarını farklılaştırdığı sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

Konu ile ilgili diğer bir araştırma Mesutoğlu (2020) tarafından hazırlanmıştır. Çalışmada günümüzde okuma pratiği ve bu alanda dijital teknolojilerin ne şekilde kullanıldığı incelenmiştir. Bu kapsamda yeni medyada haberlerin tüketimine ve okur profiline yer verilmiştir. Çalışma, katılımcıların haberi hangi yolla, ne kadar sürede ve nasıl okuduğuyla ilgili temel bulguları ele almaktadır.

Araştırma kapsamında İstanbul içinde tesadüfi örneklem metodu ile 150 kişiye ilk etapta 45 soruluk bir anket uygulanmış ve soru sayısı daha sonra 25'e düşürülmüştür. Mesutoğlu ankete katılan bireyleri A (30 ve üzeri yaş) ve B (20-30 yaş) grubu olarak ikiye ayırmış ve bulguları mukayeseli olarak ortaya koymuştur. Haber okuma alışkanlıkları üzerinden değerlendirmede A grubunda kullanıcıların yüzde 17'si gazeteyi tercih ederken yüzde 4 akıllı TV kullanımı, yüzde 26 laptop ve yüzde 52 telefonda haber takibi yaptığını ifade etmektedir. B grubunda ise bu oranlar yüzde 68 oranında telefon yüzde 18,5 ile akıllı televizyon yüzde 13,5 ile diz üstü şeklinde olmaktadır. Mesutoğlu (2017) B grubundan kimsenin gazete seçeneğini işaretlemediğine dikkat çekmiş ve yine B grubundan haber okumayı reddeden bireylerin olduğunu vurgulamıştır. Bunun yanında araştırma hangi internet sitelerinin takip edildiği, hangi uygulamaların kullanıldığı gibi konulara da eğilmiştir.

Araştırma yine farklı demografik özellik taşıyan grupları tesadüfi örneklem metodu kullanılarak incelemiş ve aralarındaki farklılıkları ortaya koymuştur. Bunun yanında bu araştırmada da odak noktası olarak habere ulaşım ve ulaşım şekli olması sebebiyle iki araştırma amaç olarak benzer durumları ortaya koymaya çalışmıştır. Diğer yandan ise Mesutoğlu habere erişilen alanla ilgili verilerin yanında haber ulaşım kaynakları ve örneğin haber sitelerini de araştırmaya dahil etmiş ve haber alma kaynaklarının değerlendirilmesi konusunda kapsamı genişletmiştir.

Konuyla ilgili diğer bir araştırma ise Işık ve Koz (2014)'ün yaptığı çalışmadır. Çalışma internet gazeteciliğini ve internette haber okuma deneyimini bir anlamda kötüleştiren banner reklamlar üzerine eğilmektedir. Işık ve Koz (2014) araştırmanın giriş kısmında bu sorunu "Kendi etik kodlarını, rutinlerini yaratmakta oldukça yavaş olan internet gazeteciliğinin -Türkiye örneğinde- önemli sorunlarından biri, 'çöp siteler' ve 'çöp haberler'dir" şeklinde belirtmişlerdir.

Araştırmada farklı haber siteleri incelenmiş ve çıkarımlarda bulunulmuştur. Özellikle Işık ve Koz (2014)'ün çöp haber olarak nitelendikleri örneklerle yer verilmiş ve sonuç bölümünde genel değerlendirme yapılmıştır. Öte yandan Google News'in tüketicilere anahtar kelimelerle sundukları içerikler de incelenmiş ve örnekleriyle araştırmada yerini almıştır. Işık ve Koz (2014)'a göre Çöp site ve haberlerde içerik ikinci plandadır. Haber metinlerinde yer verilen ve sık bir biçimde geçen anahtar sözcükleri baz alan Google News, mevcut sıralamanın yerine, yeni bir sıralama oluşturur. Google arama trendleri göz önünde bulundurularak oluşturulmuş içeriklerde nihai amaç ise ne şekilde olursa olsun başlığın tıklanmasını sağlamak ve tıklanma sayısı ile reklam geliri elde etmeye çalışmaktır. Bu durum internette haber okuma deneyiminin kalitesinin düşmesine yol açmaktadır.

Bu incelemenin bizim araştırmamız açısından önemi yeni medya kanallarından haber okuma deneyimine zarar verebilecek ticari kaygılara ve bunların yol açtığı problemlere işaret etmektir. Çünkü yeni medyadan haber

okuyacak kişi hangi yaş grubunda hangi kitleden olursa olsun haber okuma deneyimine kötü zarar verebilecek içeriklere maruz kalmakta ve bu durum ise bu araştırmanın çıkış noktalarından biri olan haberde güvenilirlik konusunu etkilemektedir. Haber vermek amacıyla yazılmış gibi gözükten bu metinler kullanıcılardan tık alabilmek adına popüler kelimeler kullanarak yalnızca bu amaca hizmet etmektedir. Işık ve Koz (2014)'a göre daha açıklanmamış olan sınav sonuçları, yayınlanmamış dizi fragmanlarını konu alan haberler rahatlıkla bu tip sitelerde gösterilmektedir.

Konuyla ilgili yer verilmesi gereken diğer bir araştırma ise Kürkcü (2017)'nin haber Tweetlerini konu alan araştırmasıdır. Kürkcü bireylerin birbiri ile olan etkileşimini yeni medyanın en önemli özelliği olarak tanımlamış ve bu kapsamda haber içeriği paylaşan seçili hesaplardan yaklaşık seksen bir bin tweeti ve kullanıcılar tarafından etkileşimini incelemiştir. Kürkcü (2017) Twitter için "Twitter sahip olduğu anımsalılık ve etkileşimlilik özellikleriyle kullanıcılarına enformasyon kaynaklarından aktarılan iletileri yeniden paylaşımına sokabilme, yorumlayabilme ve onlara hızlı biçimde cevap verebilme imkânları tanıyan bir mecra"dır" yorumunda bulunmuştur. Araştırma bulguları kısmında beş haber Anadolu Ajansı, Doğan Haber Ajansı, Hürriyet Gazetesi, Sabah Gazetesi ve Sözcü Gazetesi'nin Twitter hesapları incelenmiş ve tweet sayıları, retweet sayıları ve oranları, beğeni sayıları ve oranları gibi kriterler baz alınarak değerlendirilmiştir. Kürkcü (2017) araştırmanın sonuç kısmında elde ettiği verileri "Çalışma sonucunda elde edilen bulgulara göre gazete ve haber ajanslarının gönderilerinin %90,9'unun tweet, %9,1'inin ise retweet olduğu belirlenmiştir. Çalışmanın yapıldığı dönemde en yüksek tweet oranının %99,4 ile Doğan Haber Ajansı'na, en düşük tweet oranının da %76,3 ile Hürriyet Gazetesi'ne ait olduğu saptanmıştır" şeklinde özetlemektedir. Bunun yanında tweetlerin etkileşim oranının ilk birkaç saatte yüksek olurken zaman geçtikçe azaldığını belirterek ilk birkaç saatte haberlerin daha çok kullanıcı tarafından görüldüğünü belirtmiştir. Bu inceleme bizim araştırmamızla sosyal medyanın, daha özelden Twitter'ın haber mecrası olarak incelenmesi yönünden paralellik göstermesi ile birlikte araştırmanın gerçekleştirilme şekli olarak farklılık göstermektedir. Kürkcü (2017) verilere Twitter'ı kullanan kullanıcıların etkileşimi ile ulaşılmış ve bu mecra da haberin yayılma şekli ile ilgilenmiştir. Bizim araştırmamız açısından değerlendirildiğinde yeni medyanın haber içeriklerinin kullanıcılar tarafından etkileşimini anlamak adına önem taşımaktadır.

Literatür taraması kapsamında değinilmesi gereken bir diğer araştırma ise yine sosyal medya kullanıcıları üzerinden Becan (2018) tarafından yapılmış olan araştırmadır. Becan (2018) sosyal medya bağımlılığını işlemiş ve bağımlılığın haber takibi motivasyonlarına olan etkisini konu almıştır. Araştırma kapsamında İstanbul Aydın Üniversitesi'nde, basit tesadüfi örneklem metoduyla, 349 öğrenci ile yüz yüze anket gerçekleştirilmiş ve elde edilen veriler haber takip etme sıklığı, haber konuları, haber kaynakları, kullanılan sosyal medya ortamı gibi değişkenler üzerinden yorumlanmıştır.

Becan (2018) araştırma bulguları kısmında kullanıcıların sosyal ağları terci etme sebeplerine değinmiş ve "tercih etme nedenleri arasında %80,8 ile haberlere/güncel bilgilere ulaşmak ilk sırada gelmektedir. Bunu %46,3 ile arkadaşlarla/tanıdıklarla iletişime geçmek takip etmektedir. Öğrencilerin %23,9'unun ise yeni hobiler edinmek istediği için tercih ettiği anlaşılmaktadır. Profesyonel/iş dünyasındaki ilişkileri geliştirmek isteyen öğrencilerin oranı %18,6 iken, bir partner bulmak isteyenlerin oranı %6'dır" şeklinde özetlemiştir. Araştırmanın sonuç bölümünde kullanıcıların büyük bölümünün sosyal medyayı haber alma için kullandığına dikkat çekilmiş ve bu sonuç ile "bireylerin algısında geleneksel iletişim araçlarının bilgi/haber iletmede tek başına yetemediğini, anlık bilgilere ulaşarak yaşadığı çağın gerisinde kalmak istemediğini açıkça göstermektedir" yorumlamasında bulunulmuştur. Becan (2018)' değindiği bir diğer nokta ise araştırmaya katılanların haberleri en fazla medya kuruluşlarının sosyal medya hesapları üzerinden takip etmesidir.

Araştırmanın önemi sosyal medya kullanıcılarının bu medya kanalını en fazla haber edinme amacı ile kullandığını ortaya çıkarması ile öne çıkmaktadır. Bunun yanında yine üniversite öğrencileri üzerinden yapılmış olması kullanılan örneklem açısından bizim araştırmamızla benzerlik göstermektedir. Bu noktalar düşünüldüğünde tek fark olarak araştırmada sosyal medyanın işlenmiş olması gösterilebilir. Yeni medya kullanıcıların yüksek oranda sosyal medya kullandığı düşünüldüğünde bu fark önemini yitirecektir.

Konuyla ilgili diğer bir araştırma ise Kutlu, Bekiroğlu ve Öztürk (2009) tarafından yapılmıştır. Kutlu vd. (2009) İletişim Fakültesi öğrencilerinin habere ulaşma alışkanlıklarını incelemiş ve araştırmada, İletişim, Reklamcılık, Sinema ve Televizyon, Halkla ilişkiler, Basın ve Yayın bölümlerinde öğrenim gören ve basit tesadüfi örneklem yöntemiyle seçilmiş 311 öğrenci ankete katılmıştır. Ayrıca araştırmada daha önce yapılmış olan konuyla ilgili araştırmalara değinilmiş ve yurt dışından örneklerle yer verilmiştir.

Araştırmanın bulgular kısmında "Günlük yaşamınızda Türkiye'de ve dünyada meydana gelen gelişmelere ilişkin düzenli olarak haber alma ihtiyacı duyuyor musunuz" sorusuna ankete katılan deneklerin; %57,2'si (178 kişi) "her zaman", %34,4'ü (107 kişi) "çoğu zaman" ve %8,4'ü (26 kişi) "bazen" yanıtı vermişlerdir. Deneklerden "hiçbir zaman" cevabını tercih eden olmamıştır. Ankete katılan İletişim Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin gazete okuma sıklığına bakıldığında; %39,5'inin (123 kişi) "her gün", %26'sının (81 kişi) "haftada 4-5 gün", %22,5'inin (70 kişi) "haftada 2-3 gün", %7,4'ünün (23 kişi) "haftada bir gün", %2,3'ünün (7 kişi) "on beş günde bir" ve %1,6'sının (5 kişi) "ayda bir" yanıtı ilettikleri görülmüştür. Kutlu vd. (2009) bu konuda iletişim fakültesi öğrencilerinin gazete okuma alışkanlıklarının yüksek olduğu yorumunda bulunmuş ve araştırma sonucunda haber

alma amacı ile en çok tercih edilen araçlar sırasıyla TV, internet, gazete, radyo ve dergi şeklindedir. Diğer bir sonuç ise en güvenilir haber alma kaynağının gazete olmasıdır.

Bu araştırma ile bizim araştırmamız hedef aldığı kitle ve araştırma konusu yönünden birebir benzerlik göstermekte ve bu açıdan değerlendirildiğinde araştırma verileri önem kazanmaktadır. Öte yandan araştırma 2009 yılında yapılmış olup o zamanın şartlarında değerlendirilmiştir. Bu durum dikkate alındığında geçmiş yıllarda iletişim fakültesi öğrencilerinin haber alma kaynaklarının ve alışkanlıklarının zamana bağlı olarak değiştiği gözleminde bulunulabilir. Yeni medyanın günümüzdeki konumu dikkate alındığında haber alma kaynağının televizyondan bu yöne kaydığı tahmininde bulunulabilir.

Literatür taraması kapsamında yer verilmesi gereken bir diğer araştırma ise Seçim (2017)'in araştırmasıdır. Araştırma radyonun bir haber alma aracı olarak kullanımını incelemekte ve örneklem olarak Adnan Menderes Üniversitesi öğrencileri seçilmiştir. Tesadüfi örneklem yöntemi ile 571 öğrenciye anket yapılmıştır. Seçim (2017) çalışmanın hipotez sorularını oluşturmak amacıyla yöneltilmiş olan ilk sorunun, “günde ortalama ne kadar radyo dinliyorsunuz” olduğunu ve katılımcıların 52’si radyoyu hiç dinlemediği cevabını vermiş olduğundan kendilerine çalışmanın ilerleyen sorularına cevap vermeleri istenmediğini belirtmiştir.

Seçim (2017)'in araştırmada değindiği noktalardan biri radyonun dinlendiği ortamdır. Öğrencilerden %53,7’si radyoyu evde veya yurttan dinlerken %20’si kişisel ve toplu taşıma araçlarında dinlemektedir. Bu yanıtları cep telefonu ya da el radyosu aracılığı ile sokak ortamında dinlerim cevabını verenlerin oranı (%19,9) ve cafe, restoran vb. yerlerde dinlerim diyenlerin oranı (%6,2) takip etmiştir. Araştırmanın bir diğer bulgusu ise öğrencilerden %70,3’ünün radyoyu müzik dinlemek için kullanırken %18’inin haber alma amacıyla kullanmasıdır. Araştırmanın bizim araştırmamız için en önemli bulgusu ise öğrencilerin hangi araç ile haber almaya öncelik verdikleridir. Anket sonucunda haber alma araçları sırasıyla internet (%46,11), Gazete-dergi (%18,4), televizyon (%16,5), telefon (10,6), radyo (%8,11) ve sosyal ortam (%0,14) şeklinde olmuştur. Ayrıca Seçim (2017) radyodan en çok dinlenen haber türünün hava durumu haberleri olduğunu belirtmiştir.

Araştırma odak noktası olarak radyoyu almış olsa bile öğrencilerin hangi kaynaktan haber aldıklarına yönelik bulguları ile değerlendirilmeye değer görülmüştür. Yine örneklemin bizim araştırmamız ile benzerlik göstermesi bakımından değerlendirildiğinde özellikle haber alma kaynağı ile ilgili sonuçların değer kazanacağı ve bu araştırmayla paralellik gösterebileceği çıkarımında bulunulabilir.

Konu ile ilgili değinilmesi gereken son araştırma ise sosyal medyadan ulaşılan haberlerin güvenilirliğini ve kullanıcıların teyit alışkanlıklarını anket yöntemi ile inceleyen Çömlekçi ve Başol (2019)'un araştırmasıdır. Çömlekçi ve Başol (2019) öncelikle gazeteciler tarafından aktarılan haber öğeleriyle, kullanıcıların ürettiği veya paylaştığı sosyal medya haberine güven arasında anlamlı bir farklılığı sorgulamış ve kullanıcıların sosyal medyadan ulaştıkları haberleri paylaşımından önce üzerinde ne derece araştırma yaptıklarını incelemeyi amaçlamış ve bu kapsamda Kırklareli Üniversitesi’nde eğitim gören 763 üniversite öğrencisinin katılımıyla bir anket düzenlemişlerdir. Ayrıca bu araştırmada kullanıcıların haberleri hangi mecradan aldıkları da sorgulanmıştır. Araştırma haberde güvenilirliğe de değinilmiş ve katılımcılara bu yönde de soru yöneltilmiştir.

Araştırmaya katılan öğrencilerden 438’si kadın (%57,4) ve 325’i erkektir (%42,6). Katılımcıların en sık kullandıkları sosyal medya hesapları sırasıyla Instagram (%69,1), Youtube (%15,7), Twitter (%6), Facebook (%5,4) ve diğer sosyal medya kanalları (%3,8) olarak ölçülmüştür. Araştırmanın bir diğer önemli verisi ise kullanıcıların haber almada kullandıkları sosyal medya mecralarıdır. Araştırmaya göre kullanıcıların haber alma kaynakları sırasıyla Instagram (%49,4), Twitter (%19,4), Youtube (%14,7), diğer sosyal medya kanalları (%9,3) ve Facebook (%7,2) şeklinde oluşmuştur. Araştırmanın diğer bir önemli bulgusu ise habere güven konusu ile ilgilidir. Gerçekleştirilmiş olan analizin sonucunda; katılım gösterenleri bireysel mecralardan çok kurumsal mecralara güvendiği anlaşılmıştır.

Araştırmanın amacı ile bu araştırmanın amacı yakın anlamda örtüşmektedir. Çömlekçi ve Başol (2019) araştırmalarına teyit konusunu da dahil etmiş ve bu şekilde sosyal medyadan gelen haberlerin değerlendirilmesini araştırmışlardır. Öte yandan habere ulaşım kaynağının incelenmesi çabası araştırmanın bu araştırma için önemli olduğuna işaret etmektedir. Yine araştırmanın örnekleme değerlendirilecek olursa demografik özellikler olarak yakın olduğu ve bu anlamda düşünülecek olursa iki araştırmanın benzer sonuçlar verebileceği anlaşılmaktadır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma, 23 sorudan oluşan bir anket ile gerçekleştirilecek olup anket demografik sorular, interneti kullanma amaçları ve sıklığı, internet ortamlarında habere ulaşma ve bu yöndeki alışkanlıkları ve yeni medyada haber içeriği üretme ve etkileşim düzeyini anlama amacıyla sorulan sorulardan oluşmaktadır. Anketi uygulama bakımından online olarak gerçekleştirilecek olup sorulara eksiksiz yanıt veren kişiler dahil edilecektir.

Problem Cümlesi

İletişim fakültesi öğrencileri haber takibi yaparken hangi kitle iletişim aracını kullanıyorlar?

Alt Problemler

Öğrenciler haber içeriklerine güveniyorlar mı?

Günlük kaç kaynaktan haber takibi yapılıyor ve bu amaçla hangi kanal kullanılıyor?
Öğrenciler haber içeriklerini paylaşıyorlar mı? Eğer paylaşım söz konusu ise bu amaçla hangi kanalları kullanıyorlar?

Araştırma Modeli

Araştırma farklı üniversitelerin iletişim fakültesi öğrencilerinden tesadüfi örnekleme metodu ile seçilecek ve ankete katılmayı kabul edenler ile anket çalışması yapılacaktır. Verilerin analizinde SPSS 22 programı kullanılarak araştırmanın bulguları saptanacak olup sonuç kısmında yorumuyla birlikte verilecektir. Rasgele örnekleme örneklemin daha homojen ve gerçeğe daha yakın sonuçlar elde edilmesi bakımından önemli olmaktadır. Araştırma modeli ile ilgili diğer bir konu ise farklı üniversitelerin ve İletişim Fakültesi kapsamında farklı bölümlerin öğrencilerinin dahil edilmesi ile örneklemin özelliklerin genişletilmesidir. Bununla daha farklı eğitimdeki farklı kültüre sahip öğrenciler araştırmaya dahil edilerek araştırmanın güvenilirliğinin olumlu etkilenmesi amaçlanmaktadır.

Evren

Araştırmanın evrenini üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Bu anlamda farklı üniversitelerden katılımcılara ulaşılmaya çalışılacak ve bulgular değerlendirilecektir.

Örneklem

Araştırmanın örneklemini medya, gazetecilik, algı yönetimi, propaganda gibi ders içeriklerinin kullanıldığı iletişim fakültesi öğrencileri oluşturmaktadır. Bu kapsamda Kocaeli ve İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencileri örneklem olarak seçilmiştir.

Veri Toplama

Veriler sosyal medya aracılığı ile ulaşılan kişilere online anket uygulaması ile gerçekleştirilmiştir. Anket olarak daha önce İnce (2017) tarafından geliştirilen ve kullanılan 23 soruluk anket kullanılmıştır.

Veri Analiz Yöntemi

Veri analizi için SPSS 22 programı kullanılarak bulgular tablo formatında aktarılmıştır. Ayrıca verilen cevapların örneklem içindeki yüzdesi ve sayısı gibi ibarelerde yine bulgular kısmında paylaşılmıştır.

Varsayımlar

Araştırmaya katılan öğrencilerden büyük çoğunluğu haber alma aracı olarak yeni medya kanallarını kullanırlar. Öğrenciler habere ulaşmakta sosyal medya kanallarını kullanırlar. Habere ulaşmak için en çok kullanılan cihaz mobil cihazlardır.

Sınırlılıklar

Küresel pandemi süreci sebebiyle saha çalışması online olarak gerçekleştirilmiş ve bu nedenle sadece sosyal medya hesabına sahip bireylere ulaşılabilmiştir. Bunun yanında farklı bölümlerden öğrencilere ulaşmaya çalışılmış ve ankette bölüm ile ilgili bir soru bulunmadığı için öğrencilerin hangi bölümden oldukları saptanamamıştır.

Tanımlar

Yeni Medya: Bilgisayar teknolojilerinin gelişimi ve bilgisayarları bir ağ şekline bir araya bağlayan internet teknolojilerinin gelişimi ile birlikte ortaya çıkmıştır. İnternet ortamlarında yayımlanan ve tüketilen medya içeriklerinin genel adı olarak özetlenebilir. Medya ile benzer noktaları bulunmakla birlikte özellikle etkileşim ve içeriklerin çeşitleri bakımından değerlendirildiğinde farklılaşmaktadır.

Haber: Toplumun genelinde ilgi uyandıran olayların sunum şeklidir. Farklı şekillerde üretilip dağıtılabilir oluşu ile geniş kesimler tarafından farklı motivasyonlar için ulaşılabilirliğini sağlamıştır. Medya açısından bakıldığında haber içeriklerini sunmak amacıyla organizasyonlar kurulduğu ve olayların anlatısının profesyonel bir şekilde yapıldığı görülecektir. Yeni medya açısından değerlendirildiğinde ise geleneksel medyada yer alan ve haber hazırlamakla görevli kimselerin yanında her içerik tüketici bir haber üreticisi halin gelebilmektedir.

Sosyal Medya: İnternette birlikte ortaya çıkan ve insanlar arası etkileşime yoğunlaşmış internet sitelerinin genel adıdır. Araştırmalarda genellikle yeni medya kapsamında yer alır.

Gazetecilik: Özellikle medya kanallarında haber toplama ve düzenleme işi yapan kişiler ve bu meslek dalını anlatan bir kavramdır. Geleneksel medyada haber toplama ve sunma organizasyonları içerisinde yer alan gazeteciler yeni medyada özellikle sosyal medya da kendi kullanıcı hesaplarından dahi haber içeriği paylaşım sunabilirler. Yeni iletişim teknolojileri ile haber dağıtım ve anlatım şekillerinin değişmesi mesleğin gelişmesine ve değişmesine neden olmaktadır.

Haberde Güvenilirliği: Haber kaynaklarının ve haber metninin doğruluğu ve teyit edilebilirliği ile ilgili bir kavram olup kullanıcıların haber metnine veya haber argümanına bakışı ile ilgili bir kavramdır.

BULGULAR

Tablo 1: Cinsiyetiniz

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kadın	53	52,5	53,5	53,5
	Erkek	44	43,6	44,4	98,0
	Diğer	2	2,0	2,0	100,0
	Total	99	98,0	100,0	
Missing	System	2	2,0		
Total		101	100,0		

Ankete katılanların demografik özelliklerine bakıldığında %53,5'inin erkek %44,4'ünün kadın olduğu ortaya çıkmaktadır. Bunun yanında katılımcılarda 2 kişi diğer seçeneğini işaretlemiştir.

Tablo 2: Aylık Geliriniz

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	300 ₺ ve altı	20	19,8	20,2	20,2
	301-600	15	14,9	15,2	35,4
	601-900	9	8,9	9,1	44,4
	901-1200	7	6,9	7,1	51,5
	1201-1500	11	10,9	11,1	62,6
	+1501	37	36,6	37,4	100,0
	Total	99	98,0	100,0	
Missing	System	2	2,0		
Total		101	100,0		

Katılımcılara aylık gelir sorulduğunda ise %37,4'ünün 1500₺ ve üzeri aylık gelire sahip olduğu görülürken %20,2'sinin ise 300₺ ve altı aylık gelire sahip olduğu görülmüştür. Bunun yanında öğrencilere nerde kaldıkları sorulduğunda (pandemiden önceki durum veya okulların açılması durumundaki durum dikkate alınarak cevap verilmesi istenmiştir.) %51'inin ailesinin yanında %26'sının öğrenci evinde, %15'inin devlet yurdunda ve %8'inin ise özel yurttan kaldığı gözlemlenmiştir. Katılımcılara hangi sınıfta oldukları sorulduğunda ise %31,3'ünün dördüncü sınıf, %25,3'ünün üçüncü sınıf, %24,2'sinin ikinci sınıf ve %19,2'sinin ise birinci sınıf öğrencisi olduğu gözlemlenmiştir. Demografik özelliklerden sonra katılımcılara internette günde ortalama kaç saat geçirdikleri sorulmuştur. Sonuçlara göre katılımcıların yarısından fazlası (%54) internette 1-5 saat arası vakit geçirmektedir. (Tablo 3)

Tablo 3: İnternette günde ortalama kaç saat geçiriyorsunuz?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 saatten az	3	3,0	3,0	3,0
	1-3 saat arası	21	20,8	21,0	24,0
	3-5 saat	30	29,7	30,0	54,0
	5-7	28	27,7	28,0	82,0
	7-10	10	9,9	10,0	92,0
	10 saatten fazla	8	7,9	8,0	100,0
	Total	100	99,0	100,0	
Missing	System	1	1,0		
Total		101	100,0		

İnternet sorusunun ardından katılımcılara haberleri ne sıklıkla takip ettikleri sorulmuştur. Katılımcılardan %37'si haberleri günde 1 defa takip ettiğini belirtirken %26'sı ise 2-3 saatte bir defa haberleri takip ettiğini belirtmiştir. (Tablo 4). Bu sonuç aynı zamanda kullanıcıların ne sıklıkta haber kaynağına ulaştıkları sorusuna da yanıt vermektedir. Bu düşünüldüğünde katılımcılardan %11'inin saatte en az bir defa bir haber kaynağına ulaştığı görülecektir.

Tablo 4: Haberleri ne sıklıkta takip ediyorsunuz?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Saatte en az 1 defa	11	11,0	11,0	11,0
2-3 saatte 1 defa	26	26,0	26,0	37,0
4-5 saatte 1 defa	19	19,0	19,0	56,0
Günde 1 defa	37	37,0	37,0	93,0
Takip etmiyorum	7	7,0	7,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Katılımcılara yöneltilen bir diğer soru ise haberleri en çok hangi saat aralığında takip ettikleridir (Tablo 5). Katılımcılardan %41,6 haberleri 18.01- 21.00 saatleri arasında takip etmektedir. Ülkemizde birçok televizyon kanalının "halkın en izlediği saat dilimlerinde (prime time)yayımlanan ana haber bültenleri" (San, 2006, s.31) ile haber verme işlevini gerçekleştiriyor olması bu saatlerin en çok haber takibi yapılan saat olmasına etkide bulunmuştur. Bunun yanında bu soruda dikkat çeken yan katılımcılardan %14,9'unun takip etmiyorum cevabı vermesi olarak gösterilebilir. Takip etmiyorum cevabını veren katılımcıların bir kısmına bu cevabın nedeni sorulduğunda ise 2019 Aralık ayında ortaya çıkmış olan Covid-19 salgını ile ilgili gelişmelerin onları rahatsız ettiği için haber takibi yapmadıkları ortaya çıkmıştır.

Tablo 5: Haberleri daha çok hangi saat aralığında takip ediyorsunuz?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 09.00-12.00	12	11,9	11,9	11,9
12.01-15.00	2	2,0	2,0	13,9
15.01-18.00	8	7,9	7,9	21,8
18.01-21.00	42	41,6	41,6	63,4
21.01-24.00	22	21,8	21,8	85,1
Takip etmiyorum	15	14,9	14,9	100,0
Total	101	100,0	100,0	

Araştırma açısından diğer bir önemli soru ise kullanıcıların yeni medya yani internette hangi mecralardan haber takibi yaptıklarına yönelik sorudur. Katılımcılardan %53'ü haber takibi için Twitter'ı tercih ettiğini belirtmiştir. Diğer bir sosyal medya kanalı olan Facebook'tan haber takibi yapanların oranı ise %2'dir. Bu sonuçlarla katılımcılardan yarısından fazlasının (%55) internette haber takibi için sosyal medya kanallarını tercih ettiği ortaya çıkmaktadır. Burada belirtilmesi gereken diğer bir durum ise alternatif haber siteleri (%17) ile ana akım gazetelerin kendi web sitelerinin (%18) takip edilme oranlarının birbirine çok yakın oluşudur. Alternatif haber sitelerinin yeni medyanın etkin kullanımıyla ve kullanıcı sayısının artmasıyla ortaya çıktığı ana akım gazetelerin web sitelerinin ise nazarın uzun zamandır var olduğu düşünüldüğünde yeni medyada haber takibi yapılması için köklü kurumların tercihte etkili olmadığı ortaya çıkmaktadır.

Değinilmesi gereken bir diğer nokta ise ana akım haber mecralarının, alternatif haber sitelerinin, gazetecilerin ve diğer haberle ilgili takip edilebilecek kişi veya kurumların Twitter'da hesap sahibi olmasının sonucun bu şekilde çıkmasına etki edebileceğidir. Daha öz bir anlatımla herhangi bir haber kaynağıyla o kaynağın Twitter hesabına yayımlanan haber içeriği değişme göstermemekle birlikte Twitter ve diğer sosyal medya kanalları aynı anda birden fazla haber içeriğini görmeye olanak sağladığı için sonuçlar bu şekilde yansımıştır (Tablo 6). Bunun yanında

internette haber takibi amacıyla blogların kullanım oranı %3 olmuştur. Blog sitelerinde paylaşılan içeriklerin kanaat oluşturmak için takip edildiği varsayılabilir ve aktif katılımlı görüşmelerle haber takibi nedenlerinin üzerinde net sonuç ortaya koyabilir (İnce, 2017, s.36)

Tablo 6: İnternette haberleri en çok hangi mecradan takip ediyorsunuz?

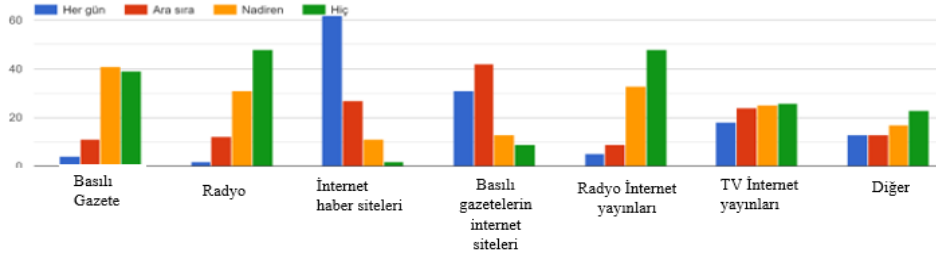
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Alternatif haber siteleri	17	16,8	17,0	17,0
	Ana akım gazetelerin kendi web siteleri	18	17,8	18,0	35,0
	Twitter	53	52,5	53,0	88,0
	Facebook	2	2,0	2,0	90,0
	Bloglar	3	3,0	3,0	93,0
	Takip etmiyorum	7	6,9	7,0	100,0
	Total	100	99,0	100,0	
Missing	System	1	1,0		
Total		101	100,0		

Katılımcılara yöneltilen diğer bir soru ise günde ortalama kaç haber sitesi gezdikleri sorusudur. Bu soru öğrencilerin hem haberi kaç kaynaktan aldıklarını hem de teyit alışkanlıklarını görmek açısından önem taşımaktadır. Toruk ve Sine (2012)'nin belirttiği üzere toplumsal gerçekliğin ve medyada gerçekliğin yeniden yorumlandığı ideoloji temelli mücadele alanı haline gelen haber metinleri ve olaylarının ne şekilde aktırdığı haber-hakikat ilişkisi içerisinde de açıklanabilmektedir. Bu tanım ekseninden değerlendirmek gerekirse haberler iletildikleri kanalın ideolojik unsurlarını barındırır ve bu durum haber de yanlılık durumuna yol açmaktadır. Bu nedenle kullanıcıların kaç farklı kaynaktan haber takibi yaptığı önem kazanmaktadır (Tablo 7).

Tablo 7: Günde ortalama kaç haber sitesi geziyorsunuz?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	14	13,9	14,1	14,1
	2-5	56	55,4	56,6	70,7
	6-10	15	14,9	15,2	85,9
	11 ve üzeri	2	2,0	2,0	87,9
	Hiç	12	11,9	12,1	100,0
	Total	99	98,0	100,0	
Missing	System	2	2,0		
Total		101	100,0		

Katılımcılara yöneltilen diğer bir soru ise iletişim araçlarını haber alma amacı ile ne sıklıkla takip ettikleri sorusudur. Bu soruya verilen cevap internet sitelerinin diğer bir değişle yeni medya kanallarının haber takibi için önemine vurgu yapmaktadır (Grafik 2). Diğer bir soru ise hangi cihaz üzerinden haber takibi yapıldığıdır (Tablo 8).

Grafik 2: Aşağıdaki iletişim araçlarını haber almak için ne kadar takip ediyorsunuz?**Tablo 8:** Haberleri en çok hangi cihazdan takip ediyorsunuz

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Gazete	1	1,0	1,0	1,0
İnternet/mobil cihazlar (cep telefonu)	81	81,0	81,0	82,0
Televizyon	9	9,0	9,0	91,0
İnternet/pc (bilgisayar, tablet)	9	9,0	9,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Katılımcılara yöneltilmiş diğer bir soru ise haberleri hangi amaçla takip ettiklerini anlamak içindir. Bu sorunun amacı hangi haber içeriklerine ilgi duyduklarını anlamaya yöneliktir. Kullanıcıların %61,6'sı haberi ülke gündeminden haberdar olmak için takip ederken %1'i eğlenceli içeriğe sahip haberler için takip etmektedir (Tablo 9). Bu durum öğrenciler nezdinde haberin işlevini anlamak açısından önemlidir.

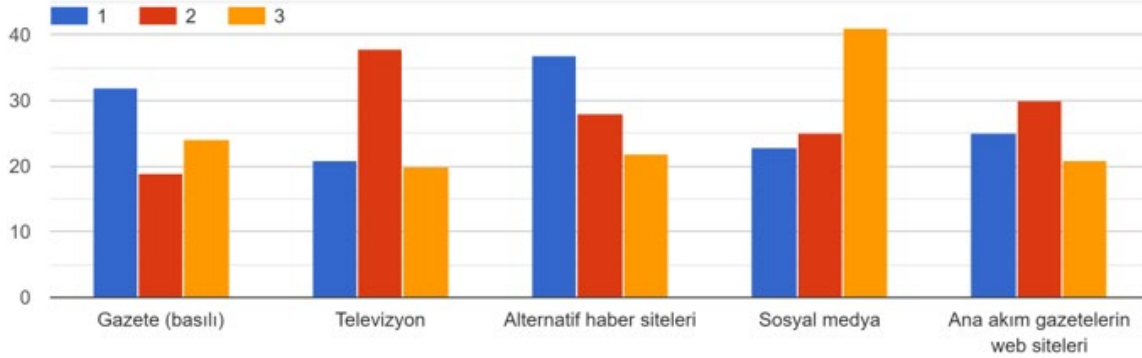
Tablo 9: Haberleri hangi amaçla takip ediyorsunuz?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ülke gündeminden haberdar olabilmek için	61	60,4	61,6	61,6
İyi yurttaşlığın gereği olduğuna inandığım için	7	6,9	7,1	68,7
Bilgilenmek için	22	21,8	22,2	90,9
Eğlenmek ve rahatlamak için	1	1,0	1,0	91,9
Takip etmiyorum	8	7,9	8,1	100,0
Total	99	98,0	100,0	
Missing System	2	2,0		
Total	101	100,0		

Dikkat çeken diğer bir sonuç ise katılımcıların haber kaynağı ve onun güvenilirliğini anlamaya yönelik soruya verdikleri cevaptır (Grafik 3). Katılımcılardan haber kaynaklarını güvenilirlik derecesine göre sıraya dizmeleri istenmiş ve 3 seçenek belirlenmiştir. Bu sonuca göre katılımcılarda %41'i sosyal medyayı üçüncü ve son sıraya

yerleştirmiştir. Bu sonucun dikkat çekici olması Tablo 5’te verilen sonuçla ilgilidir. Sonuca göre kullanıcılardan %55’i haberleri sosyal medyadan takip ederken haber güvenilirliği söz konusu olduğunda tüm katılımcılardan %41’i sosyal medyaya haber konusunda güvenmemektedir.

Grafik 3: Size göre aşağıda belirtilen haber kaynaklarından en güvenilir olanları hangileridir? Güvenilirlik derecesine göre sıralayınız (1=en önemliden başlayarak sıralayınız)



1

Katılımcılara yöneltilen diğer bir soru ise köşe yazarlarını ve yazarları en çok hangi mecradan takip ettiklerini anlamaya yöneliktir. Okurlar konu hakkında oluşturdukları görüşleri, ya da çelişkili durumlarda konularını kendi düşüncelerine göre “kanaat önderi” olarak gördükleri yazarlar sayesinde oluştururlar (İnce, 2017, s.35). Bu sonuçlara göre kullanıcıların %32’si herhangi bir köşe yazarı takip etmezken %66’sı köşe yazarlarını yeni medya kanalları ile takip etmektedir (Tablo 10). Bu sonuç köşe yazarlarına yeni medya kanalı ile daha rahat ulaşılabilir olmasının bir nedeni gösterilebilir.

Tablo 10: Köşe yazarlarını en çok hangi sanal ortamdan takip ediyorsunuz?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Yazılı basından	2	2,0	2,0	2,0
Gazetelerin web sitelerinden	20	19,8	20,0	22,0
Twitter’da	32	31,7	32,0	54,0
Instagram’dan	14	13,9	14,0	68,0
Takep etmiyorum	32	31,7	32,0	100,0
Total	100	99,0	100,0	
Missing System	1	1,0		
Total	101	100,0		

Yeni medya kanallarının yaygınlaşması neticesinde yukarıda da bahsedilmiş olduğu kadarıyla sıradan vatandaşlar haber yayımlayabilir konuma gelmişlerdir. Tablo 11 ve 12’de haber içeriğinin yayımlanıp yayımlanmadığı ve yayımlandıysa hangi mecrada yayımlandığı sorularının cevapları belirtilmiştir.

Tablo 12: Bir önceki yanıtınız evet ise, haber/fotoğraf/makale/videonuz hangi sanal ortamda yayımlandı?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Alternatif haber sitesinde	14	13,9	53,8	53,8
	Ana akım gazetenin web sayfasında	7	6,9	26,9	80,8
	Kendi web sitemde	1	1,0	3,8	84,6
	Twitter hesabımdan	1	1,0	3,8	88,5
	Diğer	3	3,0	11,5	100,0
	Total	26	25,7	100,0	
Missing	System	75	74,3		
Total		101	100,0		

Kullanıcılara yöneltilen diğer bir soru ise online haber içeriklerine ne sıklıkta yorum yapıldığını anlamaya yöneliktir. Bu sonuca göre kullanıcıların %59,6'sı sıklığı değişmekle birlikte online mecralarda yayınlanan haber içeriklerine yorum yapmaktadır. Bunun yanında kullanıcıların %55' i haber içeriğini yakınları ile günde 1-5 arası haber içeriği paylaşmaktadır (Tablo 14).

Tablo 13: Online haber içeriğine ne sıklıkla yorum yaparsınız

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Her zaman	6	5,9	6,1	6,1
	Ara sıra	20	19,8	20,2	26,3
	Nadiren	33	32,7	33,3	59,6
	Hiç	40	39,6	40,4	100,0
	Total	99	98,0	100,0	
Missing	System	2	2,0		
Total		101	100,0		

Tablo 14: Sosyal ortamlarda bir gün içerisinde kaç haber linki paylaşıyorsunuz

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
1-5	55	55	55,0	61,0
6-10	8	8	8,0	
10 ve üzeri	6	6	6,0	69,0
Hiç paylaşmıyorum	31	31	31,0	100,0
Total	100	100	100,0	

SONUÇ

Araştırma sonucunda araştırmaya katılan öğrencilerin haber takibini daha çok yeni medya kanallarından yaptığı ortaya çıkmış ve bu anlamda en çok sosyal medya kanallarını kullandıkları tespit edilmiştir. Bunun yanında öğrenciler habere ulaşmak amacıyla mobil cihazlarını kullandıklarını belirtmişlerdir. Bu anlamda düşünüldüğünde araştırmanın üç varsayımı da doğrulanmıştır.

Günümüz iletişim ortamları ve öğrencilerin yaşları düşünüldüğünde bu sonuç sürpriz olmamakla birlikte mobil cihaz kullanımının beklenilenin üzerinde çıktığı söylenebilir. Bunun nedeni olarak ise günümüzde cep telefonlarının ulaşılmış olduğu teknoloji seviyesi sayesinde kullanımının kolaylaştığı ve cep telefonundan başka bir cihaza gerek olmadan birçok ihtiyacın giderilebilmesi olarak gösterilebilir.

Araştırmanın ana problemini olan öğrencilerin haber takibi yaparken hangi kitle iletişim aracını kullandıkları oluşturmuş ve elde edilen bulgulara göre bu araç yeni medya kanalları olmuştur. Daha özelden ise öğrencilerden %53'ü haber takibi için twitter'ı takip etmektedir. Ancak alt problemlerde belirtilmiş olan haber içeriklerine güven konusunun bulgularına bakıldığında alternatif internet haber siteleri en güvenilir olarak algılanırken sosyal medya güvenilirlik konusunda geride kalmıştır. Alternatif haber sitelerinde gazetecilik mesleği eğitimi almış bireylerin haber sunumu yaptığı düşünüldüğünde öğrencilerin habere ulaşım konusunda profesyonel yaklaşımları tercih ettiği varsayımında bulunulabilir. Bunun yanında sosyal medyayı en güvensiz olarak algılanmasına rağmen Twitter üzerinden haber takibi yapılıyor olmasında ilk bakışta bir çelişki göze çarpmaktadır.

Bu durum sosyal medya ve yeni medya kanallarının karmaşık ilişkiler doğurmasıyla ortaya çıkmaktadır. Şöyle ki takip edilen ve güvenilir olduğu düşünülen alternatif haber sitesi kendi sayfası üzerinden sunum yaparken aynı anda diğer sosyal medya hesaplarından da haber sunumu yapmakta ve kullanıcılara ulaşmaktadır. Sözü edilen sitenin kendi sayfasında ve sosyal medya hesabında sunduğu haber içeriği aynıdır. Yalnızca kullanıcı farklı yönlendirmeler kullanarak aynı metne ulaşmıştır. Bu durum kullanıcının gazetecilerin bireysel sosyal medya hesabında da habere ulaşabildiği düşünüldüğünde güvensiz olan haberlerin gazeteci ve diğer profesyonel haber organları dışında kalan bireysel kullanıcıların dolaşıma sokmuş oldukları haberler olduğu ortaya çıkmaktadır.

Diğer bir alt problem ise günlük kaç haber kaynağından haber takibi yapıldığı ile ilgilidir. Bunun problem olarak sunulmasının sebebi yukarıda da belirtilmiş olduğu gibi öğrencilerin haber teyit alışkanlıklarını ölçmek ve haber çeşitliliğe ulaşma isteklerini gözlemlemektir. Kullanıcıların %14,1'i yalnızca tek kaynaktan haber alırken %56,6'sı ise habere ulaşmak için 2 ile 5 arasında kaynak kullanmaktadır. Bu sonuca göre öğrencilerin büyük çoğunluğu birden fazla yayın organını takip etmekte ve bu bulguya dayanarak öğrencilerin haberi teyit etme alışkanlıklarından söz edilebilmektedir.

Bu konuda yapılabilecek diğer bir yorum ise köşe yazarlarını takip oranıdır. Köşe yazarları da yukarıda belirtilmiş olduğu gibi bir kanaat önderi şeklinde davranarak haberi teyit edebilir veya yalanlayabilir. Ankete katılan öğrencilerden %68'i köşe yazarlarını takip ederken %66'sı yine bu amaç için yeni medya kanallarını kullanmaktadır.

Araştırmanın son alt problemi ise haber paylaşımı ve haberlere yapılan yorumlarla ilgilidir. Ankette öğrencilere bu yönde sorular yöneltilmiş ve haberle etkileşime geçip geçemedikleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Yeni medya tanımlamalarından da anlaşılacağı üzere yeni medya kanallarının kullanıcılara sunduğu en önemli avantajlardan bir tanesi etkileşimdir. Öğrencilerin %59,6'sı farklı sıklıklarda olmakla birlikte haber içeriklerine yorum yapmakta %69'u ise haber içeriklerini paylaşmaktadır.

KAYNAKÇA

Akbulut B. (2016). Medya ile İlişkilerde Halkla İlişkilerin Haber Kaynağı Olarak Konumlanması. Paşalı Taşoğlu, N. (der.) *Halkla İlişkilerde Uzmanlaşma 3*.(1.Basım,57-90) Umutepe Yayınları

- Altunay, A . (2015). Bir Sosyalleşme Aracı Olarak Yeni Medya. *Selçuk İletişim*, 9 (1), 410-428
<https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Josc/Issue/19031/201162>
- Altunay, A. (2012). Kes-kopyala-yapıştır: Bir sanat yüzeyi olarak ekran. *Yeni Medya ve..., Deniz Yengin (ed.)*, Anahtar Kitaplar Yayınevi
- Arık, E. (2013). Yurttaş Gazeteciliğinin Günümüzdeki Görünümü: Twitter Gazeteciliği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (36), 273-287
<https://iletisimdergisi.hacibayram.edu.tr/index.php/IKAD/article/view/45>
- Arslan, M. (2016). Kitle iletişim araçları, medya ve din ilişkisi üzerine. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 5-26. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/224411>
- Askeroğlu, E. D., ve Karakulakoğlu, S. E. (2019). Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Geçiş Sürecinde Değişen Gazetecilik ‘Yurttaş Gazeteciliği: Kuşaklar Üzerine Bir Araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(1), 508-536. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/695733>
- Aydın, A . (2020). Post-Truth Dönemde Sosyal Medyada Dezenformasyon: Covid-19 (Yeni Korona virüs) Pandemi Süreci. *Asya Studies*, 4 (12), 76-90. Doi: 10.31455/Asya.740420
- Balcı, Ş., ve Bekiroğlu, O. (2014). Medyanın kritik ve süregelen dönemeci: Üniversite öğrencilerinin gözünden medya haberlerinin güvenilirliği. *Selçuk İletişim Dergisi* 8(2).192-217
<http://hdl.handle.net/123456789/12079>
- Balta Petekoğlu, F. (2012). *Halkla İlişkiler Nedir*. Beta yayınları
- Bayraktutan, G., Binark, M., Çomu, T., Dogu, B., İslamoğlu, G., ve Aydemir, A. T. (2014). Siyasal İletişim Sürecinde Sosyal Medya ve Türkiye’de 2011 Genel Seçimlerinde Twitter Kullanımı. *Bilig*, 68, 59. <https://tinyurl.com/y7xpkzvj>
- Becan, C. (2018). Sosyal Medya Bağımlılığının Haber Takibi Motivasyonları Üzerine Etkisi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(3), 238-256. <https://dergipark.org.tr/en/pub/erciyesiletisim/issue/34825/350085>
- Bulunmaz, B. (2014). Yeni Medya Eski Medyaya Karşı: Savaşı Kim Kazandı Ya Da Kim Kazanacak? Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi, 4(1), 22-29. https://www.ktu.edu.tr/dosyalar/iletisimarastirmalari_01785.pdf
- Çambay, S. O. (2015). Bir toplumsallaşma aracı olarak yeni medya: kuramsal bir değerlendirme. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 237-247. <https://tinyurl.com/y7cwz3h>
- Çelik Varol, M., & Varol, E. (2019). Kavram ve Kuramlarıyla Marshall McLuhan’a Bakış: Günümüzün Egemen Medya Araçları Ekseninde Bir Değerlendirme. <https://hdl.handle.net/11413/5405>
- Çevikel, T. (2012). Türkiye Spor Medyasında İçerik Çeşitliliği: Günlük Gazeteler ve Futbol Blogları Arası Bir Karşılaştırma. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* (18).110-122
- Çömlekçi, M. F., ve Başol, O. (2019). Sosyal medya haberlerine güven ve kullanıcı teyit alışkanlıkları üzerine bir inceleme. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (30), 55-77. <http://iletisimdergisi.gsu.edu.tr/tr/pub/gsuilet/article/518697>
- Dereli, B. (2013). *Yeni medya olarak çevrimiçi video portallarının incelenmesi* (Doctoral dissertation, İstanbul Kültür Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü/İletişim Tasarımı Anabilim Dalı/İletişim Tasarımı Bilim Dalı). <http://hdl.handle.net/11413/1731>
- Dilmen, N. (2007). Yeni medya kavramı çerçevesinde internet günlükleri-bloglar ve gazeteciliğe yansımaları. *Marmara İletişim Dergisi*, 12(12), 113-122. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/2936>
- Dolgun, U. (2004). Gözetim toplumunun yükselişi: enformasyon toplumundan gözetim toplumuna. *Yönetim Bilimleri Dergisi* 1(3) <https://tinyurl.com/y9ycnyse>
- Dolgun, U. (2016). Kitle İletişim Araçları ve Yeni Medya. <https://tinyurl.com/yd7jdqll>
- Dondurucu Z. B. (2016). Sivil Toplum Kuruluşlarının Yeni Medyada Halkla İlişkiler Çalışmaları. Paşalı Taşoğlu, N. (der.) *Halkla İlişkilerde Uzmanlaşma* 3.(1.Basım,171-238) Umuttepe Yayınları
- Ertem T. (2012). Tarihsel Açıdan Halkla İlişkilerde İletişimin Stratejik Dönüşümü. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Yüksek Lisans tezi <http://nek.istanbul.edu.tr:4444/ekos/TEZ/49733.pdf>
- Güngör, N. (2013). *İletişime Giriş*. Siyasal Kitapevi
- Güngör, N. (2020). *İletişim Kuramlar ve Yaklaşımlar*. Siyasal Kitapevi
- Güz, N., Yegen, C., & Yanık, H. (2017). Haber ve bilgi alma aracı olarak yeni medya: Muş ili örneği. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(4), 1404-1417. <https://tinyurl.com/y7rmbzfk>
- Işık, U. ve Koz, K. A. (2014). Çöp Yığınlarında Haber Aramak: İnternet Gazeteciliği Üzerine Bir Çalışma. *Humanities Sciences*, 9(2), 27-43. <https://dergipark.org.tr/en/pub/nwsahuman/issue/19919/213199>
- İnce, G. B. (2017). Yeni Medyanın Haber Tüketim Pratiklerine Etkisi: İletişim Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Değerlendirme. *AJIT-e*, 8(29), 25. <https://tinyurl.com/y92syk3p>
- İşlek, M. S. (2012). *Sosyal Medyanın Tüketici Davranışlarına Etkileri Türkiye’deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma*. [Yayımlanmamış Yüksek lisans tezi] Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Karaman <https://hdl.handle.net/11492/594>

- Kalaman, S. (2019). Yeni Medya ve Dijital Gözetim: Türkiye'deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26(2), 575-594 <https://dergipark.org.tr/en/pub/yonveek/issue/47906/556868>
- Kazaz, M. (2007). Geleneksel habercilikten internet haberciliğine geçiş sürecinde spor basını. <http://acikerisimsarsiv.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/handle/123456789/12622>
- Kazaz, M. ve Akyüz, S. (2019). *Sahte Haber. Litaratürk* Yayınları
- Kılıç, D., ve İspir, N. B. (2017). Sosyal medyada kullanıcının haber güvenilirliği algısı. <http://acikerisim.ticaret.edu.tr/xmlui/handle/11467/1634>
- Kırık, A. (2017). Yeni Medya Aracılığıyla Değişen İletişim Süreci: Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Konumu. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5 (1), 230-261. DOI: 10.19145/gumuscomm.300815
- Kutlu, Ö., Bekiroğlu, O., ve Öztürk, Ş. Y. (2009). İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Haber Alma Alışkanlıkları: Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Örneği. <https://tinyurl.com/y8f5y53j>
- Kürkcü, D. D. (2017). Haber Tweetleri Üzerinden Kullanıcı Etkileşiminin Analizi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(1), 314-324. <https://tinyurl.com/y96ukruu>
- Mesutoğlu, N. (2020). Yeni Medya Haber Okuma Alışkanlığı ve Yeni Okur Tipolojisinde Farklılıklar. *Egemia Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi*, (7), 31-58. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/egemiadergisi/issue/57586/735812>
- Narin, B. (2018). Kişiselleştirilmiş Çevrimiçi Haber Akışının Yankı Odası Etkisi, Filtre Balonu ve Siberbalkanizasyon Kavramları Çerçevesinde İncelenmesi. *Selçuk İletişim*, 11(2), 232-251. <https://tinyurl.com/yc4pppvu>
- Narmanlıoğlu, H. (2016). İnternet Haber Sitelerinde Eşik Bekçiliği. *Journal of Graduate School of Social Sciences*, 20(1). <https://tinyurl.com/y7dkd44r>
- Özgen, Ö., ve Elmasoğlu, K. (2016). Sosyal Medya ve Marka İletişimi: Havayolu Şirketlerinin Twitter Kullanımına Yönelik Bir Araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* (43) <https://iletisimdergisi.hacibayram.edu.tr/index.php/IKAD/article/view/316>
- San, H. (2006). *Ana haber bültenlerindeki habercilik etiği hakkındaki izleyici görüşleri.* (Marmara Üniversite Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi) <http://hdl.handle.net/11424/11691>
- Sayimer, İ. (2014). Yeni Medya Ortamlarında Ağlar Oluşturan Toplumsal Hareket Deneyimleri. *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırmalar Dergisi*, 2(2), 97-112. <https://dergipark.org.tr/en/pub/ejoir/issue/5377/72976>
- Seçim, M.Ö (2017). Radyonun Bir Haber Alma Aracı Olarak Kullanılması: Adnan Menderes Üniversitesi Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 7(1). 302-317. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/317458>
- Sütçü, C. S. ve Algül, A. (2015). Değişen Haber Algısı: Kullanıcılar Sosyal Medyada Haberleri Nasıl Değerlendiriyorlar? *Global Media Journal: Turkish Edition*, 6(11). 18-34 <https://tinyurl.com/yazf2f8k>
- Şişman, Ö. R. (2018). *Siyasal iletişim, siyasal liderlik ve yönetim anlayışları, Türkiye'deki seçmenler üzerinden sosyal medyada siyasal iletişim model önerileri* (Doctoral dissertation, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Tanrıöver, O., ve Kirlı, S. (2015). Global Köy ve Kültürel Emperyalizm: Küreselleşme Bağlamında Enformasyon Toplumuna Bakış. *Intermedia International E-Journal*, 2(1), 133-142. <https://dergipark.org.tr/en/pub/intermedia/issue/8644/107908>
- Toruk, İ. ve Rengim, S. (2012). Haber söylem üretimindeki ideolojik etki: Wikileaks haberleri. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 1(31), 351-378. <http://sutad.selcuk.edu.tr/sutad/article/view/594>
- Türk, G. D. (2013). Demokrasinin dördüncü kuvveti yeni medya teknolojileri. XVIII. Türkiye'de İnternet Konferansı, İNETD, 55-60. <http://inet-tr.org.tr/inetconf18/bildiri/25.pdf>
- Türk, M.S. (2014). Medyanın Gerçeklik İnşası ve Gerçeklik Algısı. *Düşünce Dünyasında Türkiz Siyaset ve Kültür Dergisi*, 5(28). 9-32
- Yaylagül, L. (2006). *Kitle İletişim Kuramları*. Dipnot Yayınları
- Yegen, C. (2018). Doğru Haber Alma Hakkı ve Sosyal Medya Dezenformasyonunu Doğruluk Payı ve Yalansavar ile Tartışmak. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 101-121. <https://dergipark.org.tr/en/pub/erciyesiletisim/issue/38659/390324>
- Yılmaz, S. S. (2013). *Medya güvenilirliği: Gençlerin medya güvenilirliği üzerine ampirik bir çalışma* (Doctoral dissertation, Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü). <http://hdl.handle.net/123456789/5560>
- Yurdigül, Y. ve Yüksel, H. (2012). Gazeteciliğin Dönüşümü: Yeni Medyaya Entegrasyon Sürecinde Değişen Habercilik Pratikleri. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* (18), 140-162
- Yurdigül, Y., & Zinderen, İ. E. (2012). Yeni medyada haber dili Ayşe Paşalı olayı üzerinden geleneksel medya ve internet haberciliği karşılaştırması. *TOJDAC / The Turkish Online Journal of Design Art and Communication* 2(3). 81-91. <https://tinyurl.com/y7z3386b>

YÜKSEKÖĞRETİM KURUMLARININ ULUSLARARASILAŞMA STRATEJİLERİ: Karşılaştırmalı bir Analiz

Prof. Dr. Sibel MEHTER AYKIN
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Akdeniz Üniversitesi, Türkiye
sibelaykin@akdeniz.edu.tr

Öğr. Gör. Emel KAHRAMAN
Uluslararası İlişkiler Ofisi, Akdeniz Üniversitesi, Türkiye
ekahraman@akdeniz.edu.tr

ÖZET

OECD verilerine göre, uluslararası öğrenci sayısı 1998-2018 yılları arasında yıllık ortalama %4,8 oranında artarak 5,6 milyon kişiye ulaşmıştır. Türkiye’de de durum pek farklı değildir. Türkiye’de de durum pek farklı değildir. 2015 yılında Türkiye’deki yükseköğretim kurumlarında kayıtlı uluslararası öğrenci sayısı 73 bin iken 2018 yılında 148 bine, 2019-2020 akademik döneminde de 185 bine ulaşmıştır. Geleceğe yönelik projeksiyonlar küresel ölçekteki artışın devam ederek 2025 yılında uluslararası öğrenci sayısının 8 milyona ulaşacağını göstermektedir. Küresel ölçekte uluslararası öğrenci pastasından aldıkları payı artırmak isteyen ülkelerin yükseköğretim sistemlerini uluslararasılaşma yönünde yeniden yapılandırarak, stratejik bir yaklaşımla süreci yönetmeye çalıştıkları izlenmektedir. Bu çalışmanın amacı, uluslararasılaşma stratejilerini merkeze almak arzusunda olan yükseköğretim kurumları için bir ekran öğrenme fırsatı yaratmaktır. Bu amaç doğrultusunda, çok sayıda uluslararası öğrenci nezdinde cazibe merkezine dönüşen Anadolu Üniversitesi, İstanbul Üniversitesi ve Karabük Üniversitesi’nin stratejik planları incelenmekte ve uluslararasılaşma stratejilerini analiz edilmektedir. Yapılan karşılaştırmalı analiz neticesinde elde edilen bulgular çerçevesinde politika önerileri geliştirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yükseköğretim Kurumları, Uluslararasılaşma Stratejisi, Uluslararası Öğrenciler
Dipnote: Bu bildiri IETC 2021 konferansında sunulmuş ve bildiri kitapçığında yayımlanmıştır.

INTERNATIONALIZATION STRATEGIES OF THE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS: A Comparative Analysis

ABSTRACT:

With reference to OECD database, the number of international students rose up to 5,6 million people, increasing by 4,8% on average annually between 1998-2018. The situation in Turkey is not much different. In 2015, the number of international students registered in Turkish higher education institutions was 73 thousand, rising upto 148 thousand by 2018 and upto 185 thousand during the 2019-2020 academic term. Future perspectives indicate that the rise on global basis will continue and the number of international students will reach 8 million by 2025. All the countries, which aim at increasing their share in the global international students, seem to manage the process strategically by restructuralizing their higher education systems in the direction of internationalization. The aim of this paper is to provide an opportunity of peer-learning for the higher education institutions that aspire mainstreaming their internationalization strategies. To achieve this end, the strategic plans of Anadolu University, İstanbul University and Karabük Univeristy, which proved to be excellence centers for numerous international students, are scrutinized and their internationalization strategies are analyzed. In the light of the findings based on the comparative analysis, policy recommendations are provided.

Key words: Higher Education Institutions, Internationalization Strategies, International Students

GİRİŞ

OECD verilerine göre, uluslararası öğrenci sayıları 1998-2018 yılları arasında yıllık ortalama %4,8 oranında artarak 5,6 milyon kişiye ulaşmıştır (OECD, 2020, s. 226; Mehter Aykın ve Kahraman, tarih yok, teksir halinde). Geleceğe yönelik projeksiyonlar uluslararası öğrenci sayılarındaki bu artışın devam ederek 2025 yılında 8 milyona ulaşacağını göstermektedir (Çetinsaya, 2014, s. 185; Mehter Aykın ve Kahraman, tarih yok, teksir halinde). Uluslararası öğrenci pastasından pay almak isteyen ülkelerin yükseköğretim sistemlerini yeniden yapılandırarak, uluslararasılaşma sürecini stratejik bir yaklaşımla yönetmeye çalıştıkları izlenmektedir. Nitekim, Türkiye Cumhuriyeti’nin Onuncu Kalkınma Planında (2014-2018) “yükseköğretim kurumları çeşitlendirilecek, yükseköğretim sistemi uluslararası öğrenciler ve öğretim üyeleri için çekim merkezi haline getirilecek” (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2013, s. 33) denilerek, yükseköğretim kurumlarımızın 2006 yılı itibariyle uluslararası öğrenci miktarı bakımından % 0,54 olan payının 2018 yılı itibariyle % 1,5’e ulaştırılması hedefi tanımlanmıştır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2013, s. 32). Akabinde, Türk yükseköğretim sisteminde uluslararasılaşma sürecini daha sistematik bir şekilde yürütmek üzere YÖK Başkanı Prof. Dr. Yekta Saraç’ın önsözüyle takdim edilen *Yükseköğretimde Uluslararasılaşma Stratejisi Belgesi (2018-2022)* paydaşların istifadesine sunulmuştur.

Yükseköğretimde Uluslararasılaşma Stratejisi Belgesi kapsamında yükseköğretim sistemimizin uluslararasılaşması sürecinde stratejik olarak öne çıkan hedef/ odak ülkeler ile uluslararasılaşma çalışmalarına ilk aşamada katılacak pilot devlet üniversiteleri belirlenmiştir. 2019-2020 akademik döneminde 8.883 uluslararası öğrenciye ev sahipliği yapan Anadolu Üniversitesi (AÜ) ile 8.115 öğrenciye ev sahipliği yapan İstanbul Üniversitesi (İÜ) pilot üniversiteler arasında sıralanmıştır. Karabük Üniversitesi (KÜ) ise, pilot üniversiteler arasında bulunmamakla birlikte, aynı dönem itibarıyla toplam 8.084 uluslararası öğrenciye kapılarını açmıştır. Bunlardan İÜ kendisini “*araştırma üniversitesi*” olarak tanımlarken, AÜ ile KÜ kendilerini “*eğitim odaklı üniversite*” olarak tanımlamaktadır. KÜ diğerlerinden farklı olarak kendisini “*uluslararasılaşmada lider üniversite*” olarak konumlandırmaya çalışmaktadır. Nitekim, KÜ “*uluslararasılaşmış bir üniversite olma*” amacını kurumsal stratejik planının ilk maddesine yerleştiren yegane üniversite konumundadır. Tamamen farklı geçmişe sahip olmalarına ve kendilerini bambaşka konumlandırmış olmalarına rağmen, uluslararası öğrencileri kendilerine çekme konusunda bir diğeriyle yarışan bu üniversitelerin izledikleri stratejilerin incelenmesi, uluslararasılaşma çalışmalarına odaklanmak isteyen diğer üniversiteler için uygun bir öğrenme zemini sağlaması bakımından önem arz etmektedir. Bu bağlamda çalışmanın amacı, “*uluslararasılaşma stratejilerini olgunlaştırmak ve merkeze almak isteyen yükseköğretim kurumları için bir öğrenme fırsatı yaratmak*” şeklinde tanımlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda “*En çok uluslararası öğrenci çeken üniversiteler nasıl bir strateji izlemektedirler?*”, “*Üniversitelerin farklılaşma stratejileri fark yaratmakta mıdır?*”, “*Uluslararasılaşma konusu üniversitelerin stratejik planlarında hangi kapsamda ele alınmaktadır?*” sorularına cevap aranmaktadır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ ve VERİ SETİ

Bu tebliğde, nitel araştırma yöntemleri arasında yer alan ve literatürde “*örnek olay incelemesi*” ya da “*vaka çalışması*” şeklinde de ifade edilen “*durum çalışması*” yöntemi kullanılmaktadır. Hemen başlangıçta, durum ve durum çalışması kavramlarına açıklık getirmek yerinde olacaktır. Durum kavramını, “*belirli bir zaman diliminde tek bir noktada gözlemlenen olgu*” (Gerring, 2007, s. 19; Mehter Aykın, 2021, s. 3) şeklinde tanımlamak mümkündür. Çalışma kapsamında ele alınan olgu ya da durum yükseköğretim sisteminin bir bütün veya tekil olarak uluslararasılaşmasıdır.

Yukarıda verilen durum tanımından hareketle, durum çalışmasını da “*belirli bir şekilde işleyen herhangi bir sistemin nasıl çalıştığı hakkında sistematik bilgi toplamak üzere çoklu veri derlenmesi yoluyla o sistemin derinlemesine incelenmesini içeren metodolojik bir yaklaşım*” (Chmiliar, 2010, s. 582; Mehter Aykın, 2021, s. 3) şeklinde tanımlamak olasıdır. Bir başka ifadeyle, durum çalışmalarında, Yıldırım ve Şimşek’in (1999, s. 289) de belirttiği gibi, araştırmanın kontrolü dışındaki bir olgu “*niçin*” ve “*nasıl*” soruları çerçevesinde derinlemesine incelenmektedir. Bu çalışma kapsamında, uluslararası öğrenciler nezdinde çekim merkezine dönüşmüş bulunan Anadolu Üniversitesi, İstanbul Üniversitesi ve Karabük Üniversitesi’nin uluslararasılaşma durumları derinlemesine incelenmektedir. Sözü edilen üniversiteler, yükseköğretim kurumlarının uluslararasılaşması olgusuna ilişkin en üst düzeyde bilgi sağlama potansiyeli yüksek kurumlar olmaları hasebiyle amaca en uygun kurumlar olarak belirlenmiştir.

Mehter Aykın’ın (2021, s. 3) da belirttiği gibi, “*durum çalışmaları, elde edilen bulgular ışığında gelecek çalışmalarda nelere odaklanılması gerektiğini ortaya koyması bağlamında önemlidir.*” Sözü edilen üç üniversitenin stratejik planlarına ilişkin yapılan karşılaştırmalı analiz neticesinde politika önerileri geliştirilecek ve böylelikle uluslararasılaşma stratejilerini olgunlaştırmak ve merkeze almak isteyen üniversiteler için öğrenme fırsatı yaratılmış olacaktır. Bu çalışmada kullanılan veriler bilimsel etik ilkeler gözetilerek derlenmiş olup, incelemeye konu oluşturan üniversitelerin güncel stratejik planları ile Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi üzerinden açık erişim sağlanan istatistikler referans alınmıştır.

Yukarıda tanımlanan amaç ve başvuru yöntem çerçevesinde, ilerleyen bölümlerde ilk olarak temel kavramlar tanımlanıp başlıca politika belgeleri açıklanmaktadır. Ardından, üç üniversitenin stratejik planları uluslararasılaşma bağlamında karşılaştırılarak başlıca bulgular sunulmaktadır. Çalışma, politika önerileri ile son bulmaktadır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Yükseköğretim kurumlarının uluslararasılaşması uluslararası öğrencilerin varlığı ile mümkün olmaktadır. Bu noktada, *yabancı öğrenci* kavramından ince bir çizgi ile ayrılan *uluslararası öğrenci* kavramını tanımlayarak yola koyulmak yerinde olacaktır. Yabancı öğrenciler, vatandaşı olduğu ülke dışında öğrenim gören ve öğrenim gördükleri ülkede uzun süreli oturma izni bulunan kişileri ifade etmek üzere kullanılmaktadır (OECD, 2020, s. 235). Bunlar genellikle ebeveynlerinin görevi gereği öğrenim gördükleri ülkede bulunan öğrencilerdir. Buna karşın, uluslararası öğrenciler, salt öğrenim görmek amacıyla başka bir ülkeye giden kişileri ifade etmektedir. Bir başka ifadeyle, “*uluslararası öğrenciler, tabiiyetinde buldukları ülke dışındaki veya her zamanki ikametlerinin bulunduğu ülke dışındaki ya da bir önceki eğitimlerini aldıkları ülke dışındaki bir ülkeye eğitim almak üzere giden kişilerdir*” (OECD, 2020, 235). Burada ayırt edici unsurlar sırasıyla; (1) gidilen ülke vatandaşı olmamak, (2) her zamanki ikametgahın bulunduğu ülke dışına çıkmak, (3) bir önceki eğitimi ev sahibi ülkede almamış olmak

şeklinde sıralanabilir (Mehter Aykın ve Kahraman, tarih yok, teksir halinde). Bu çalışma kapsamında kullanılan sayısal veriler OECD'nin yaptığı tanım kapsamındaki uluslararası öğrencilere ilişkindir.

Uluslararası öğrenciler ise varoluşlarını küreselleşmeye borçludurlar. Bu kez de küreselleşme olgusundan ince bir çizgi ile ayrılan uluslararasılaşma olgusuna açıklık getirmek yerinde olacaktır. Küreselleşme olgusu, giderek artan bağlantılar ve sosyal etkileşim neticesinde ekonomik, toplumsal, kültürel, siyasal, çevresel, bilimsel ve teknolojik alanlarda izlenen karşılıklı bağımlılıklar ile kendini gösteren (Marginson ve van der Wende, 2007), zamandan ve mekandan bağımsız ilerleyen bir duruma işaret etmektedir (Robertson, 1992). Uluslararasılaşma olgusunu ise, kısaca küreselleşmenin yükseköğretim kurumlarındaki izdüşümü şeklinde tanımlamak mümkündür (Mehter Aykın ve Kahraman, tarih yok, teksir halinde). Küreselleşmeye bağlı olarak yükseköğretim kurumlarının uluslararasılaşması çeşitli şekillerde tezahür etmekte olup, uluslararasılaşmanın aldığı görünüm aşağıdaki gibi özetlenebilir (Knight, 2004, s. 6; van der Wende, 2001, s. 432; Mehter Aykın ve Kahraman, tarih yok, teksir halinde):

- ❖ Uluslararasılaşma; yükseköğretim kurumlarında öğrenci ve öğretim üyelerinin akademik hareketliliği, eğitim-öğretim kurumlarının uluslararası bağlantıları, ortaklıkları ve projeleri, ortak akademik programları ve araştırma girişimleri gibi bir dizi uluslararası faaliyet seti ile ilişkili olarak kendini göstermektedir.
- ❖ Uluslararasılaşma; yüz yüze ve uzaktan eğitim teknikleri kullanılarak franchise veya kampüs şubeleri gibi düzenlemelerle yükseköğretim kurumları tarafından başka ülkelerde eğitim hizmeti sunulması şeklinde de kendini gösterebilmektedir. Bu açıdan bakıldığında, yükseköğretim kurumlarının uluslararasılaşması hizmet ticaretinin serbestleştirilmesi görünümünü almaktadır.
- ❖ Uluslararasılaşma; yükseköğretim kurumları tarafından sunulan müfredata uluslararası, kültürlerarası ve/veya küresel boyutun eklenmesini ve ayrıca ortak bir referans çerçevesinin oluşturulmasını şeklinde tezahür etmektedir.

Son zamanlarda yapılan çalışmalar, uluslararasılaşma olgusunun basit bir hareketlilik ediminden çok daha fazla anlam taşıdığına dikkat çekmektedir. Wende'nin (2001, s. 432) de belirttiği gibi uluslararasılaşma, yükseköğretim sistemini bir bütün olarak dönüştürmektedir. Yükseköğretim kurumlarının uluslararasılaşması sosyo-kültürel, ekonomik, politik, hukuki sonuçlar doğurarak mesafe almaktadır. Gerçekten de, Mehter Aykın ve Kahraman'ın (tarih yok, teksir halinde) da belirttiği gibi, akademik hareketlilik süresince kazanılan bilgi, beceri, tutum ve davranışların karşılıklı tanınması ve denklik verilmesi, oturma ve çalışma izni alınmasından başlayarak vatandaşlık alınmasına kadar varan bir dizi hakların kazanılmasında kolaylaştırıcı rol üstlenmektedir. Bu noktada, yükseköğretim kurumlarının uluslararasılaşmasının stratejik bir yaklaşımla ele alınıp planlanması gereği ortaya çıkmaktadır.

TEMEL POLİTİKA VE STRATEJİ BELGELERİ

Uluslararası öğrenciler nezdinde cazibe merkezine dönüşmüş yükseköğretim kurumları tarafından sunulan eğitim hizmetlerinin önemli bir "yumuşak güç unsuru" olduğunun anlaşılması ve "uluslararası öğrenci hareketliliğinin ülkeler ve kültürler arasındaki işbirliği ve dayanışmanın artırılması adına etkili bir dış politika, kamu diplomasisi ve kalkınma işbirliği aracı" (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2015, s. 3) olarak kabul edilmesiyle birlikte, tüm üst politika belgelerinde uluslararasılaşma meselesi stratejik bir yaklaşımla ele alınmaya başlanmıştır. Nitekim, Onuncu Kalkınma Planında (2014-2018) "Yükseköğretim kurumları çeşitlendirilecek ve yükseköğretim sistemi uluslararası öğrenciler ve öğretim üyeleri için çekim merkezi haline getirilecektir." denilmek suretiyle konuya yönelik politik irade açıkça ortaya konmuş; ayrıca küresel ölçekte uluslararası öğrenci pastasından yükseköğretim kurumlarımızın 2006 yılında % 0,54 olan payının 2018 yılı itibarıyla % 1,5'e ulaştırılması hedefi tanımlanmıştır (Onuncu Kalkınma Planı, ss. 32-33; Mehter Aykın ve Kahraman, tarih yok, teksir halinde). On Birinci Kalkınma Planında (2019-2023) ise, "Türk Yükseköğretim Sisteminin uluslararası kalkınma işbirliğimizin güçlü olduğu ülkeler nezdinde çekim merkezi haline getirilmesi için orta ve uzun vadeli stratejilerin oluşturulması" (On Birinci Kalkınma Planı, s. 207) ülkemizin 2023 vizyonu çerçevesinde hayata geçirilmesi öngörülen işler arasında sıralanmıştır. On Birinci Planda ayrıca, uluslararası kalkınma işbirliğimizin olduğu ülkelerin ihtiyaçları doğrultusunda lisans ve lisansüstü programlara yerleştirmelerin yapılması, Türkiye Bursları kapsamında özel bir program oluşturularak nitelikli işgücünün tespit edilmesi ve bu öğrencilerin Türkiye'de çalışma izni almalarının kolaylaştırılması öngörülmüştür. Bu faaliyetlerin her biri, salt ekonomik açıdan değil, aynı zamanda kültür diplomasisi boyutuyla da düşünülmüş olup, yükseköğretim sistemimizin ülkemiz tezlerinin ve politika tercihlerinin yaygınlaştırılmasında kullanılacak bir yumuşak güç unsuruna dönüştürülmesi için stratejilerin geliştirilmesi bağlamında değerlendirilmiştir. (On Birinci Kalkınma Planı, s. 207; Mehter Aykın ve Kahraman, tarih yok, teksir halinde).

On ve On Birinci Kalkınma Planlarında ifadesini bulan önceliklere istinaden, Yükseköğretimde Uluslararasılaşma Strateji Belgesi (2018-2022) 2017 yılında Yükseköğretim Kurulu Başkanı Prof. Dr. Yekta Saraç'ın önsözünüyle paydaşların dikkatlerine sunulmuştur. Yükseköğretimde Uluslararasılaşma Strateji Belgesi, bugüne kadar süregelen uluslararasılaşma çalışmalarına yeni bir boyut kazandırmak ve yükseköğretim sisteminin uluslararasılaşmasını paydaş kurum ve kuruluşlarla birlikte daha sistematik bir şekilde yürütmek amacıyla hazırlanmıştır (Yükseköğretim Kurulu, 2017, s. 3). Sözü edilen Strateji Belgesi kapsamında beş yıl boyunca

gözetilecek stratejik amaç, hedef ve performans göstergeleri belirlenmiştir. Uluslararasılaşma Stratejisinin iki ana amaç doğrultusunda yapılandırılması öngörülmüştür. Bunlardan birincisi; Türkiye'nin yükseköğretim alanında çekim merkezi haline gelmesini sağlamaktır. Bu amaç doğrultusunda on ayrı eylem alanı tanımlanmıştır. İkincisi ise, uluslararasılaşmada kurumsal kapasitenin artmasını sağlamaktır. Bu amaç doğrultusunda ise, dört ayrı eylem alanı tanımlanmıştır. Ayrıca, her iki amaca ulaşmak üzere 2021/2022 akademik yılına kadar takvime bağlanan bir dizi performans göstergesi belirlenmiştir. Kurumsal uluslararasılaşma stratejilerini olgunlaştırmak isteyen üniversiteler için sözü edilen Strateji Belgesi mutlak suretle referans alınması gereken bir dokümandır (Mehter Aykın ve Kahraman, tarih yok, teksir halinde).

BULGULAR

Tablo 1'de 2019-2020 akademik dönemi itibarıyla uluslararasılaşmada YÖK'ün pilot üniversiteler listesinde yer alan yükseköğretim kurumlarının ev sahipliği yaptığı uluslararası öğrenci sayıları verilmiştir. Buna göre; pilot üniversitelerde toplam 44.756 uluslararası öğrenci öğrenim görmekte olup, 8.883 öğrenci ile uluslararası öğrenciler nezdinde Anadolu Üniversitesi listede birinci sırada, 8.115 öğrenci ile İstanbul Üniversitesi ikinci sırada, 3.618 öğrenci ile Ankara Üniversitesi üçüncü sırada, 3.301 öğrenci ile Atatürk Üniversitesi dördüncü sırada, 3.196 öğrenci ile İstanbul Teknik Üniversitesi beşinci sırada yer almaktadır. Pilot üniversiteler arasında yer almamakla birlikte, Karabük Üniversitesi ev sahipliği yaptığı 8.084 uluslararası öğrenci ile esasında pilot üniversiteler arasında sıralanan Ankara Üniversitesi, Atatürk Üniversitesi ve İstanbul Teknik Üniversitesi'nin de üstünde bir performans sergilemektedir.

Tablo 1: 2019/2020 Akademik Dönemi İtibari ile Pilot Yükseköğretim Kurumlarındaki Uluslararası Öğrenci Sayıları

Yükseköğretim Kurumu	Uluslararası Öğrenci Sayısı	Yükseköğretim Kurumu	Uluslararası Öğrenci Sayısı
Anadolu Üniversitesi	8.883	Hacettepe Üniversitesi	1.195
Ankara Üniversitesi	3.618	İstanbul Teknik Üniversitesi	3.196
Atatürk Üniversitesi	3.301	İstanbul Üniversitesi	8.115
Boğaziçi Üniversitesi	241	İzmir Yüksek Teknoloji Üniversitesi	136
Çukurova Üniversitesi	1.848	Karadeniz Teknik Üniversitesi	1.239
Dokuz Eylül Üniversitesi	992	Marmara Üniversitesi	2.040
Ege Üniversitesi	1.242	Orta Doğu Teknik Üniversitesi	1.614
Erciyes Üniversitesi	2.190	Selçuk Üniversitesi	1.950
Gazi Üniversitesi	1.054	Uludağ Üniversitesi	veri yok
Gebze Teknik Üniversitesi	135	Yıldız Teknik Üniversitesi	1767

Kaynak: Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi, Uyuşuna Göre Öğrenci Sayıları, <https://istatistik.yok.gov.tr/> (Erişim: 17.07.2021).

Tablo 2'de durum çalışması kapsamında incelenen üniversitelerin vizyon ve misyonları gösterilmektedir. Eğitim odaklı olmayı tercih eden Anadolu Üniversitesi'nin misyonunun da bununla uyumlu olarak "Yaşamboyu öğrenme odaklı bir Dünya Üniversitesi olmak." şeklinde tanımlandığı görülmektedir. Buna karşın, araştırma üniversitesi statüsünü korumak isteyen İstanbul Üniversitesi'nin misyonu ise "Evrensel düzeydeki eğitim ve araştırmalarıyla geleceği şekillendiren ve dünyada referans gösterilen bir üniversite olmak." şeklinde tanımlanmıştır. Anadolu Üniversitesi gibi eğitim odaklı olmayı tercih eden Karabük Üniversitesi'nin misyonu ise, "Geleceğin mesleklerine uygun kaliteli eğitim" vermek şeklinde belirlenmiştir. Karabük Üniversitesi, diğerlerinden farklı olarak uluslararasılaşmayı gelecek vizyonunun merkezine almıştır. KÜ'nün vizyonu Stratejik Planda ifade edildiği şekliyle, "Uluslararasılaşmada lider üniversite olmaktır."

Tablo 2: Seçilmiş Üniversitelerin Vizyon ve Misyonları

Üniversiteler	Misyon / Vizyon
Anadolu Üniversitesi*	Misyon: Yaşamboyu öğrenme odaklı bir Dünya Üniversitesi olmak. Vizyon: Kent, bölge, ülke ve dünya insanının yaşam kalitesini yükseltmek amacıyla bilim, teknoloji, sanat ve spor alanlarında eğitim, araştırma ve projelerle evrensel bilgi ve kültür birikimine katkı sağlamak; her yaştaki bireye nitelikli ve özgün, uzaktan ve örgün öğrenme olanakları sunmak; toplumsal gereksinimleri öngörerek yaratıcı ve yenilikçi çözümler üretmektir.
İstanbul Üniversitesi**	Misyon: Evrensel düzeydeki eğitim ve araştırmalarıyla geleceği şekillendiren ve dünyada referans gösterilen bir üniversite olmak. Vizyon: Doğu ile Batı'yı, geçmiş ile geleceği buluşturarak ülkemize ve insanlığa yararlı bilgi üretmek ve yetkin bireyler yetiştirmektir.
Karabük Üniversitesi***	Misyon: Geleceğin mesleklerine uygun kaliteli eğitim. Vizyon: Uluslararasılaşmada lider üniversite olmaktır.

Kaynak: * Anadolu Üniversitesi 2019-2023 Dönemi Stratejik Planı, s. 63
https://sgdb.anadolu.edu.tr/sites/sgdb.anadolu.edu.tr/files/raporlar/2019-2023%20DO%CC%88NEMI%CC%87%20STRATEJIK%CC%87K%20PLANI_0.pdf (Erişim: 18.07.2021).

** İstanbul Üniversitesi 2019-2023 Dönemi Stratejik Planı, s. 70
<https://cdn.istanbul.edu.tr/FileHandler2.ashx?f=istanbul-universitesi-2019-2023-stratejik-plani.pdf> (Erişim: 18.07.2021).

*** Karabük Üniversitesi 2021-2025 Dönemi Stratejik Planı, s. 60
https://strateji.karabuk.edu.tr/stratejikplan/2021_2025.html (Erişim: 18.07.2021).

Tablo 3'de durum çalışması kapsamında incelenen üniversitelerin stratejik planlarında yer alan amaçlar gösterilmektedir. Uluslararasılaşma meselesini vizyonuna dahil eden Karabük Üniversitesi'nin birincil stratejik amacının "Uluslararası bir üniversite olmak" şeklinde belirlenmiş olması da, hiç kuşkusuz, tesadüf değildir. İlerleyen bölümde incelemeye konu olan bu üç üniversitenin sırasıyla kuruluş hikayesi, farklılaşma stratejisi, stratejik amaç ve hedefleri bu çalışmanın araştırma sorunsalının gerektirdiği ölçüde detaylandırılacaktır.

Tablo 3: Seçilmiş Üniversitelerin Stratejik Amaçları

Üniversiteler	Stratejik Amaçlar
Anadolu Üniversitesi*	Amaç 1: Eğitim-öğretim faaliyetlerinin niteliğinin sürekli iyileştirilmesi Amaç 2: Araştırma faaliyetlerinde niceliğin, niteliğin ve çeşitliliğin artırılması Amaç 3: Toplumsal sorumluluk çerçevesinde değer yaratan işbirliği ve faaliyetlerin çeşitlendirilmesi ve yaygınlaştırılması Amaç 4: Açık ve uzaktan öğrenme sisteminin niteliğinin sürekli iyileştirilmesi Amaç 5: Kurumsallaşma ilkeleri doğrultusunda etkili ve etkin yönetim sisteminin güçlendirilmesi Amaç 6: Girişimcilik kültürünün yaygınlaştırılması
İstanbul Üniversitesi**	Amaç 1: Beşeri, sosyo-tekni ve fiziki sermaye potansiyelinin sürekli geliştirilmesi Amaç 2: Öğrenci merkezli modelle eğitim-öğretim faaliyetlerinin uluslararası standartlara taşınması Amaç 3: Araştırma altyapısının ve nitelikli bilimsel çalışmaların uluslararası rekabet edebilir düzeye çıkartılması ve sürdürülebilirliğin sağlanması Amaç 4: Sivil toplum ile işbirliğinin artırılarak akademik çıktıların toplumsal hizmetle bütünleştirilmesi Amaç 5: Ekonomik ve sosyal değerlere dönüşen girişimcilik ve yenilikçilik faaliyet ve projelerinin artırılması
Karabük Üniversitesi***	Amaç 1: Uluslararası bir üniversite olmak Amaç 2: Eğitim ve öğretim faaliyetlerinde kaliteyi artırmak Amaç 3: Ar-ge altyapı ve potansiyelini güçlendirmek Amaç 4: Üniversitede girişimcilik kültürünü yaygınlaştırmak Amaç 5: Toplumsal katkı sağlamaya yönelik hizmetleri artırmak

Kaynak: * Anadolu Üniversitesi 2019-2023 Dönemi Stratejik Planı, s. 69
https://sgdb.anadolu.edu.tr/sites/sgdb.anadolu.edu.tr/files/raporlar/2019-2023%20DO%CC%88NEMI%CC%87%20STRATEJIK%CC%87K%20PLANI_0.pdf (Erişim: 18.07.2021).

** İstanbul Üniversitesi 2019-2023 Dönemi Stratejik Planı, s. 70

<https://cdn.istanbul.edu.tr/FileHandler2.ashx?f=istanbul-universitesi-2019-2023-stratejik-plani.pdf> (Erişim: 18.07.2021).

*** Karabük Üniversitesi 2021-2025 Dönemi Stratejik Planı, s. 72

https://strateji.karabuk.edu.tr/stratejikplan/2021_2025.html (Erişim: 18.07.2021).

Anadolu Üniversitesi

1923 yılında il olan Eskişehir'in bugün itibariyle 18 ilçesi bulunmaktadır. 13.652,00 km²'lik bir alana yayılan şehrin nüfusu 888.828'dir. Eskişehir, Cumhuriyet Döneminde ilk fabrikaların kurulduğu şehir olma özelliğini taşımaktadır. Toprak sanayii, un ve mamülleri sanayii, ağaç sanayii, çimento ve mamülleri ile çelik eşya sanayii ve makine sanayii kentin başlıca ekonomik faaliyet alanlarını oluşturmaktadır. Şehir lületaşının vatani olmanın yanı sıra, öğrenci kenti olma özelliğiyle de bilinmektedir (Eskişehir Büyükşehir Belediyesi resmi internet sitesi). Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi 1958 yılında kurulmuştur. 1982 yılına gelindiğinde, Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi'nin yanı sıra Eskişehir Devlet Mühendislik ve Mimarlık Akademisi, Eskişehir Yabancı Diller Yüksekokulu, Tıp Fakültesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Bilecik, Kütahya ve Afyon Meslek Yüksekokulları "Anadolu Üniversitesi" (AÜ) adı altında birleştirilmiştir. Aynı yıl Açıköğretim Fakültesi'nin kurulmasıyla birlikte AÜ uzaktan eğitim alanında öncü bir rol üstlenmiş; başta Balkanlar olmak üzere Avrupa'da ve Türk Cumhuriyetleri'nde yurt dışı programlarını başlatarak uluslararasılaşma konusunda birçok yükseköğretim kurumuna emsal oluşturmuştur (Stratejik Plan, s. 6). Sosyal bilimler alanlarının baskın olduğu AÜ kendini eğitim-öğretim ve toplumsal hizmet odaklı üniversite olarak konumlandırmaktadır (Stratejik Plan, s. 64). 2019-2020 akademik dönemi itibariyle, açık öğretim dahil tüm fakülte ve enstitülerde toplam 880.424 kayıtlı öğrenci bulunmaktadır (Anadolu Üniversitesi resmi internet sitesi).

Stratejik Planda altı ayrı amaç tanımlayan AÜ, "yaşamboyu öğrenme odaklı bir Dünya Üniversitesi olmak" misyonu ile de uyumlu olarak, eğitim-öğretim faaliyetlerini birinci sıraya yerleştirmiştir. Stratejik amaçların ve hedeflerin hiç biri doğrudan uluslararasılaşma yönelimli değildir. Bununla birlikte, başta eğitim-öğretim faaliyetlerinin niteliğinin sürekli iyileştirilmesi (Amaç 1), araştırma faaliyetlerinde niceliğin, niteliğin ve çeşitliliğin artırılması (Amaç 2) ve kurumsallaşma ilkeleri doğrultusunda etkili ve etkin yönetim sisteminin güçlendirilmesi (Amaç 5) olmak üzere, Stratejik Plan ile tanımlanan amaç ve bu doğrultuda oluşturulan hedeflerin bir bütün olarak AÜ'nün uluslararasılaşmasına büyük ölçüde katkıda bulunacağı tartışmasız bir gerçektir.

Eğitim-öğretim faaliyetlerinin niteliğinin iyileştirilmesi kapsamında tanımlanan gösterge niteliğindeki hedeflerden bazıları şu şekildedir: Yeterlilikler çerçevesinde eğitim-öğretim faaliyetlerinin niteliğini sürekli iyileştirmek hedefi (H.1.1) bağlamında, 2023 yılı itibariyle akredite olan program sayısının 42'ye çıkarılması öngörülmüştür. Eğitim-öğretim alanındaki ulusal/uluslararası işbirliğini arttırmak hedefi (H.1.4) çerçevesinde ise, öğretim elemanı ve öğrenci değişimine (2023 yılı itibariyle sırasıyla 309 ve 2.449), çeşitli değişim programları kapsamında işbirliği yapılan program sayısına (2023 itibariyle 120 ulusal, 742 uluslararası) ve ayrıca çift diploma protokolleri ile ikili işbirliği anlaşmalarına (2023 yılı itibariyle 95) dair göstergeler tanımlanmıştır (Stratejik Planı, s. 72 ve 75). Kendisini eğitim odaklı üniversitesi şeklinde konumlandıran AÜ, eğitim-öğretim faaliyetlerinin niteliğinin iyileştirilmesi bağlamındaki hedefleri ile geniş bir yelpazeye yayılan uluslararası öğrencilere hizmet vermeye devam edecek gibi görünmektedir.

Tablo 4'de 2019-2020 akademik döneminde Anadolu Üniversitesi'ne gelen uluslararası öğrencilerin ülke bazında dağılımı gösterilmektedir. AÜ 124 ülkeden toplam 8.883 uluslararası öğrenciyi kapılarını açmıştır. Ne var ki, Yükseköğretimde Uluslararasılaşma Strateji Belgesinin hedef / odak ülkeler listesinde yer alan Suudi Arabistan ve İngiltere'den öğrenci çekememiştir. En çok öğrenci gönderen ülkeler arasında Suriye Arap Cumhuriyeti (1.904) birinci sırada, Azerbaycan Cumhuriyeti (1.451) ikinci sırada, Almanya Federal Cumhuriyeti (846) üçüncü sırada, Türkmenistan (823) dördüncü sırada, Afganistan İslam Cumhuriyeti (413) beşinci sırada, Yunanistan Cumhuriyeti (348) altıncı sırada, Bulgaristan Cumhuriyeti (270) yedinci sırada, Kazakistan Cumhuriyeti (141) sekizinci sırada, Somali Federal Cumhuriyeti (136) dokuzuncu sırada, Yemen Cumhuriyeti (126) onuncu sırada yer almaktadır. Bunlardan Azerbaycan Cumhuriyeti, Almanya Federal Cumhuriyeti, Afganistan İslam Cumhuriyeti, Yunanistan Cumhuriyeti Yükseköğretimde Uluslararasılaşma Strateji Belgesi kapsamında belirlenen hedef / odak ülkeler listesinde sıralanmaktadır. Hedef / odak ülkelerden AÜ'ye gelen toplam uluslararası öğrenci sayısı 3.058 olup, hedef / odak ülkelerden gelen öğrenciler AÜ'nün çektiği toplam uluslararası öğrencinin %34,42'sine tekabül etmektedir.

Tablo 4: Anadolu Üniversitesi'ne Gelen Uluslararası Öğrencilerin Ülke Bazında Dağılımı (2019-2020 Akademik Dönemi)

	Ülke	Öğrenci Sayısı	Ülke	Öğrenci Sayısı	Ülke	Öğrenci Sayısı
1	AFGANİSTAN İSLAM CUMHURİYETİ	413	GÜNEY AFRİKA CUMHURİYETİ	1	MOĞOLİSTAN	116
2	ALMANYA FEDERAL CUMHURİYETİ	846	GÜNEY KIBRIS RUM YÖNETİMİ	1	MOLDOVA CUMHURİYETİ	42
3	AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ	19	GÜNEY SUDAN CUMHURİYETİ	12	MORİTANYA İSLAM CUMHURİYETİ	7
4	ARNAVUTLUK CUMHURİYETİ	88	GÜRCİSTAN CUMHURİYETİ	58	MOZAMBİK CUMHURİYETİ	8
5	AVUSTRALYA	4	HAİTİ CUMHURİYETİ	4	MYANMAR BİRLİĞİ CUMHURİYETİ	3
6	AVUSTURYA CUMHURİYETİ	124	HIRVATİSTAN CUMHURİYETİ	3	NEPAL FEDERAL DEMOKRATİK CUMHURİYETİ	1
7	AZERBAYCAN CUMHURİYETİ	1451	HİNDİSTAN CUMHURİYETİ	6	NİJER CUMHURİYETİ	13
8	BAHREYN KRALLIĞI	1	HOLLANDA KRALLIĞI	74	NİJERYA FEDERAL CUMHURİYETİ	21
9	BANGLADEŞ HALK CUMHURİYETİ	20	IRAK CUMHURİYETİ	115	NORVEÇ KRALLIĞI	9
10	BELARUS CUMHURİYETİ	1	İRAN İSLAM CUMHURİYETİ	122	ORTA AFRİKA CUMHURİYETİ	1
11	BELÇİKA KRALLIĞI	15	İSPANYA KRALLIĞI	2	ÖZBEKİSTAN CUMHURİYETİ	74
12	BENİN CUMHURİYETİ	3	İSRAİL DEVLETİ	2	PAKİSTAN İSLAM CUMHURİYETİ	22
13	BİLİNMEYEN	6	İSVEÇ KRALLIĞI	4	POLONYA CUMHURİYETİ	3
14	BOLİVARCHİ VENEZUELA CUMHURİYETİ	1	İSVİÇRE KONFEDERASYONU	15	PORTEKİZ CUMHURİYETİ	1
15	BOSNA HERSEK	19	İTALYA CUMHURİYETİ	9	ROMANYA	11
16	BREZİLYA FEDERATİF CUMHURİYETİ	1	JAPONYA	2	RUSYA FED. / ÇEÇEN CUM.	4
17	BULGARİSTAN CUMHURİYETİ	270	KAMBOÇYA KRALLIĞI	2	RUSYA FEDERASYONU	111
18	BURKİNA FASO	10	KAMERUN CUMHURİYETİ	12	SENEGAL CUMHURİYETİ	6
19	BURUNDİ CUMHURİYETİ	6	KANADA	2	SİRBİSTAN CUMHURİYETİ	62
20	BÜYÜK BRİTANYA VE KUZEY İRLANDA BİRLEŞİK KRALLIĞI	6	KARADAĞ	8	SİERRA LEONE CUMHURİYETİ	3
21	CEZAYİR DEMOKRATİK	12	KAZAKİSTAN CUMHURİYETİ	141	SİNGAPUR CUMHURİYETİ	1

	HALK CUMHURİYETİ					
22	CİBUTİ CUMHURİYETİ	7	KENYA CUMHURİYETİ	19	SLOVAK CUMHURİYETİ	1
23	ÇAD CUMHURİYETİ	31	KIRGIZ CUMHURİYETİ	102	SOMALİ FEDERAL CUMHURİYETİ	136
24	ÇİN HALK CUMHURİYETİ	82	KOLOMBİYA CUMHURİYETİ	4	SRI LANKA DEMOKRATİK SOSYALİST CUMHURİYETİ	3
25	DANİMARKA KRALLIĞI	8	KOMORLAR BİRLİĞİ	3	SUDAN CUMHURİYETİ	19
26	DİĞER	1	KONGO CUMHURİYETİ	8	SURİYE ARAP CUMHURİYETİ	1904
27	EKVATOR CUMHURİYETİ	2	KONGO DEMOKRATİK CUMHURİYETİ	6	TACİKİSTAN CUMHURİYETİ	73
28	ENDONEZYA CUMHURİYETİ	26	KORE CUMHURİYETİ	3	TANZANYA BİRLEŞİK CUMHURİYETİ	7
29	ERİTRE DEVLETİ	1	KOSOVA CUMHURİYETİ	82	TAYLAND KRALLIĞI	6
30	ERMENİSTAN CUMHURİYETİ	1	KUZAY KIBRIS TÜRK CUMHURİYETİ	102	TOGO CUMHURİYETİ	7
31	ESTONYA CUMHURİYETİ	1	LESOTHO KRALLIĞI	1	TUNUS CUMHURİYETİ	13
32	ETİYOPYA FEDERAL DEMOKRATİK CUMHURİYETİ	26	LİBERYA CUMHURİYETİ	2	TÜRKİYE CUMHURİYETİ HAYM.	2
33	FAS KRALLIĞI	43	LİBYA DEVLETİ	5	TÜRKMENİSTAN	823
34	FİJİ CUMHURİYETİ	1	LİTVANYA CUMHURİYETİ	1	UGANDA CUMHURİYETİ	13
35	FİLDİŞİ SAHİLİ CUMHURİYETİ	20	LÜBNAN CUMHURİYETİ	5	UKRAYNA	59
36	FİLİPİNLER CUMHURİYETİ	8	MACARİSTAN	1	ÜRDÜN HAŞİMİ KRALLIĞI	27
37	FİLİSTİN DEVLETİ	60	MADAGASKAR CUMHURİYETİ	2	VİETNAM SOSYALİST CUMHURİYETİ	2
38	FRANSA CUMHURİYETİ	26	MAKEDONYA CUMHURİYETİ	61	YEMEN CUMHURİYETİ	126
39	GAMBİYA CUMHURİYETİ	6	MALAVİ CUMHURİYETİ	5	YUNANİSTAN CUMHURİYETİ	348
40	ĞANA CUMHURİYETİ	17	MALEZYA	4	ZAMBİYA CUMHURİYETİ	9
41	ĞİNE CUMHURİYETİ	15	MALİ CUMHURİYETİ	11	ZİMBABVE CUMHURİYETİ	2
42	ĞİNE-BİSSAU CUMHURİYETİ	2	MİSİR ARAP CUMHURİYETİ	62		
TOPLAM: 8883						

Kaynak: Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi (tarih yok). **Uyruğa Göre Öğrenci Sayıları Raporu.** <https://istatistik.yok.gov.tr/> (Erişim: 22.07.2021).

İstanbul Üniversitesi

Üç imparatorluğa başkentlik yapmış bulunan İstanbul, bugün itibariyle 5.220,00 km²'lik bir alanda 39 ilçenin yer aldığı bir kozmopolit şehirdir. TÜİK verilerine göre, 2018 yılında İstanbul'da yaşayan nüfus 15.067.724 olup, en

çok göç alan illerin başında gelmektedir. Türk ekonomisinde önemli bir role sahip olan İstanbul'un iş gücündeki payı %20,3, ihracattaki payı %50,6, ithalattaki payı ise %54,6'dır. 13 devlet, 44 vakıf olmak üzere toplam 57 üniversitenin bulunduğu İstanbul'da ayrıca Hava ve Deniz Harp Okulları ile herhangi bir üniversiteye bağlı bulunmayan 4 adet vakıf meslek yüksekokulu bulunmaktadır. Bu itibarla, İstanbul Türkiye'deki yükseköğretim kurumlarının %29,61'ine ev sahipliği yapmaktadır. İstanbul'da öğrenim gören toplam öğrenci sayısı 1.001.834 olup, bunların 553.203'ü devlet üniversitelerinde, 440.586'sı vakıf üniversitelerinde, 8.045'i ise vakıf meslek yüksekokullarında kayıtlı bulunmaktadır (İstanbul Valiliği resmi internet sitesi).

Geçmiş Darülfünun'a kadar giden İstanbul Üniversitesi (İÜ), 1933 yılında gerçekleştirilen Üniversite Reformu ile yeniden yapılandırılmıştır. Türkiye'nin en eski ve en köklü yükseköğretim kurumu olan İÜ eğitim öğretim faaliyetlerini 14 fakülte, 2 yüksekokul, 2 meslek yüksekokulu, 13 enstitü, 53'ü Rektörlüğe, 27'si fakültele bağlı olmak üzere toplam 80 araştırma ve uygulama merkezi ve ayrıca Rektörlüğe bağlı 2 bölüm ile sürdürmektedir (Stratejik Plan, s. 28). Mezunlarının elde ettiği 2 Nobel Ödülü'nün bulunmasından ve SHANGHAI-ARWU Üniversite sıralamasında ilk 500'e giren tek Türk üniversitesi olmasından kaynaklı güçlü bir uluslararası imaja sahip olan İÜ kendini araştırma üniversitesi olarak konumlandırmıştır (Stratejik Plan, s. 64). İÜ, "evrensel düzeydeki eğitim ve araştırmalarıyla geleceği şekillendiren ve dünyada referans gösterilen bir üniversite" olmayı gelecek vizyonu olarak kabul etmiştir. Toplam 65.670 öğrencinin öğrenim gördüğü İÜ'nün misyonu, "Doğu ile Batı'yı, geçmiş ile geleceği buluşturarak ülkemize ve insanlığa yararlı bilgi üretmek ve yetkin bireyler yetiştirmektir." (İstanbul Üniversitesi resmi internet sitesi)

Stratejik Planda beş ayrı amaç tanımlanmış bulunan İÜ beşeri, sosyo-teknik ve fiziki sermaye potansiyelinin sürekli geliştirilmesini (amaç 1) stratejik amaçlar arasında birinci sıraya yerleştirmiştir. Öğrenci merkezli modelle eğitim-öğretim faaliyetlerinin uluslararası standartlara taşınması (amaç 2), araştırma altyapısının ve nitelikli bilimsel çalışmaların uluslararası rekabet edebilir düzeye çıkartılması ve sürdürülebilirliğin sağlanması (amaç 3), sivil toplum ile işbirliğinin artırılarak akademik çıktılarının toplumsal hizmetle bütünleştirilmesi (amaç 4), ekonomik ve sosyal değerlere dönüşen girişimcilik ve yenilikçilik faaliyet ve projelerinin artırılması (amaç 5) İÜ'nün tanımladığı diğer stratejik amaçlardır. Tıpkı AÜ gibi İÜ de uluslararasılaşmayı başlı başına bir amaç edinmiş değildir. Bununla birlikte birçok hedef uluslararasılaşmanın gereğini yerine getirmektedir.

Eğitim-öğretim faaliyetlerinin uluslararası standartlara taşınması amacı (amaç 2) doğrultusunda, müfredatların diploma programı bilgi, beceri ve yetkinliklerine uygun olarak ulusal ve uluslararası standartlara göre düzenli olarak geliştirilmesi ve yenilenmesi hedefi (H.2.1) ile eğitim ve öğretimde uluslararasılaşmanın yaygın ve etkin kılınması hedefi (H.2.2) yükseköğretim kurumlarının uluslararasılaşması stratejisi gerekleri doğrultusunda tanımlanmıştır (Stratejik Plan, ss. 103-104). Bu kapsamda, 2023 yılı sonuna kadar, ulusal ve uluslararası alanda akredite ve yeniden akredite olan program sayısının 123'e çıkarılması (PG.2.1.1), yabancı dil program sayısının 72'ye ulaştırılması (PG.2.2.1), uluslararası ortak ve çift diploma program sayısının 15 olması (PG.2.2.2), yabancı uyruklu öğretim üyesi sayısının 85'e çıkarılması (PG.2.2.3), uluslararası akademik faaliyet sayısının 2.107 olması (PG.2.2.4), uluslararası iş birliği ve değişim programına katılan öğrenci sayısının 665 olması (PG.2.2.5) göstergeleri belirlenmiştir (Stratejik Plan, ss. 103-104). Kendisini araştırma üniversitesi şeklinde konumlandırılan İÜ, eğitim-öğretim faaliyetlerinin uluslararası standartlara taşınması bağlamındaki hedefleri ile uluslararası öğrenciler nezdinde çekim merkezi olmaya devam edecek gibi görünmektedir.

Tablo 5'de 2019-2020 akademik döneminde İstanbul Üniversitesi'ne gelen uluslararası öğrencilerin ülke bazında dağılımı gösterilmektedir. İÜ 142 ülkeden toplam 8.115 uluslararası öğrenciye kapılarını açmıştır. Bununla birlikte, Yükseköğretimde Uluslararasılaşma Strateji Belgesinin hedef / odak ülkeler listesinde yer alan İngiltere'den hiçbir öğrenci çekememiştir. En çok öğrenci gönderen ülkeler arasında Suriye Arap Cumhuriyeti (2.077) birinci sırada, Azerbaycan Cumhuriyeti (1.156) ikinci sırada, Türkmenistan (682) üçüncü sırada, İran İslam Cumhuriyeti (432) dördüncü sırada, Almanya Federal Cumhuriyeti (362) beşinci sırada, Çin Halk Cumhuriyeti (339) altıncı sırada, Türkmenistan (182) yedinci sırada, Mısır Arap Cumhuriyeti (181) sekizinci sırada, Bulgaristan Cumhuriyeti (164) dokuzuncu sırada, Yunanistan Cumhuriyeti (145) onuncu sırada yer almaktadır. Bunlardan Azerbaycan Cumhuriyeti, İran İslam Cumhuriyeti, Almanya Federal Cumhuriyeti, Çin Halk Cumhuriyeti, Mısır Arap Cumhuriyeti ve Yunanistan Cumhuriyeti Yükseköğretimde Uluslararasılaşma Strateji Belgesi kapsamında belirlenen hedef / odak ülkeler listesinde bulunmaktadır. Hedef / odak ülkelerden AÜ'ye gelen toplam uluslararası öğrenci sayısı 2.615 olup, hedef / odak ülkelerden gelen öğrenciler İÜ'nün çektiği toplam uluslararası öğrencinin %32,22'sine tekabül etmektedir.

Tablo 5: İstanbul Üniversitesi'ne Gelen Uluslararası Öğrencilerin Ülke Bazında Dağılımı (2019-2020 Akademik Dönemi)

	Ülke	Öğrenci Sayısı	Ülke	Öğrenci Sayısı	Ülke	Öğrenci Sayısı
1	AFGANİSTAN İSLAM CUMHURİYETİ	164	GİNE CUMHURİYETİ	10	MOLDOVA CUMHURİYETİ	55
2	ALMANYA FEDERAL CUMHURİYETİ	362	GÜNEY AFRİKA CUMHURİYETİ	2	MORİTANYA İSLAM CUMHURİYETİ	13
3	AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ	32	GÜNEY SUDAN CUMHURİYETİ	2	MOZAMBİK CUMHURİYETİ	3
4	ANGOLA CUMHURİYETİ	2	GÜRCİSTAN CUMHURİYETİ	39	MYANMAR BİRLİĞİ CUMHURİYETİ	8
5	ARNAVUTLUK CUMHURİYETİ	45	HAİTİ CUMHURİYETİ	1	NİJER CUMHURİYETİ	6
6	AVUSTRALYA	6	HIRVATİSTAN CUMHURİYETİ	3	NİJERYA FEDERAL CUMHURİYETİ	14
7	AVUSTURYA CUMHURİYETİ	43	HİNDİSTAN CUMHURİYETİ	12	NORVEÇ KRALLIĞI	1
8	AZERBAYCAN CUMHURİYETİ	1.156	HOLLANDA KRALLIĞI	26	ORTA AFRİKA CUMHURİYETİ	2
9	BAHREYN KRALLIĞI	4	IRAK CUMHURİYETİ	120	ÖZBEKİSTAN CUMHURİYETİ	141
10	BANGLADEŞ HALK CUMHURİYETİ	26	İRAN İSLAM CUMHURİYETİ	432	PAKİSTAN İSLAM CUMHURİYETİ	25
11	BELARUS CUMHURİYETİ	2	İRLANDA CUMHURİYETİ	1	PERU CUMHURİYETİ	5
12	BELÇİKA KRALLIĞI	21	İSPANYA KRALLIĞI	3	POLONYA CUMHURİYETİ	7
13	BENİN CUMHURİYETİ	7	İSRAİL DEVLETİ	5	ROMANYA	17
14	BİLİNMEYEN	5	İSVEÇ KRALLIĞI	9	RUANDA CUMHURİYETİ	4
15	BİRLEŞİK MEKSİKA DEVLETLERİ	3	İSVİÇRE KONFEDERASYONU	17	RUSYA FED. / ADİGE CUM.	21
16	BOLİVARI VENEZUELA CUMHURİYETİ	1	İTALYA CUMHURİYETİ	9	RUSYA FED. / BOŞKORTOSTAN CUM.	1
17	BOLİVYA ÇOKULUSLU DEVLETİ	5	JAPONYA	10	RUSYA FED. / ÇEÇEN CUM.	10
18	BOSNA HERSEK	49	KAMBOÇYA KRALLIĞI	4	RUSYA FED. / MORDOVYA CUM.	1
19	BREZİLYA FEDERATİF CUMHURİYETİ	1	KAMERUN CUMHURİYETİ	8	RUSYA FEDERASYONU	97
20	BULGARİSTAN CUMHURİYETİ	182	KANADA	10	SENEGAL CUMHURİYETİ	9
21	BURKİNA FASO	7	KARADAĞ	11	SİRBİSTAN CUMHURİYETİ	89
22	BURUNDİ CUMHURİYETİ	2	KAZAKİSTAN CUMHURİYETİ	113	SİERRA LEONE CUMHURİYETİ	1

23	BUTAN KRALLIĞI	2	KENYA CUMHURİYETİ	6	SİNGAPUR CUMHURİYETİ	5
24	BÜYÜK BRİTANYA VE KUZEY İRLANDA BİRLEŞİK KRALLIĞI	8	KIRGIZ CUMHURİYETİ	85	SLOVAK CUMHURİYETİ	2
25	CEZAYİR DEMOKRATİK HALK CUMHURİYETİ	63	KOLOMBİYA CUMHURİYETİ	2	SLOVENYA CUMHURİYETİ	1
26	CİBUTİ CUMHURİYETİ	7	KOMORLAR BİRLİĞİ	4	SOMALİ FEDERAL CUMHURİYETİ	39
27	ÇAD CUMHURİYETİ	3	KONGO CUMHURİYETİ	1	SRİ LANKA DEMOKRATİK SOSYALİST CUMHURİYETİ	2
28	ÇEK CUMHURİYETİ	2	KONGO DEMOKRATİK CUMHURİYETİ	3	SUDAN CUMHURİYETİ	30
29	ÇİN HALK CUMHURİYETİ	339	KORE CUMHURİYETİ	46	SURİYE ARAP CUMHURİYETİ	2.077
30	ÇİN HALK CUMHURİYETİ HAYM.	1	KORE DEMOKRATİK HALK CUMHURİYETİ	2	SUUDİ ARABİSTAN KRALLIĞI	18
31	ÇİN TAYVAN	1	KOSOVA CUMHURİYETİ	55	TACİKİSTAN CUMHURİYETİ	40
32	DANİMARKA KRALLIĞI	4	KUVEYT DEVLETİ	2	TANZANYA BİRLEŞİK CUMHURİYETİ	12
33	DEMOKRATİK ALMANYA	16	KUZEY KIBRIS TÜRK CUMHURİYETİ	35	TAYLAND KRALLIĞI	10
34	DİĞER	2	KÜBA CUMHURİYETİ	1	TOGO CUMHURİYETİ	4
35	DOMİNİK CUMHURİYETİ	1	LETONYA CUMHURİYETİ	1	TUNUS CUMHURİYETİ	17
36	ENDONEZYA CUMHURİYETİ	71	LİBYA DEVLETİ	20	TÜRKİYE CUMHURİYETİ HAYM.	2
37	ERİTRE DEVLETİ	1	LİTVANYA CUMHURİYETİ	2	TÜRKMENİSTAN	682
38	ERMENİSTAN CUMHURİYETİ	1	LÜBNAN CUMHURİYETİ	11	UGANDA CUMHURİYETİ	17
39	ETİYOPYA FEDERAL DEMOKRATİK CUMHURİYETİ	19	MACARİSTAN	4	UKRAYNA	71
40	FAS KRALLIĞI	15	MADAGASKAR CUMHURİYETİ	5	UMMAN SULTANLIĞI	2
41	FİLDİŞİ SAHİLİ CUMHURİYETİ	3	MAKEDONYA CUMHURİYETİ	68	ÜRDÜN HAŞİMİ KRALLIĞI	40
42	FİLİPİNLER CUMHURİYETİ	1	MALAVİ CUMHURİYETİ	2	VİETNAM SOSYALİST CUMHURİYETİ	4
43	FİLİSTİN DEVLETİ	72	MALEZYA	15	YEMEN CUMHURİYETİ	54
44	FİNLANDİYA CUMHURİYETİ	1	MALİ CUMHURİYETİ	13	YUNANİSTAN CUMHURİYETİ	145

45	FRANSA CUMHURİYETİ	20	MALTA CUMHURİYETİ	1	ZAİRE	1
46	GABON CUMHURİYETİ	2	MAURİTİUS CUMHURİYETİ	2	ZAMBİYA CUMHURİYETİ	3
47	GAMBİYA CUMHURİYETİ	1	MISIR ARAP CUMHURİYETİ	181	ZİMBABVE CUMHURİYETİ	2
48	GANNA CUMHURİYETİ	10	MOĞOLİSTAN	100		
TOPLAM: 8.115						

Kaynak: Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi (tarih yok). **Uyruğa Göre Öğrenci Sayıları Raporu.** <https://istatistik.yok.gov.tr/> (Erişim: 22.07.2021).

Karabük Üniversitesi

Nüfus büyüklüğü 243.614 olan Karabük'te toplam 6 ilçe 4.109 km²'lik bir alana yayılmaktadır. Karabük, 3 Haziran 1995 tarih ve 550 sayılı Kararname çerçevesinde Çankırı'nın Ovacık ve Eskipazar ilçeleri ile Zonguldak'ın Yenice, Safranbolu ve Eflani ilçelerinin birleşmesiyle Türkiye'nin 78. ili olmuştur. Karabük'ün ekonomisi büyük ölçüde demir-çelik sanayine ve yan sanayi ürünlerine dayanmaktadır. Tarım ve ormancılık, tekstil ve konfeksiyon, ev pansiyonculuğu da Karabük'ün önemli ekonomik faaliyet alanları arasındadır (Karabük Valiliği ve Karabük Belediyesi resmi internet sitesi).

Karabük Üniversitesi (KÜ), 29 Mayıs 2007 tarih ve 26536 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 5662 sayılı Kanun ile kurulmuştur. 2020 yılı itibarıyla Times Higher Education (THE) tarafından yapılan dünyanın en iyi üniversiteleri sıralamasında 1.000 içerisinde yer almış (Türkiye sıralaması kategorisinde ilk 10 içerisinde yer almış), gelişmekte olan ülkelerdeki en iyi üniversiteler sıralamasında ise, 301-350 arasına girmiştir (Stratejik Plan, s. 3 ve 18). Ayrıca, EAQUALS (Evaluation and Accreditation of Quality in Language Services) tarafından onaylanan ilk devlet üniversitesidir. KÜ'nün var oluş nedeni (misyonu) geleceğin mesleklerine uygun eğitim vermektir. Gelecek vizyonunu ise, uluslararasılaşmada lider üniversite olmak şeklinde tanımlanmıştır. Farklılıkları zenginlik olarak gören KÜ, uluslararasılaşmada öncü bir üniversite olma yönünde faaliyetlerini sürdürmektedir (Stratejik Plan, s. 60). Toplamda 48.300 öğrenciye hizmet veren KÜ "eğitim odaklı üniversite" olarak kendini konumlandırmıştır (Stratejik Plan, s. 66).

Stratejik Planda beş ayrı amaç tanımlayan KÜ uluslararasılaşmayı birinci sıraya yerleştirmiştir. Uluslararası bir üniversite olma amacı çerçevesinde tanımlanan hedefler sırasıyla şöyledir: H.1.1 – en az üç bölüm için 2+2 eğitim modelini hayata geçirmek; H.1.2 – en az iki ülkede mikro kampüs oluşturmak; H.1.3 – akademik personel hareketliliğini artırmak (2025 yılı itibarıyla hedef 180 personel); H.1.4 – uluslararası öğrenci hareketliliğini artırmak (2025 yılı itibarıyla hedef 2+2 modelinde giden öğrenci sayısı 30, gelen öğrenci sayısı 60; değişim programından yararlanan öğrenci sayısı 3.000, işbirliği protokol sayısı 450); H.1.5 – üniversitedeki uluslararası öğretim elemanı ve öğrenci sayısını artırmak (2025 yılı itibarıyla hedef uluslararası öğretim elemanı sayısı 170, uluslararası öğrenci sayısı 12.000); H.1.6 – yabancı dilde eğitim veren bölüm / program sayısını artırmak (2025 yılı itibarıyla hedef bölüm / program sayısı 60). (Stratejik Plan, ss. 76-81).

Tablo 6'da 2019-2020 akademik döneminde Karabük Üniversitesi'ne gelen uluslararası öğrencilerin ülke bazında dağılımı gösterilmektedir. KÜ 85 ülkeden toplam 8.084 uluslararası öğrenciye kapılarını açmıştır. KÜ de tıpkı AÜ ve İÜ gibi söz konusu Strateji Belgesinin hedef / odak ülkeler listesinde yer alan İngiltere'den hiçbir öğrenci çekememiştir. En çok öğrenci gönderen ülkeler arasında Suriye Arap Cumhuriyeti (1.949) birinci sırada, Çad Cumhuriyeti (820) ikinci sırada, Azerbaycan Cumhuriyeti (746) üçüncü sırada, Somali Federal Cumhuriyeti (711) dördüncü sırada, Yemen Cumhuriyeti (660) beşinci sırada, Irak Cumhuriyeti (603) altıncı sırada, Türkmenistan (512) yedinci sırada, Ürdün Haşimi Krallığı (276) sekizinci sırada, Afganistan İslam Cumhuriyeti (253) dokuzuncu sırada, Cibuti Cumhuriyeti (218) onuncu sırada yer almaktadır. Bunlardan Azerbaycan Cumhuriyeti ile Afgan İslam Cumhuriyeti Yükseköğretimde Uluslararasılaşma Strateji Belgesi kapsamında belirlenen hedef / odak ülkeler listesinde bulunmaktadır. Hedef / odak ülkelerden KÜ'ye gelen toplam uluslararası öğrenci sayısı 999 olup, hedef / odak ülkelerden gelen öğrenciler KÜ'nün çektiği toplam uluslararası öğrencinin %12,35'ine tekabül etmektedir.

Tablo 6: Karabük Üniversitesi'ne Gelen Uluslararası Öğrencilerin Ülke Bazında Dağılımı (2019-2020 Akademik Dönemi)

	Ülke	Öğrenci Sayısı	Ülke	Öğrenci Sayısı	Ülke	Öğrenci Sayısı
1	AFGANİSTAN İSLAM CUMHURİYETİ	253	GANA CUMHURİYETİ	7	MYANMAR BİRLİĞİ CUMHURİYETİ	7
2	ALMANYA FEDERAL CUMHURİYETİ	23	GİNE CUMHURİYETİ	2	NEPAL FEDERAL DEMOKRATİK CUMHURİYETİ	1
3	AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ	3	GİNE-BİSSAU CUMHURİYETİ	1	NİJERYA FEDERAL CUMHURİYETİ	47
4	ANGOLA CUMHURİYETİ	1	GÜNEY AFRİKA CUMHURİYETİ	3	ÖZBEKİSTAN CUMHURİYETİ	169
5	ARNAVUTLUK CUMHURİYETİ	4	GÜRCİSTAN CUMHURİYETİ	2	PAKİSTAN İSLAM CUMHURİYETİ	34
6	AVUSTURYA CUMHURİYETİ	1	HİNDİSTAN CUMHURİYETİ	2	RUSYA FEDERASYONU	18
7	AZERBAYCAN CUMHURİYETİ	746	HOLLANDA KRALLIĞI	4	SİRBİSTAN CUMHURİYETİ	1
8	BAHREYN KRALLIĞI	1	IRAK CUMHURİYETİ	603	SIERRA LEONE CUMHURİYETİ	2
9	BANGLADEŞ HALK CUMHURİYETİ	42	İRAN İSLAM CUMHURİYETİ	76	SOMALİ FEDERAL CUMHURİYETİ	711
10	BENİN CUMHURİYETİ	1	İSRAİL DEVLETİ	2	SRI LANKA DEMOKRATİK SOSYALİST CUMHURİYETİ	1
11	BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	1	KAMERUN CUMHURİYETİ	18	SUDAN CUMHURİYETİ	40
12	BOSNA HERSEK	1	KANADA	1	SURİYE ARAP CUMHURİYETİ	1949
13	BULGARİSTAN CUMHURİYETİ	21	KAZAKİSTAN CUMHURİYETİ	30	SUUDİ ARABİSTAN KRALLIĞI	9
14	BURKİNA FASO	2	KENYA CUMHURİYETİ	6	TACİKİSTAN CUMHURİYETİ	9
15	BURUNDİ CUMHURİYETİ	1	KIRGIZ CUMHURİYETİ	33	TANZANYA BİRLEŞİK CUMHURİYETİ	4
16	BÜYÜK BRİTANYA VE KUZAY İRLANDA BİRLEŞİK KRALLIĞI	1	KOSOVA CUMHURİYETİ	3	TAYLAND KRALLIĞI	1
17	CEZAYİR DEMOKRATİK HALK CUMHURİYETİ	7	KUVEYT DEVLETİ	1	TOGO CUMHURİYETİ	2
18	CİBUTİ CUMHURİYETİ	218	KUZAY KIBRIS TÜRK CUMHURİYETİ	1	TUNUS CUMHURİYETİ	4
19	ÇAD CUMHURİYETİ	820	LİBERYA CUMHURİYETİ	1	TÜRKMENİSTAN	512
20	ÇİN HALK CUMHURİYETİ	26	LİBYA DEVLETİ	192	UGANDA CUMHURİYETİ	4
21	ENDONEZYA CUMHURİYETİ	13	LÜBNAN CUMHURİYETİ	9	UKRAYNA	3

22	ERİTRE DEVLETİ	6	MAKEDONYA CUMHURİYETİ	1	ÜRDÜN HAŞİMİ KRALLIĞI	276
23	ETİYOPYA FEDERAL DEMOKRATİK CUMHURİYETİ	11	MALAVİ CUMHURİYETİ	3	VATANSIZ	1
24	FAS KRALLIĞI	29	MALEZYA	6	YEMEN CUMHURİYETİ	660
25	FİLDİŞİ SAHİLİ CUMHURİYETİ	7	MALİ CUMHURİYETİ	21	YUNANİSTAN CUMHURİYETİ	1
26	FİLİSTİN DEVLETİ	146	MISIR ARAP CUMHURİYETİ	179	ZAMBİYA CUMHURİYETİ	2
27	FRANSA CUMHURİYETİ	3	MOĞOLİSTAN	3	ZİMBABVE CUMHURİYETİ	1
28	GABON CUMHURİYETİ	1	MOLDOVA CUMHURİYETİ	4		
29	GAMBİYA CUMHURİYETİ	1	MORİTANYA İSLAM CUMHURİYETİ	11		
TOPLAM: 8.084						

Kaynak: Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi (tarih yok). **Uyruğa Göre Öğrenci Sayıları Raporu.** <https://istatistik.yok.gov.tr/> (Erişim: 22.07. 2021).

SONUÇ

Küresel ölçekte uluslararası öğrenci sayıları katlanarak artmaktadır. Türkiye’de de durum pek farklı değildir. 2015 yılı itibariyle ülkemize gelen uluslararası öğrenci sayısı 73 bin iken, 2018 yılı itibariyle 148 bine ulaşmıştır (On Birinci Kalkınma Planı, s. 22). Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi kayıtlarına göre; 2019-2020 akademik döneminde ülkemize gelen uluslararası öğrenci sayısı 185.047 olmuştur. Bu artışın arkasında, hiç kuşkusuz, ulusal kalkınma planları ve kurumsal stratejik planlar ile desteklenen sağlam bir politik irade bulunmaktadır. Nitekim, Türkiye Cumhuriyeti’nin Onuncu Kalkınma Planında (2014-2018) “yükseköğretim kurumları çeşitlendirilecek, yükseköğretim sistemi uluslararası öğrenciler ve öğretim üyeleri için çekim merkezi haline getirilecek” (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2013, s. 33) denilerek, yükseköğretim kurumlarımızın 2006 yılı itibariyle uluslararası öğrenci miktarı bakımından % 0,54 olan payının 2018 yılı itibariyle % 1,5’e ulaştırılması hedefi tanımlanmıştır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2013, s. 32). Akabinde, Türk yükseköğretim sisteminde uluslararasılaşma sürecini daha sistematik bir şekilde yürütmek üzere YÖK Başkanı Prof. Dr. Yekta Saraç’ın önsözüyle takdim edilen *Yükseköğretimde Uluslararasılaşma Stratejisi Belgesi (2018-2022)* paydaşların istifadesine sunulmuştur. Uluslararası öğrenci pastasından pay almak isteyen yükseköğretim kurumları da kendilerini yeniden yapılandırarak, uluslararasılaşma sürecini stratejik bir yaklaşımla yönetmeye başlamışlardır.

Yükseköğretimde Uluslararasılaşma Stratejisi Belgesi kapsamında yükseköğretim sistemimizin uluslararasılaşması sürecinde stratejik olarak öne çıkan hedef/ odak ülkeler ile uluslararasılaşma çalışmalarına ilk aşamada katılacak pilot üniversiteler belirlenmiştir. 2019-2020 akademik döneminde 8.883 uluslararası öğrenciye ev sahipliği yapan Anadolu Üniversitesi ile 8.115 öğrenciye ev sahipliği yapan İstanbul Üniversitesi pilot üniversiteler arasında yer almıştır. Karabük Üniversitesi ise, pilot üniversiteler arasında bulunmamakla birlikte, aynı dönem itibariyle toplam 8.084 uluslararası öğrenciye kapılarını açmıştır. Bunlardan İÜ kendisini “*araştırma üniversitesi*” olarak tanımlarken, AÜ ile KÜ kendilerini “*eğitim odaklı üniversite*” olarak tanımlamaktadır. KÜ diğerlerinden farklı olarak kendisini “*uluslararasılaşmada lider üniversite*” olarak konumlandırmaya çalışmaktadır. Nitekim, KÜ “*uluslararasılaşmış bir üniversite olma*” amacını kurumsal stratejik planının ilk maddesine yerleştiren yegane üniversite konumundadır.

Çalışma kapsamında elde edilen bulgulardan varılan sonuçlar şu şekilde sıralanabilir:

- ❖ 2018-2022 yıllarını kapsayan Yükseköğretimde Uluslararasılaşma Strateji Belgesi paydaşlarla paylaşılmadan önce hazırlıkları tamamlanan stratejik planlarda uluslararasılaşma meselesinin merkeze alınmadığı, bilakis meselenin eğitim-öğretim kalitesinin iyileştirilmesi bağlamında çalışıldığı izlenmektedir. Halihazırda 2019-2023 dönemine ilişkin stratejik planları çerçevesinde faaliyetlerini sürdüren AÜ ve İÜ için bu argüman geçerli iken, 2021-2025 stratejik planını çerçevesinde faaliyetlerini sürdüren KÜ için durum çok farklıdır. KÜ’nün güncel Stratejik Planında uluslararasılaşma başlı başına bir amaç olarak tanımlanmış ve birinci sıraya yerleştirilmiştir.
- ❖ Öğrenci kenti olarak bilinen Eskişehir’de yerleşik Anadolu Üniversitesi’nin Açık Öğretim Fakültesi programları ve Avrupa ile Türk Cumhuriyetlerinde başlattığı yurt dışı programları “*yaşamboyu öğrenme odaklı bir Dünya Üniversitesi olma*” misyonuna uygun faaliyetler yürütmektedir. “*Tarihten geleceğe bilim köprüsü*” sloganı ile kendini araştırma üniversitesi olarak konumlandıran ve kökleri Darülfünun’a dayanan

İstanbul Üniversitesi Nobel Ödüllü mezunları vesilesiyle “evrensel düzeydeki eğitim ve araştırmalarıyla geleceği şekillendiren ve dünyada referans gösterilen bir üniversite olma” vizyonu doğrultusunda önemli bir mesafe almıştır. 2007 yılında kurulan oldukça genç Karabük Üniversitesi kendisine sunulan alternatifler arasından “eğitim odaklı” üniversite seçeneğini benimsemiş ve uluslararasılaşma stratejisini merkeze almıştır. Bu bağlamda, uluslararasılaşmayı merkeze alan yükseköğretim kurumlarının görece genç olmalarına rağmen, araştırma ve eğitimde lider köklü yükseköğretim kurumları ile aşağı yukarı eşdeğer miktarda uluslararası öğrenci çekme potansiyelini gerçekleştirebildiğini söylemek mümkündür.

- ❖ Anadolu Üniversitesi, 124 ülkeden toplam 8.883 uluslararası öğrenciye kapılarını açmıştır. Bunların 3.058’i (%34,42) hedef / odak ülkelerden gelmektedir. AÜ, hedef / odak ülkeler listesinde yer alan Suudi Arabistan ve İngiltere’den hiçbir öğrenci çekememiştir. İstanbul Üniversitesi, 142 ülkeden toplam 8.115 uluslararası öğrenciye kapılarını açmıştır. Bunların 2.615’i (%32,22) hedef / odak ülkelerden gelmektedir. İÜ, hedef / odak ülkeler listesinde yer alan İngiltere’den hiçbir öğrenci çekememiştir. Karabük Üniversitesi, 85 ülkeden toplam 8.084 uluslararası öğrenciye kapılarını açmıştır. KÜ, diğer iki üniversiteye kıyasla daha az sayıda ülke nezdinde çekim merkezine dönüşebilmiştir. KÜ’nün ev sahipliği yaptığı uluslararası öğrencilerin 999’u (%12,35) hedef / odak ülkelerden gelmektedir. KÜ de tıpkı AÜ ve İÜ gibi hedef / odak ülkeler listesinde yer alan İngiltere’den hiçbir öğrenci çekememiştir. Uluslararasılaşmayı merkeze almış ve stratejik bir yaklaşımla çok sayıda uluslararası öğrenciyi kendine çekmiş olmakla birlikte, KÜ’nün hedef / odak ülkelerdeki varlığı gelişmeye açık bir alan olarak durmaktadır. İncelemeye konu oluşturan yükseköğretim kurumlarından hiçbirinin neden İngiltere’den öğrenci çekemediği ise, ayrıca incelemeye değer bir konudur.

Yukarıdaki bulgular ışığında yükseköğretim kurumları için şu önerilerde bulunulabilir: Yükseköğretimde Uluslararasılaşma Strateji Belgesi (2018-2022) önemli bir referans belgesidir. Yeni dönem stratejik planlarını hazırlamakta olan yükseköğretim kurumları arasında uluslararasılaşmayı merkeze almak isteyenlerin sözü edilen Strateji Belgesinde yer verilen amaç, hedef ve göstergeleri iyi etüt etmeleri ve uluslararasılaşma konusuna yeni dönem stratejik planlarında başlı başına bir amaç olarak yer vermeleri iyi bir başlangıç olacaktır. Ayrıca, tüm çalışmaların hedef / odak ülke listesi gözetilerek planlanması uluslararasılaşma yönünde atılmış doğru bir adım olacaktır.

KAYNAKÇA

Tebliğ, Makale, Kitap, Kitap Bölümü ve Raporlar

- Chmiliar, L. (2010). Case Selection. In A.J. Mills, G. Durepos, E. Wiebe (Eds.), *Encyclopedia of Case Study Research*, (Volume I, pp. 582-583). Thousand Oaks, CA: Sage
- Gökhan Çetinsaya (2014). *Büyüme, Kalite, Uluslararasılaşma: Türkiye Yükseköğretimi için bir Yol Haritası*. Ankara: Yükseköğretim Kurulu Yayını No: 2014/2.
- Gerring, J. (2007). *Case Study Research: Principles and Practices*. USA: Cambridge University Press.
- Knight, J. (2004). Internationalization Remodeled: Definition, Approaches, and Rationales. In *Journal of Studies in International Education*. Vol: 8, No: 1, Spring 2004, pp. 5-31. DOI: 10.1177/1028315303260832
- Marginson, S.; van der Wende, M. (2007). *Globalisation and Higher Education*. OECD Education Working Papers No: 8, OECD Publishing. DOI:10.1787/173831738240.
- Mehter Aykın, S. (2021). Avrupa Birliği’nin Turizm Politikası Çerçevesinde Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri. In *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*. Vol: 4, Issue: 1, Year: 2021, pp. 1-18.
- Mehter Aykın, S; Kahraman, E. (tarih yok). Yükseköğretimde Uluslararası Öğrenciler: Akdeniz Üniversitesi Özelinde Tespit ve Öneriler. Teksir halinde kitap bölümü.
- OECD (2020). *Education at a Glance 2020: OECD Indicators*. Paris.
- Robertson, R. (July 1992). *Globalization: Social Theory and Global Culture*. Sage Publication Ltd.
- Van der Wende, M. (2001). The International Dimension in National Higher Education Policies: What has Changed in Europe in the Last Five Years? In *European Journal of Education*. Vol. 36, Issue: 4, Year: 2001, pp. 431-441. DOI: 10.1111/1467-3435.00080.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (1999). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, 10. Baskı, Ankara: Seçkin Yayınevi.

Kalkınma Planları ve Strateji Belgeleri

- T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (2019). *On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023)*. Ankara.
- T.C. Kalkınma Bakanlığı (2013). *Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018)*. Ankara.
- Yükseköğretim Kurulu (2017). *Yükseköğretimde Uluslararasılaşma Strateji Belgesi (2018-2022)*. 30 Haziran 2017, Ankara.
- Anadolu Üniversitesi 2019-2023 Dönemi Stratejik Planı*, (Erişim: 18.07.2021). https://sgdb.anadolu.edu.tr/sites/sgdb.anadolu.edu.tr/files/raporlar/2019-2023%20DO%CC%88NEMI%CC%87%20STRATEJ%CC%87K%20PLANI_0.pdf
- İstanbul Üniversitesi 2019-2023 Dönemi Stratejik Planı*, (Erişim: 18.07.2021). <https://cdn.istanbul.edu.tr/FileHandler2.ashx?f=istanbul-universitesi-2019-2023-stratejik-planı.pdf>

Karabük Üniversitesi 2021-2025 Dönemi Stratejik Planı, (Erişim: 18.07.2021).
https://strateji.karabuk.edu.tr/stratejikplan/2021_2025.html

İstatistikler ve İnternet Siteleri

Anadolu Üniversitesi, 2019-2020 Akademik Yılı Mayıs Öğrenci Sayıları, (Erişim: 23.07.2021).
<https://anadolu.edu.tr/universitemiz/sayilarla-universitemiz/ogrenci-sayilari/2019-2020/mayis-2020>

Eskişehir Büyükşehir Belediyesi, http://www.eskisehir.bel.tr/sayfalar.php?sayfalar_id=15 (Erişim: 23.07.2021).

Eskişehir Valiliği, <http://www.eskisehir.gov.tr/ilcelerimiz> (Erişim: 23.07.2021).

İstanbul Üniversitesi, <https://sayilarla.istanbul.edu.tr/#/> (Erişim 23.07.2021).

İstanbul Valiliği, <http://www.istanbul.gov.tr/uc-imparatorluga-baskentlik-yapan-sehir-istanbul> ve <http://www.istanbul.gov.tr/ilcelerimiz> ve <http://www.istanbul.gov.tr/turkiyenin-ticaret-is-yatirim-finans-ve-turizm-baskenti-istanbul> ve <http://www.istanbul.gov.tr/universite-sehri-istanbul> (Erişim: 23.07.2021).

Karabük Belediyesi, https://www.karabuk.bel.tr/icerik.asp?i_id=40 (Erişim, 22.07.2021).

Karabük Valiliği, <http://www.karabuk.gov.tr/karabuk-tarihi> (Erişim, 22.07.2021).

Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi, Uyruğuna Göre Öğrenci Sayıları, (Erişim: 17.07.2021).
<https://istatistik.yok.gov.tr/>

YÜKSEKÖĞRETİM SİSTEMİNDE AKADEMİK TEŞVİK PUANLARININ ANALİZİ

Nermin KARABACAK
Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Eğitim Fakültesi
nermin.karabacak@erdogan.edu.tr

Şenol SEZER
Ordu Üniversitesi Eğitim Fakültesi
senolsezer.28@gmail.com

ÖZET

2000’li yıllardan itibaren gelişmiş ülkelerde yükseköğretimin küreselleşmesi, yükseköğrenimin uluslararası bir boyut kazanması ve bilgi endüstrilerine dönüşmesi, akademisyenlerin performansına göre değerlendirilmesi süreci üzerinde hızlandırıcı bir etki yaratmıştır. Bu duruma bağlı olarak Yüksek Öğretim Kurulu, 2015 yılından itibaren Türkiye’de Yükseköğretimde performans değerlendirme ve akademik teşvik uygulaması ile çalışmaların maddi olarak ödüllendirilmesi uygulamasını başlatmıştır. Bu uygulamanın amacı, Türk üniversitelerinin teşvikler yoluyla dünya üniversite sıralamalarına girmesini sağlamaktır. Bilimsel performans odaklı bir ödül sistemi olan bu uygulamaya, “akademik teşvik” olarak isimlendirilmiştir. Bu ödül sisteminde proje, araştırma, yayım, tasarım, sergi, patent, bildiri, atıf ve ödül olmak üzere dokuz faaliyet türünden puan alınabilmektedir. Akademik performans değerlendirilmede, bu faaliyet türlerinde alınabilecek puanlar için belli sınırlamalar getirilmiştir. Performans değerlendirme sonuçları, üniversiteler tarafından yıl sonunda kamuoyu ile paylaşılmaktadır. Bu uygulamayla birlikte üniversiteler, bir anlamda, kendilerini diğer üniversiteler ile kıyaslayabilmektedir. Bu kıyaslama, rekabetin yanı sıra üniversitelere kendilerini değerlendirme ve geliştirme imkânı da sağlayabilmektedir. Yükseköğretimde, performans göstergelerinin öğretimin kalitesinden bilimsel araştırmaların niteliğine ve niceliğine doğru yönelmesi, üniversitelerin başarılarının akademik teşvik performans puanlarına göre incelenmesini beraberinde getirmiştir. Bu bağlamda, bu çalışmanın amacı, Karadeniz Bölge Üniversitelerinin akademik teşvik puanlarına dayalı olarak akademik performanslarının analizidir. Bu amaçla aşağıdaki sorulara yanıtlar aranmıştır:

1. Karadeniz Bölge Üniversitelerinin akademik teşvik puanı ortalamaları, yıllara göre nasıl bir değişim göstermektedir?
2. Akademik teşvik puanları cinsiyet, bölge, bölüm ve akademik unvan değişkenleri açısından anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

Araştırma nicel araştırma deseninde ve tarama modelinde planlanmıştır. Araştırmanın örneklemini uygun örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Araştırmada evren Karadeniz Bölge üniversiteleridir. Araştırmanın örneklemini, Karadeniz Bölgesinde yer alan kamu üniversiteleri oluşturmaktadır. Karadeniz Bölgesi’nde 18 il bulunmaktadır. Bu illerin hepsinde üniversite mevcuttur. Araştırma, bu hedef evren üzerinden yürütülmüştür. Araştırmanın verileri, Karadeniz Bölgesi illerinde bulunan üniversitelerin kamuoyuyla paylaştıkları akademik teşvik puanları resmi kanalla elde edilen teşvik raporlarından alınmıştır. Veriler, SPSS 25 istatistik programı ile analiz edilmiştir. Verilerin analizinde, betimsel istatistik, bağımsız örneklem t-testi ve ANOVA’dan yararlanılmıştır.

Araştırmanın sonuçları, akademik teşvik ödeneğinden yararlanan akademisyenlerin sayısının yıllara göre azaldığını, ancak 2021 yılı akademik teşvik puanı ortalamasının görece daha yüksek olduğunu göstermiştir. Erkek akademisyenlerin akademik teşvik puan ortalamaları kadın akademisyenlerden daha yüksektir. Öte yandan, Doğu Karadeniz Bölge üniversitelerinin akademik teşvik puanları, Orta ve Batı Karadeniz bölge üniversitelerine kıyasla daha yüksektir. Ayrıca Sağlık Bilimleri alanında görevli akademisyenlerin akademik teşvik puan ortalamaları, diğer bölümlerde görevli akademisyenlerin puanlarından görece daha düşüktür. Araştırma görevlilerinin akademik teşvik puanları, diğer akademik unvanlara sahip akademisyenlerin teşvik puanlarına kıyasla daha düşüktür. Araştırmanın sonuçlarına bağlı olarak, kadın akademisyenlerin akademik çalışmalarını teşvik etmek amacıyla projeler geliştirilebilir. Orta ve Batı Karadeniz Bölge üniversitelerinin akademik çalışma koşulları iyileştirilebilir. Sağlık Bilimleri alanındaki akademisyenlerin iş yükleri azaltılarak akademik çalışma için daha fazla zaman kazanmaları sağlanabilir. Araştırma görevlilerinin akademik çalışmalara daha fazla zaman ayırabilmeleri için iş yükleri azaltılabilir, araştırma ve proje yapma konusunda eğitimler almaları sağlanabilir.

Anahtar Kelimeler: Yükseköğretim, performans, akademik teşvik, akademisyen

ANALYSIS OF ACADEMIC INCENTIVE POINTS IN THE HIGHER EDUCATION SYSTEM

ABSTRACT

Since the 2000s, the globalization of higher education in developed countries, the internationalization of higher education and its transformation into information industries have had an accelerating effect on the process of evaluating academics according to their performance. Depending on this issue, the Council of Higher Education has started the practice of financially rewarding studies with performance evaluation and academic incentives in Higher Education in Turkey since 2015. The purpose of this application is to enable Turkish universities to enter

the world university rankings through the incentives. This application, which is a scientific performance-oriented reward system, is named as 'academic incentive'. In this reward system, points can be obtained from nine types of activities: project, research, publication, design, exhibition, patent, paper, citation and award. In the evaluation of academic performance, certain limitations have been introduced for the points that can be obtained in these types of activities. Performance evaluation results are shared with the public by universities at the end of the year. With this practice, universities, in a sense, can compare themselves with other universities. This comparison can provide universities with the opportunity to evaluate and develop themselves, as well as competition. In higher education, the shifting of performance indicators from the quality of education to the quality and quantity of scientific research has led to the examination of the achievements of universities according to their academic incentive performance scores. In this context, the aim of this study is to analyse the academic performance of Karadeniz Regional Universities based on their academic incentive scores. For this purpose, answers to the following questions were sought:

1. What is the distribution of the academic incentive average scores of the Black Sea Region Universities by years?
2. Do academic incentive scores show a significant difference in terms of gender, region, department, and academic title?

The research was planned in quantitative research design and scanning model. The sample of the study was determined by convenient sampling method. The universe of the research is the Black Sea Region universities. The sample of the research consists of public universities located in the Black Sea Region. There are 18 provinces in the Black Sea Region. There are universities in all these provinces. The research was conducted on this target universe. The data of the research were obtained from the incentive reports obtained through the official channel of the academic incentive scores shared by the universities in the Black Sea Region provinces with the public. Data were analysed with SPSS 25 statistical program. In the analysis of the data, descriptive statistics, independent sample t-test and ANOVA were used.

The results showed that the number of academics benefiting from academic incentive payment decreased over the years, but the average academic incentive score for 2021 was relatively higher. The average academic incentive scores of male academicians are higher than those of female academicians. On the other hand, the academic incentive scores of Eastern Black Sea Region universities are higher than those of Central and Western Black Sea Region universities. In addition, the academic incentive score averages of academics working in the field of Health Sciences are relatively lower than the scores of academicians working in other departments. Academic incentive scores of research assistants are lower than those of academics with other academic titles. Depending on the results of the research, projects can be developed to encourage the academic work of female academics. Academic working conditions of Central and Western Black Sea region universities can be improved. By reducing the workload of academics in the field of Health Sciences, it can be enabled for them to gain more time for academic work. In order for research assistants to devote more time to academic studies, their workload can be reduced, and they can be provided with training on research and project making.

Keywords: Higher education, performance, academic incentive, academician

GİRİŞ

Küreselleşen dünyada, üniversitelerarası rekabet ve yükseköğretim alanındaki kalite çalışmaları, özellikle gelişmiş ülkelerde yükseköğretimin performansa dayalı olarak değerlendirilmesi üzerinde hızlandırıcı bir etki yapmıştır. Bu etki, eğitim-öğretim faaliyetlerini yürüten, araştırma yapan ve yaptıkları buluşlarla yeni bilgi üreterek uluslararası düzeyde, bilime katkı sağlayan akademisyenlerin performans değerlendirme sürecine küresel bir anlam kazandırmıştır. Bu bağlamda, ülkelerin gelişmişlik düzeyi ile üniversitelerin akademik gelişmişliği arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Bu durumun gelişmekte olan ülkelerde, akademisyenlerin performanslarının akademik çalışmalarının niteliği ve niceliğine göre değerlendirilmesini ön plana çıkardığı söylenebilir. ABD, Almanya, Avustralya, Çin, Fransa, Kanada, Norveç, Yeni Zelanda gibi ülkelerde, akademisyenlerin performansları patentler, yayınlar ve atıf sayıları gibi parametreler kullanılarak ölçülmektedir. Akademik performansı değerlendirmede puanlar, yapılan yayınlardaki yazar sayısı, araştırmanın yayımlandığı derginin tarandığı indekslerin ulusal veya uluslararası indeksler olması gibi ölçütlere göre değişmektedir (Cave, Hanney ve Kogan, 1991; Kaptanoğlu ve Özk, 2006). Todorovic vd. (2011), üniversitelerin performans değerlendirmesinde temel faktörlerden birinin akademisyen performanslarının değerlendirilmesi olduğu belirtmektedir.

2000'li yıllardan itibaren gelişmiş ülkelerde yükseköğretimin küreselleşmesi, yükseköğrenimin uluslararası bir boyut kazanması ve bilgi endüstrilerine dönüşmesi, akademisyenlerin performansının akademik çalışmalarının niteliği ve niceliğine göre değerlendirilmesi süreci üzerinde hızlandırıcı bir etki yaratmıştır. Bu duruma bağlı olarak Yüksek Öğretim Kurulu, 2015 yılından itibaren Türkiye'de Yükseköğretimde performans değerlendirme ve akademik teşvik uygulaması ile akademik çalışmaların maddi olarak ödüllendirilmesi uygulamasını başlatmıştır (Resmî Gazete, 2015). Bu uygulamanın amacı, teşvikler aracılığı ile Türk üniversitelerinin akademik başarılarını artırmak ve dünya üniversiteleri sıralamasında daha üst sıralarda yer almasını sağlamaktır. Bilimsel performans odaklı bir ödül sistemi olan bu uygulama, 'akademik teşvik' olarak adlandırılmıştır. Bu ödül sisteminde

akademisyenler proje, araştırma, yayın, tasarım, sergi, patent, bildiri, atıf ve ödül olmak üzere dokuz faaliyet türünden puan alabilmektedir. Akademik performansın değerlendirilmesinde bu faaliyetlerden elde edilebilecek puanlar için belli bir sınırlama getirilmiştir. Performans değerlendirmesinin sonuçları, üniversiteler tarafından her yılın sonunda kamuoyu ile paylaşılmaktadır. Bu uygulamayla birlikte üniversiteler, bir anlamda, kendilerini diğer üniversiteler ile kıyaslayabilmektedir. Bu kıyaslama, rekabetin yanı sıra üniversitelere kendilerini değerlendirme, geliştirme ve kullandıkları teknolojileri yenileme imkânı da sağlayabilmektedir.

Karadağ ve Yücel tarafından 2016 yılından itibaren yapılan bir dizi araştırmalarda, kuruluş yeri ve bölgesi yanında, üniversitelerin 2006 yılından önce ve sonrasında kurulmuş olma değişkenleri göz önünde bulundurularak performans göstergelerindeki farklılıklar ortaya konulmuştur. Yükseköğretimdeki performans göstergelerinin öğretimin kalitesinden bilimsel araştırmaların nitelik ve niceliğine doğru yönelmesi, üniversitelerin performansının akademik teşvik puanlarına göre incelenmesini gerektirmektedir. Karadağ, Yücel ve Belenkuyu (2018) tarafından yapılan bir araştırmada, üniversitelerin uluslararası düzeyde sıralama ve sınıflanmasında, sonucun önceden tahmin edildiği gibi çıkması ve sıralamanın genellikle aynı olmasının konunun yerel değişkenleri göz önünde bulundurularak ele alınmasını zorunlu kıldığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda, bu çalışmanın amacı, Karadeniz Bölge Üniversitelerinin akademik teşvik puanlarına dayalı olarak akademik performanslarının analizidir. Bu amaçla aşağıdaki sorulara yanıtlar aranmıştır:

1. Karadeniz Bölge Üniversitelerinin akademik teşvik puanı ortalamaları, yıllara göre nasıl bir değişmektedir?
2. Akademik teşvik puanları cinsiyet, bölge, bölüm ve akademik unvan değişkenleri açısından anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

YÖNTEM

Araştırma nicel araştırma deseninde ve tarama modelinde planlanmıştır.

Örneklem

Araştırmanın örneklemini, Karadeniz Bölgesinde yer alan kamu üniversiteleri oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini uygun örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Uygun örnekleme, çalışma için uygun olan, ulaşılabilen, hazır insan gruplarını kapsar (Fraenkel ve Wallen, 1990). Araştırmanın çalışma evrenini, Karadeniz Bölge üniversiteleri oluşturmaktadır. Karadeniz Bölgesi'nde 18 il bulunmaktadır. Bu illerin hepsinde üniversite mevcuttur. Araştırma, bu hedef evren üzerinden yürütülmüştür. Katılımcı üniversitelere ait demografik özellikler Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri (N=4362)

Değişken		N	%
Üniversite	Orta Karadeniz	2.058	47.2
	Batı Karadeniz	1.372	31.5
	Doğu Karadeniz	932	21.3
Cinsiyet	Kadın	1.380	31.6
	Erkek	2.982	68.4
Bölüm	Fen Bilimleri	1.674	38.4
	Sosyal Bilimler	1.228	28.2
	Sağlık Bilimleri	1.181	27.1
	MYO	279	6.3
Unvan	Profesör	1.598	36.6
	Doçent	1.322	30.3
	Dr. Öğr. Üyesi	1.172	26.9
	Arş. Gör./Öğr. Gör	270	6.2

Veri Toplama Aracı ve Verilerin Toplanması

Araştırmanın verileri, Karadeniz Bölgesi illerinde bulunan üniversitelerin kamuoyuyla paylaştıkları akademik teşvik puanları resmi kanalla elde edilen teşvik raporlarından alınmıştır. Bu araştırmada, akademik teşvik puanlarını kamuoyuyla paylaşmayı uygun bulmayan Bayburt, Düzce, Karabük, Karadeniz Teknik Üniversitesi ve eksik veri paylaşımında bulunan Kastamonu, Sinop ve Gümüşhane Üniversiteleri değerlendirmeye alınmamıştır.

Verilerin Analizi

Veriler, SPSS 25 istatistik programı ile analiz edilmiştir. Betimsel verilerin analizinde, betimsel istatistik yöntemi kullanılmış; verilere ilişkin frekans ve yüzde değerleri hesaplanmıştır. Grup puanları arasındaki farklılıkların belirlenmesinde, bağımsız örneklem t-testi ve ANOVA kullanılmıştır.

BULGULAR

Tablo 2’de, yıllara göre akademik teşvik puanlarına ilişkin betimsel sonuçlar verilmiştir.

Tablo 2. Yıllara Göre Akademik Teşvik Puanları (N=4362)

Yıl	N	\bar{x}	Ss
2019	1.575	41.60	12.2
2020	1.463	41.13	10.7
2021	1.324	41.84	11.1
Toplam	4.362	41.52	11.4

Tablo 2’de, yıllara göre akademik teşvik puanlarının ortalama puanın 2019 yılında (\bar{x} =41.60, Ss=12.2), 2020 yılında (\bar{x} =41.13, Ss=10.7) ve 2021 yılında (\bar{x} =41.84, Ss=11.1) olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre, yıllara göre akademik teşvik puanları arasında büyük farklılıklar olmadığı söylenebilir. Yıllara göre, akademik teşvik ödeneğinden yararlanan akademisyenlerin sayısının azaldığı, ancak 2021 yılı akademik teşvik puanı ortalamasının görece daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 3’te, cinsiyet değişkeni açısından teşvik puanlarının bağımsız t-testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 3. Cinsiyet Değişkeni Açısından Teşvik Puanları (N=4362)

Cinsiyet	N	\bar{x}	Ss	t	Sd	p
Kadın	1.380	39.99	10.4	6.041	4.360	.000
Erkek	2.982	42.22	11.8			

$p < .05$

Tablo 3’te, bağımsız t-testi sonuçlarına göre, cinsiyet değişkeni açısından teşvik puanlarının erkek akademisyenlerin lehine istatistiksel olarak [$t(4.360) = 6.041, p < .05$] anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır. Bu sonuç, erkek akademisyenlerin akademik teşvik puan ortalamalarının kadın akademisyenlerden daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 4’te, bölge değişkeni açısından teşvik puanlarına ilişkin ANOVA sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 4. Bölge Değişkeni Açısından Teşvik Puanları (N=4362)

	N	\bar{x}	Ss	KT	Sd	KO	F	p	Anlamlı fark
O. Karadeniz	2.058	41.25	10.9	Gruplar Arası	1489.539	2	744.769		
B. Karadeniz	1.372	41.16	10.9	Gruplar İçi	568031.405	4.359	130.312	5.715	.003*
D. Karadeniz	932	42.64	12.1	Toplam	569520.944	4.361			1>2,3

$p < .05$

Tablo 4’teki ANOVA sonuçlarına göre, akademik teşvik puanlarının bölge değişkeni açısından, Batı, Orta ve Doğu Karadeniz üniversiteleri arasında [$F(2,4359)=5.715, p < .05$] istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır. Doğu Karadeniz Bölge üniversitelerinin akademik teşvik puanları Orta ve Batı Karadeniz bölge üniversitelerine kıyasla daha yüksektir.

Tablo 5’te, bölüm değişkeni açısından akademik teşvik puanlarına ilişkin ANOVA sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 5. Bölüm Değişkeni Açısından Teşvik Puanları (N=4362)

Yıl	N	\bar{x}	Ss	KT	Sd	KO	F	p	Anlamlı fark
S. Bilimler	1.228	42.52	11.9	Gruplar Arası	18786.540	3	6262.180		
F. Bilimleri	1.674	42.92	11.9	Gruplar İçi	550734.403	4.358	126.373	49.553	.000*
S. Bilimleri	1.181	38.12	8.8	Toplam	569520.944	4.361			3<1,2,4
MYO	279	43.04	12.8						

$p < .05$

Tablo 5’teki ANOVA sonuçlarına göre, akademik teşvik puanları, bölüm değişkeni [$F(2,4358)=49.553, p < .05$] açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir. Sağlık Bilimleri alanında görevli akademisyenlerin akademik teşvik puan ortalamaları diğer bölümlerde görevli akademisyenlerin puanlarından görece daha düşüktür.

Tablo 6’da, unvan değişkeni açısından akademik teşvik puanlarına ilişkin ANOVA sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 6. Unvan Değişkeni Açısından Teşvik Puanları (N=4362)

Yıl	N	\bar{x}	Ss	KT	Sd	KO	F	p	Anlamlı fark
Profesör	1.598	41.77	11.8	Gruplar Arası	9397.744	3	3132.581		
Doçent	1.322	43.17	12.1	Gruplar İçi	560123.200	4.358	128.528	24.373	.000*
Dr. Öğr. Ü.	1.172	40.11	10.3	Toplam	569520.944	4.361			4<1,2,3
Arş. Gör.	270	37.99	8.3						

Tablo 6'daki ANOVA sonuçlarına göre, akademik teşvik puanları, akademik unvan değişkeni [$F_{(2,4358)}=24.373$, $p < .05$] açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir. Araştırma görevlilerinin akademik teşvik puanları, diğer akademik unvanlara sahip akademisyenlerin teşvik puanlarına kıyasla daha düşüktür.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmanın sonuçlarında yıllara göre, akademik teşvik ödeneğinden yararlanan akademisyenlerin sayısının azaldığı, ancak 2021 yılı akademik teşvik puanı ortalamasının görece daha yüksek olduğu görülmektedir. Erkek akademisyenlerin akademik teşvik puan ortalamaları kadın akademisyenlerden daha yüksektir. Doğu Karadeniz Bölge üniversitelerinin akademik teşvik puanları Orta ve Batı Karadeniz bölge üniversitelerine kıyasla daha yüksektir. Akademik teşvik puanları, bölüm değişkeni açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir. Sağlık Bilimleri alanında görevli akademisyenlerin akademik teşvik puan ortalamaları diğer bölümlerde görevli akademisyenlerin puanlarından görece daha düşüktür. Araştırma görevlilerinin akademik teşvik puanları, diğer akademik unvanlara sahip akademisyenlerin teşvik puanlarına kıyasla daha düşüktür.

Konuyla ilgili alan yazında, akademik teşvik uygulamasının akademik çalışmalarda motive edici bir güç olarak akademisyenlerin performanslarının değerlendirilmesinin kurumlar ve akademisyenler için yaratacağı katkılar, kurumsal yenileşmeye süreklilik sağlaması ve bireysel olarak akademisyenlerin mesleki gelişimine katkı sağlaması, Esen ve Esen'in (2015) çalışmasında ortaya konulmuştur. Akademik teşvik uygulamasının akademisyenlerin bilimsel faaliyetlerine ivme kazandırdığı Ültay ve Ültay'ın (2018) çalışmasında tespit edilmiştir. Karadağ ve Yücel (2018) tarafından yapılan DÜS araştırmasında ve Göksu ve Bolat (2017) tarafından yapılan araştırmada akademik teşvik ödeneğinden yararlanan akademisyenlerin sayısının 2016 yılından 2018 yılına artış gösterdiği ortaya konulmuştur. Araştırma görevlilerinin akademik teşvik puanlarının diğer akademik unvanlara sahip akademisyenlerin teşvik puanlarına kıyasla daha düşük olduğu Hamurcu ve Eren (2019), Göksu ve Bolat (2017), Karadağ ve Yücel (2016), Karadağ ve Yücel (2017) Karadağ ve Yücel (2018) tarafından yapılan araştırmalarda tespit edilmiştir. Yine bu araştırmalarda erkek akademisyenlerin akademik teşvik puanlarının kadın akademisyenlerden daha yüksek olduğu ortaya konulmuştur. Göksu ve Bolat (2017) tarafından yapılan araştırmada 52 üniversitenin akademik teşvik alma oranının %20'nin altında kaldığı ve genel akademik performansın düşük olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmanın sonuçlarına bağlı olarak, kadın akademisyenlerin akademik çalışmalarını teşvik etmek amacıyla projeler geliştirilebilir. Orta ve Batı Karadeniz Bölge üniversitelerinin akademik çalışma koşulları iyileştirilebilir. Sağlık Bilimleri alanındaki akademisyenlerin iş yükleri azaltılarak akademik çalışma için daha fazla zaman kazanmaları sağlanabilir. Araştırma görevlilerinin akademik çalışmalara daha fazla zaman ayırabilmeleri için iş yükleri azaltılabilir, araştırma ve proje yapma konusunda eğitimler almaları sağlanabilir. Bu konuda, daha geniş bir örneklem grubuyla farklı araştırmalar planlanabilir. Bu konunun daha derinlemesine analiz edilebilmesi için nitel araştırma deseninde farklı araştırmalar yürütülebilir.

KAYNAKÇA

- Cave, M., Hanney, L., & Kogan, M. (1991). *The use of performance indicators in higher education*. London: Jessica Kingsley Publishers.
- Esen, M., & Esen, D. (2015). Öğretim üyelerinin performans değerlendirme sistemine yönelik tutumlarının araştırılması. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 5(1), 52-67. doi: 10.5961/jhes.2015.109
- Fraenkel, J. R., & Wallen, N. E. (1990). *How to design and evaluate research in education*. McGraw Hill Publishing Company.
- Göksu, İ., & Bolat, Y. İ. (2017). Akademik teşvik uygulamasının ilk sonuçlarına ait değerlendirmeler. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 7(3), 441-452, 10.5961/jhes.2017.221
- Hamurcu, M., & Eren, T. (2019). Akademik teşvik tabanlı yeni bir performans değerlendirme önerisi ve uygulama. *Üniversite Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 82-100.
- Kaptanoğlu, D., & Özok, A. F. (2006). Akademik performans değerlendirmesi için bir bulanık model. *İstanbul Teknik Üniversitesi Dergisi*, 5(1), 193-204.
- Resmi Gazete. (2015). *Akademik teşvik ödeneği yönetmeliği*. <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2015/12/20151218-4.pdf> adresinden edinilmiştir.
- Karadağ, E., & Yücel, C. (2016). *Devlet üniversiteleri sıralaması: 2016 yılı*. Retrieved from <http://www.enginkaradag.net/#!blank/whkme>
- Karadağ, E., & Yücel, C. (2017). *Devlet üniversiteleri ve fakülteleri sıralaması [DÜS] 2017*. Eskişehir.
- Karadağ, E., & Yücel, C. (2018). *Devlet üniversiteleri ve fakülteleri sıralaması [DÜS] 2018*. Üniversite Araştırmaları Laboratuvarı Yayınları. doi: 10.13140/RG.2.2.17310.84804
- Karadağ, E., Yücel, E., & Belenkuyu, C. (2018). Üniversite sıralamasında akademik teşvik puanlarının kullanılması: Devlet üniversiteleri ve fakülteleri sıralaması [DÜS-2018]. *Üniversite Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 31-35.
- Karadağ, E. & Yücel, C. (2019). *Devlet üniversiteleri ve fakülteleri sıralaması [DÜS] 2019*. Üniversite Araştırmaları Laboratuvarı Yayınları. doi: 10.13140/RG.2.2.33183.61605

- Karadağ, E. & Yücel, C. (2020). *Devlet üniversiteleri ve fakülteleri sıralaması [DÜS] 2020*. Üniversite Araştırmaları Laboratuvarı Yayınları. doi: 10.13140/RG.2.2.33183.61605
- Ültay, E., & Ültay, N. (2018). Akademik teşvik ödeneğinin bilimsel faaliyetlere etkisi hakkındaki akademisyen görüşleri. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 8(1), 162-171, doi: 10.5961/jhes.2018.25
- Todorovic, Z., McNaughton RB., and Guild P., (2011). ENTRE-U: An entrepreneurial orientation scale for universities. *Technovation*, 31, 128-137.

Z KUŞAĞININ KİMLİK OLUŞUMUNDA SOSYAL MEDYANIN ETKİSİ: INSTAGRAM ÖRNEĞİ

Adem SARI
adeemsari1@gmail.com

ÖZET

Günümüzde teknolojinin gelişmesiyle birlikte kendisini var eden sosyal medya uygulamaları, kolay ulaşılabilir olmasıyla bireyler tarafından yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Kullanımının her geçen gün hızla artmasının yanı sıra birçok ruhsal gereksinimin bu mecralar aracılığıyla giderildiğini, doğumundan itibaren teknoloji ile tanışıklığı olan Z kuşağı bireylerinin içinde buldukları psikolojik (ergenlik) dönem itibarıyla sosyal medya platformlarını önemli bir ruhsal sığınak olarak benimsedikleri görülmektedir. Buldukları dönem itibarıyla kimlik arayışında olan Z kuşağı bireylerinin sosyal medya araçlarından kolaylıkla etkilenebildiği, bu ortamların yaşamlarına yön verdiği söylenilebilmektedir.

Bu araştırma çerçevesinde Z kuşağı bireylerinin Instagram kullanımları ve algılayışları, Instagram'ın sosyal ilişkilerine olan etkileri nitel araştırma desenlerinden olgu bilim deseni kullanılarak incelenmiştir. Araştırmada; Z kuşağı yaş aralığını kapsayan 10 öğrenci örneklem olarak seçilmiş olup, Ekşi'nin (2013) geliştirmiş olduğu "Ergenlerin Kimlik/Kişilik Oluşumunu Facebook Üzerinden Değerlendirme Formu" ve araştırmacı tarafından geliştirilen kişisel bilgi formu kullanarak öğrenciler ile derinlemesine mülakat tekniği gerçekleştirilmiştir. Araştırmada Instagram'ın, z kuşağı bireylerinin kimlik oluşumlarına olan etkileri ve bireylerin bu platformdaki benlik sunumları incelenmiştir.

Araştırma kapsamında sosyal medya araçlarının, kimlik arayışında olan z kuşağı üzerinde olan etkilerini, bireylerin arkadaşlarıyla, kendi benlikleriyle olan ilişkilerine olan etkilerini, Instagram kullanımının bu kuşak üzerinde yarattığı anlam ve ifadeleri ortaya çıkarmayı, bunların yanında dijitalleşen yaşamlarda geleneksel pratiklerin kendini dönüştürmesi ve yeni bir boyuta geçişini araştırmayı amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Instagram, Kimlik, Z Kuşağı

GİRİŞ

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte toplumlar hızlı bir dönüşüm gerçekleştirmektedir. Geleneksel medyadaki tek yönlü iletişim araçları yerini iki yönlü iletişim sağlayan sosyal medya araçlarına bırakması, bireylerin gündelik hayatlarının değişmesine neden olmaktadır. Yeni medya uygulamalarının kolay erişebilir olması, bireylerin birçok neden için sosyal medya uygulamalarını kullanmalarının önünü açarken, bilinçsiz ve dengesiz kullanımlar, birey yaşamında olumsuz durumların gerçekleşmesine neden olmaktadır.

Günümüz toplumunda doğumlarından itibaren ekranla tanışıklığı başlayan z kuşağı bireylerinin, teknolojiye olan yetkinlikleri itibarıyla var olan sosyal medya araçlarını kolaylıkla kullanabilmektedir. Ancak bu durum, içinde buldukları ergenlik dönemi itibarıyla kimlik arayışında olan bireylerin kimlik oluşumlarına ciddi bir etkisi olabilmektedir.

Sosyal Medya

Sosyal medya kavram olarak kullanıcıların birbirlerine yardımcı olduğu, karşılıklı fikir görüş ve paylaşım gerçekleştirdikleri yeni nesil iletişim ortamlarıdır (Gezgin ve Kırık, 2018, s. 11). Geleneksel medyanın bireye yönelik tek yönlü iletişim biçimi gelişen teknoloji ile çift yönlü iletişime dönüşmüştür. Günümüz teknolojisinin hızlı gelişimi sayesinde bireylerin geçmişte okuma ve ticari kullanımları ile sınırlı kalan web üstündeki kontrol mekanizmaları en üst düzeye çıkmıştır (Kahraman, 2010). Tuncer'e (2014) göre yenilenen Web 2.0 teknolojisiyle beraber kullanıcılar, kendi özgün düşünceleri ve yaratıcılıklarıyla bu yeni medya araçlarını şekillendirebilmektedir.

Günümüz teknolojisine paralel olarak hızlı bir şekilde gelişen sosyal medya platformları, bireylerin gündelik yaşamlarında büyük değişiklikler yaşamlarına neden olmuştur (Dağıtmaç, 2015, s. 33). Hayatımıza giren değişikliklerden birisi olan sosyal medya, birçok teknik özelliğiyle birlikte kullanıcılar tarafından kolay ve ücretsiz bir şekilde kullanılabilir (Bostancı, 2019). Hızla değişen teknoloji dünyasında ardi ardına üretilen sosyal medya araçları, bireylerin kullanımına sunulmaktadır. Bireyler bu araçları duygularını tatmin etme, boş vakitlerini değerlendirme, günlük hayatta ifade edemedikleri kimliklerini ifade etmek için kullanmaktadır.

Sosyal medya bireylerin topluluklar dâhilinde bir arada örgütlenebildiği, olaylar karşısında birlik oluşturabildiği dijital bir mekân olarak görülebilmektedir. Tuncer'e (2014) göre bireyler sosyal medyaya geleneksel medyanın aksine katılımcı olarak katılabilmekteyken, günün bütün zaman dilimlerinde sosyal medyayı aktif olarak kullanabilmektedir. Gürsakar (2009, ss. 23-24), sosyal medyayı geleneksel medyadan ayıran 5 temel özelliği şöyle belirtmektedir:

Katılım: Geleneksel medyanın aksine katılım özelliği ile birlikte birey, sosyal medya platformlarında yayımlanan içeriklerle etkileşim kurarak geri bildirimde bulunabilmektedir.

Açıklık: İçeriğe erişim ve kullanımda son derece açık, kolay kullanımıyla mümkün olduğu kadar engelleri bertaraf eder.

Karşılıklı Konuşma: Sosyal medya, bireylere, çift yönlü iletişim, rahat ve zamanında etkileşim sunar.

Topluluk: Sosyal medya, bireylerin topluluklar oluşturup etkileşim içinde olmalarına izin verir.

Bağlantısallık: Sosyal medya platformları bağlantısallık özelliği ile birlikte kullanıcılarına, bir siteden diğer sitelere kolaylıkla geçme olanağı sağlar.

Geleneksel medyadan farkını ortaya koyan sosyal medya platformlarında bu farkın en net şekilde görülebildiği aracın, son dönemde kullanımı hızlı bir şekilde artan Instagram olduğu görülmektedir. Fotoğraf paylaşmayı uygulamanın merkezine koyan bu yapı, bireylere farklı profiller oluşturma imkânı sunarak, onları sosyalleştirmeye, diğer kullanıcılarla etkileşime geçme fırsatı vermektedir (Bostancı, 2019).

Her anın önemli olduğunu kullanıcılarına hissettiren Instagram, kolaylıkla bu mecra üzerinden paylaşım yaptırarak, beğeni, izlenme gibi etkileşim özellikleri sunarak bireyleri kendi bünyesinde tutmaktadır (Hochman ve Schwartz, 2012). Akıllı telefonların çoğalmasıyla birlikte çoğunlukla telefon üzerinden erişilen Instagram, geleneksel iletişimi, sosyalleşmeyi, aile değerlerini zamanla dijitalleştirdiği görülmektedir.

Instagram

İnternet tabanlı teknolojilerin gelişmesiyle beraber bireylerin, diğer mecralara nazaran kullanmayı daha çok tercih ettiği sosyal medya platformu Instagram, 2010 yılı içerisinde Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından kurulmuştur (Bostancı, 2019). İngilizce “instant” kelimesi ile telgraf anlamına gelen İngilizce “telegram” kelimelerinin birleşiminden meydana gelen Instagram, kullanıcılarına platformda yer alan içeriklere beğeni ve yorum yapabilme olanağı sunar (Yeniçifti, 2016, s. 95). Kullanımı milyarlarca erişen ve 2012 yılında Facebook tarafından satın alınan Instagram, fotoğraf paylaşmanın yanı sıra mesajlar aracılığıyla diğer kullanıcılarla etkileşim içerisine girilebilen internet tabanlı bir platformdur. Huey ve Yazdanifard (2015) ise Instagram’ın ilk olarak fotoğraf düzenleme aracı ve paylaşım fonksiyonu ile başladığını, kullanımının artmasıyla beraber direkt mesaj gönderme özelliği ve video paylaşım fonksiyonunda uygulamaya eklenildiğini söylemektedir (s.3).

Instagram içeriğine 2013 yılının başlarında dâhil edilen “etiketleme” özelliği ile fotoğraflar sınıflandırılabilir hale getirebilmeye başlanmıştır (Türkmenoğlu, 2014, s. 96). Yakar vd. (2020) ise Instagram’ı, diğer sosyal medya platformlarından farklı olarak görselliğin daha ön planda tutulduğu, kullanıcıların etiketler aracılığıyla etkileşim sağlayabildikleri, yarattıkları profillerinin mahremiyet alanını kendilerinin belirleyebildikleri ve direkt mesaj özelliği ile diğer kullanıcılara erişebildikleri bir ortam olarak tanımlamaktadır. Başka bir deyişle kullanıcılar, Instagram aracılığıyla paylaştıkları benlik sunumlarını aynı platform üzerinden görünürlüğünü ayarlayabilmekte, profilini gizli ya da açık yapabilmektedir (Hu vd., 2014).

Uygulama içerisine son olarak eklenen hikaye (story) paylaşım özelliği, 2016 yılı itibarıyla ortaya çıkması, kullanıcıların gündelik pratiklerini anlık olarak hedef kitlesine sunmasına, kullanıcıların daha aktif bir şekilde Instagram’ı kullanmasına imkan tanımıştır. Basit arayüzüyle ve ücretsiz oluşuyla kullanıcıların ilgisini çeken Instagram, sosyal medya kültürünü dünyaya “hızlı, basit ve güzel” sloganı ile sunarak bireylerin, hayatlarını fotoğraf biçiminde belgelemelerini ve paylaşımlarını istemiştir (Tekulve ve Kelly, 2013).

Z Kuşağı

Türkiye’de ekran kuşağı olarak da bilinen z kuşağı, 2000 yılından sonra doğanlar için tanımlanmaktadır. Bu dönem bireylerinin diğer kuşaklara nazaran daha teknolojik daha ekonomik koşullarda doğup büyüdüğü söylenilebilmektedir. Günümüz teknolojisinin sağladığı imkânlar sayesinde mobil veya PC aracılığıyla her daim internete bağlı yaşayan, süregelen iletişim biçimlerinin dışına çıkarak sanal dünya üzerinden iletişime geçen, kendilerine has dil geliştiren bir kuşak olarak da tanımlanmaktadır (Taş vd., 2017).

Günlük yaşamlarında bu kuşağın internetten uzak kalamadığı, karşılaştığı olaylar karşısında umursamayan bir tavır sergilediği ancak bunların yanı sıra birden çok işi aynı zaman aralığında yerine getirebilecek kapasitede oldukları görülmektedir. Dolayısıyla söylenebilir ki z kuşağının birden fazla konu ile ilgilenebilmesi bu bireylerin el, göz ve kulak yetilerinin diğer dönemlere nazaran daha çok geliştiği görülmektedir (Berkup, 2014). Bu durum neticesinde bu bireylere z kuşağının yanı sıra internet kuşağı, sanal kuşak, sosyal medya kuşağı da denilmektedir. Gündelik yaşamlarını, teknolojik imkanlar dahilinde daha hızlı yaşamaları, z kuşağını gündelik pratiklerinde daha sıklıkla, daha umursamaz hale getirmekte daha asosyal hissetmesine neden olmaktadır. Kendi kuşakları haricinde diğer kuşaklarla zaman zaman kültür çatışması içerisine girdikleri ve anlaşılma problemi yaşadıkları görülmektedir. Bu kuşak bireylerinin çoğunda nomofobi, netlessfobi ve fomo gibi dijital hastalıkların belirtilmekteyken, bu gibi platformların gençlerin üzerinde etkilerinin ciddi seviyelerde olduğu söylenilebilmektedir.

Kimlik

Kimliğin tanımını sosyoloji ve felsefe olmak üzere iki alan dâhilinde tanımlanabilmektedir. Sosyoloji alanında kimlik bireylerin, toplumsal cinsiyetlerinde ve sosyal statüsünü belirlemelerinde yararlanılan bir terim iken felsefe alanında ise çevresel koşulların bireyin özüne etki ederek bireyde oluşan karakter oluşumu olarak

tanımlanmaktadır (Aşkın, 2007). Bireyin; büyüdüğü ortam, kullandığı araçlar, zamanını harcadığı ortamlar ve son dönemlerde hızla yayılan sosyal medya ortamları, kimlik oluşumunda etkili olan unsurlar olarak görülebilir. Kimlik oluşumu her ne kadar bireyin iradesi kontrolü altında gelişmeye devam ediyor olsa da yaşanan bazı durumlarda kafası karışmış bireylerin, kendilerini değerlendirmek için dış kaynaklardan öğrenme yoluna gittikleri görülmektedir (Marcia, 1980). Toplumda yoğun olarak kimlik oluşumunun başlangıcı kabul edilen ergenlik dönemi içerisinde olan z kuşağı bireylerinin kimlik arama, kendini çevresine ispat etme ve özgürlük kazanmaya çalıştığı söylenilebilmektedir. Diğer kuşaklara nazaran ebeveynleri tarafından daha korunaklı büyütülen z kuşağı, kimlik arayışı içinde bulunduğu dönemde yetişkinleri tarafından destek olunmadığında bireyde huzursuzluk ve huzur bulduğu ortamlara kaçma meyillilikleri görülmektedir (Ekşi vd., 2013). Z kuşağının bu dönemde tanıştığı sosyal medya platformları ise kaçışların temel sığınağı olabilmektedir.

Sosyal Medya ve Kimlik

Teknolojinin hızla gelişmesi beraberinde sosyal medya platformlarını da geliştirip gündelik yaşamın içine sokmuştur. Sosyal medya platformları içerik yönünden zengin oluşu ve basit arayüzleri sayesinde milyonlarca insan tarafından aktif olarak kullanılmaktadır. İçerisinde evrensel bir kullanıcı kitlesi barındırması, bu uygulamaları çok kimlikli bir yapı haline bürünmesini sağlamıştır. Bu demografik çeşitlilik içinde kimlik arayışında olan genç kullanıcılar, sosyal medyanın onlara sunduğu içeriklerden etkilenebilmekte, rol model belirleyebilmekte ve yaşamlarını, kimliklerini o şekilde ilerletmektedirler.

Sosyal paylaşım ağları hayat problemlerinde sorunlarla karşılaşan bireyler için birer mutluluk kaynağı birer kaçış rampası işlevi sağlamaktadır. Dolayısıyla bu mecralarda girişimde bulunulan her paylaşım her etkileşim kimliklerimize eklenmekte ve şekillendirmektedir (Bakıroğlu, 2013). Bireylerin birer uzuvları haline gelen sosyal medya uygulamaları bireylere, gündelik hayatlarında ifade edemedikleri kimliklerini bu ortamlarda ifade etmesine, oluşturulan takipçi kitlesine sunmasına olanak sağlamakta ve geribildirim aldıkça da daha çok kimliğini sergileme girişiminde bulunulmasına neden olmaktadır.

Sosyal medya uygulamaları zamanla somut yaşamdaki geleneksel değerleri dönüştürmektedir. Bireylerin bu tür mecralar ile genel takipçi kitlesinin yanı sıra yakın arkadaş grupları oluşturmakta ve kimliklerini seçtiği gruplarda inşa etmektedir. Diğer bir yandan bireyler bu platformlarda kişilik özelliklerine uygun sayfaları takip etmekte ve kimlik oluşumlarını devam ettirmektedirler. Gerçek hayatta içine girilen ortamın kimliğe olan etkisinin gelişen sosyal medya ortamlarında görmek mümkün olmaktadır. Bireye yeni kimlikler sunan sosyal medya ortamlarında, kimlik oluşumu içine girilen mekânların dinamiklerine göre değişmekte ve gelişmektedir (Girgin, 2018).

Instagram gerçek yaşama oranla kimlik sunumu konusunda kullanıcılarına daha özgür bir serbestlik sunmaktadır. Instagram'da kimlik sunumunun en önemli unsurlarından birisi de fotoğraf paylaşımıdır. İnternetin ve dijital fotoğraf teknolojisinin gelişmesi ile birlikte fotoğraf çekmek, gündelik hayatta sıkça uygulanır hale gelmiştir. Günümüzde kamerası olan cep telefonları ve tabletlerin artması kişinin ekranla ve görünürlükle olan ilişkisini artırarak kendi kimliğini bilindik ve popüler yapmaya çalışmaktadır (Uzundumlu, 2015).

Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı teknolojinin gelişmesi ile ortaya çıkan sosyal medya uygulamalarının bireylerin kimlik oluşumlarında ki etkilerini ölçmektir. Sosyal medya uygulamaları bireylerin gündelik yaşamlarında önemli bir yer tutmaktadır (Hazar, 2011). Dolayısıyla çalışma, z kuşağı bireylerinin Instagram kullanımı üzerinden sosyal medyanın kişiler üzerindeki kişilik ve kimlik oluşumlarıyla olan ilişkisinin ortaya konulması amaçlanmıştır.

Teknolojinin gelişmesi geleneksel medyanın bireyler üzerindeki tek yönlü iletişimini değiştirmiş bireyleri tüketim konumundan sosyal medya uygulamaları ile üretici konumuna da geçirmiştir (Tuncer, 2014). Sosyal medya uygulamalarının kolay erişilebilir olması bireylerin sosyal medya kullanımlarının önünü hızlı bir şekilde açmıştır (Dağıtmaç, 2015). Sosyal medyanın bu özellikleriyle birlikte insanlar, gündelik yaşamlarının tüm zaman dilimlerinde birçok neden için sosyal medya uygulamalarını kullanır hale gelmiştir. Nitekim sosyal medyada etkileşim haline girdikleri içerikler bireylerin ruhsal yapılarına etki etmektedir. Bireylerin kimlik oluşumları üzerinde bu denli etkilerinin görülmesi, sosyal medya ve kimlik bağlamı içerisinde araştırma yapılmasını gerekli kılmaktadır. Çalışmada sosyal medya uygulamalarından Instagram'ın, gençler üzerinde yarattığı anlamların, algılanış biçimlerinin incelenmesi amaçlanmıştır.

Teknolojinin gelişmiş olduğu günümüzde ardı ardına üretilen sosyal medya platformları, kullanıcılara gerçek sosyal hayatta bulamadıkları ihtiyaçlarını sanal âlem üzerinde sunmalarına olanak tanımaktadır (Dinç, 2010). Sosyal medya, tüm bireyler için tarafsız platformlar olmaktan çok, sosyal etkileşimin koşullarını ve geleneksel kurallarını değiştirmiştir (Dijck ve Poell, 2013). Gündelik yaşamın tam ortasında yer alan sosyal medya, geleneksel değerleri dijitalleştirmeye başlamış, aile içi ilişkileri, arkadaşlar arası ilişkileri dijital ortama taşımıştır (Tuncer, 2014). Bu çalışmayla birlikte z kuşağı bireylerinin sosyal medya kullanımlarıyla değişen gündelik pratiklerinin ve ilişkilerinin dönüşümleri değerlendirilerek sosyal medyanın yaşamlarını ne yönde etkilediği saptanmaya çalışılmıştır.

Sosyal medyanın topluma hızlı bir şekilde yayılmasının altındaki nedenler incelendiğinde sosyal medyanın; bireyler tarafından sadece iş amaçlı değil, günlük yaşamdaki bazı işleri kolaylaştırmak, boş vakitlerini

değerlendirmek için kullanıldığı; erişimde zaman ve mekan sınırının olmaması ise sosyal medya kullanım oranlarının hızlıca artmasına neden olduğu görülmektedir (Çakır, 2005; Özcan ve Buzlu, 2005; Tuncer, 2014). Dönemleri itibariyle sosyal medya kullanım oranlarında ilk sıralarda yer alan genç bireylerin veya z kuşağının, araştırmanın temel amacının yanı sıra sosyal medyada (Instagram'da) aktif kalma nedenlerinin araştırılması amaçlanmıştır.

Instagram, temel özellikleri sayesinde kullanıcılarına profil açmayı ve açılan bu profil ile kişiye ilgi alanı kapsamındaki kullanıcıları takip edebilmeyi, onlarla etkileşim kurabilmeyi yine ilgi alanı ile ilgili içerik üretebilmeyi sağlamaktadır (Kaplan ve Haenlein, 2010). Her kullanıcının kişisel kimliklerini kolaylıkla sunmaya başladığı bu platformlarda zaman zaman gerçek kimlik dışı aktiviteler gerçekleşmektedir. Araştırma çerçevesinde z kuşağı bireylerinin sosyal medyada kimlik edinimi ve sonrası paylaşımlarında gerçek dışı bilgi aktarımının ne şekilde gerçekleştiğini incelemeyi amaçlamıştır.

Teknolojik gelişmelere bağlı olarak gelişen internet ve sosyal medya kullanımları bireyler üzerinde ciddi sorunlar yaşamalarına neden olmaktadır. Sosyal medya, genç bireylerin hayatları üzerinde çeşitli etkileri olmaktadır sanal ortamlar, kişinin hayatına olumlu yönde etki göstermesinin yanı sıra bazen de olumsuz etki gösterebilmektedir (Shabir vd., 2014). Birey, gündelik yaşamında varlıklarına alıştığı yeni medya araçlarına erişimde problem yaşaması dâhilinde, birçok ruhsal problemler ile karşı karşıya kalabilmektedir. Teknolojiyle beraber oluşan Nomofobi ve Netlessfobi gibi dijital problemler, bireyin ruhsal sağlığını tehdit etmekteyken bu tehditler kişinin yaşamını kısıtlayacak şekilde tehlikeli boyutlara varabilmektedir (Yengin, 2019). Sosyal medya kullanımının yaygın olduğu z kuşağını odak noktaya alan araştırmada, bu dönem gençlerinin sosyal medya kullanımlarının gündelik yaşamlarına olan olumsuz etkilerinin de incelenmesi hedeflenmiştir.

Sosyal medya platformlarının kişinin kimlik oluşumu üzerindeki etkisinin önemli bir boyutta olduğu görülmektedir (Bakıroğlu, 2013). Doğdukları an itibariyle teknolojik ortamlar çerçevesinde büyüyen ekran kuşağı da denilen z kuşağının, sosyal medya kullanımı ile kimlik kazandığı dönemin aynı anda ilerlemesi sosyal medyanın bireylerin kimlikleri üzerindeki etkisini gözler önüne sermektedir (Dağıtmaç, 2015). Teknolojinin ivme kazandığı günümüz toplumunda kullanımı hızlı bir şekilde artan Instagram'da kullanıcıların gerek bilgisayar gerekse akıllı telefonlar üzerinden girdikleri görülmektedir (Bostancı, 2019). Bu cihazlar ile Instagram kullanımının hemen hemen paralel gittiğini söyleyecek olursak, teknolojik becerileri ile tanınan z kuşağı öğrencilerinin kimlik oluşumlarında etkili olan Instagram'a akıllı telefonlar veya bilgisayar aracılığı girdiği söylenilebilmektedir. Araştırma ekseninde kimlik oluşumlarını sosyal medya üzerinden gerçekleştiren z kuşağının, bu oluşumu hangi araçlar üzerinden oluşturduğunu incelemeyi amaçlamıştır.

Akıllı telefonların ve internet altyapısının kolay ulaşılabilir olması, gençlerin sosyal yaşamlarının büyük bir kısmını internet ve internet destekli platformlarda geçirmelerine neden olmaktadır (O'Keeffe ve Pearson, 2011). Bu platformlarda geçirilen her süre gençlerin sosyal medyadan etkilenme düzeyinin artmasına neden olmaktadır, bireyler etkileşim içine girdiği her içerikten kişisel verilerine aktarım gerçekleştirmektedir (Kietzmann vd., 2011). Dolayısıyla bu araştırmada temel amaç sosyal medya platformlarından biri olan Instagram'ın z kuşağı bireylerinin kimlik kazanma sürecindeki rolünü, bu platformun bireyler arasında algılanışını ve bireylerin arkadaşlık ilişkilerine olan etkilerinin ortaya çıkarılmasıdır.

Araştırmanın Önemi

Teknolojik gelişmelere bağlı olarak insanların, sosyal medya platformlarına kolay bir şekilde ulaşmalarından dolayı bu ortam, dijital çağımızın çok sık kullanılan bir aracı olmuştur (Bostancı, 2019). Fakat bu kadar hızlı yaygınlaşması, birçok problemi de beraberinde getirmiştir. Özellikle dijital yetkinlikleri göz önünde alındığında z kuşağı bireylerinin sosyal medya platformlarını daha çok kullanmaları onların bu ortamlardan daha fazla etkilenmelerine neden olmaktadır (Yengin, 2019). Dolayısıyla kimlik oluşumlarının başladığı bu dönemde gençlerin sosyal medya ile etkileşim dâhilinde olmaları, kimliksel edinimlerini de bu mecralar yoluyla almalarına neden olmaktadır. Çalışma nihayetinde sosyal medyanın gençler üzerindeki bu etkisinin nasıl gerçekleştiği, bireylerin bu mecralardan ne yönde etkilendikleri ortaya çıkarılmış olması itibariyle önemli görülmektedir. Ayrıca çalışma toplum nezdinde bu denli yaygın kullanılan sosyal medya uygulamalarının bireylerin kimliklerine olan etkilerinin araştırılması ve çıkan sonuçların topluma ve bilime fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

Bireylerin yaşamında büyük bir yer kaplayan sosyal medya uygulamaları, Türkiye'de özellikle genç kesimin sıklıkla girip çıktığı bir ortam haline gelmiştir. Yeni nesil bu medya ortamları kullanıcıların kültürlerine, eğitimlerine ve daha da önemlisi yaşamlarına sirayet ederek onları yönlendirmektedir (Allen vd., 2014). Sosyal medya ortamları, içinde buldukları dönem itibariyle kimlik arayışında olan z kuşağı bireylerine çeşitli kimlikler sunmakta ve zihinsel olarak etkilemektedir (O'Reilly vd., 2018). Özellikle çevresel dış baskılar eşliğinde ergenlik dönemini geçirmekte olan z kuşağı bireyleri, sosyal medyayı bir sığınak, kendilerini ifade etmede bir araç olarak görmektedir. Sosyal medya, içerisinde barındırdığı gerek kimliksel gruplar gerekse farklı profiller vasıtasıyla bu bireylere ulaşmakta ve onları etkilemektedir. Dolayısıyla çalışma, z kuşağı bireylerinin sosyal medyada hangi sayfaları, hangi kişileri takip ettiğini ve hangi tür içeriklere daha fazla ilgi duydukları araştırmış olması nedeniyle önem taşımaktadır. Bir toplumun geleceği olarak görülen gençlerin sosyal medya uygulamalarında ne tür bir hareket halinde oldukları ve bu ortamların gençlere neler sunduğunun ortaya çıkarılmasının öncelikle ebeveynlere

sonrasında ise topluma fayda sağlaması düşünülmektedir. Teknolojinin gelişmesiyle beraber bireylerin günlük yaşam pratiklerinde de değişimler gerçekleşmiştir (Çakır ve Topçu, 2005). Bireyler, mutluluklarını, sosyal ilişkilerini, eğlencelerini dahi sosyal medyaya anlık olarak taşımakta ve bu duygular dijital mekân üzerinde yaşamaktadırlar (Gezgin ve Kırık, 2018). Sosyal medya platformlarının ortaya çıkmasıyla, geleneksel değerlerin sanal değerlerle birlikte bir dönüşüm içerisine girdiği görülebilmektedir. Teknolojinin hızla yayıldığı bu dönemde insan ilişkilerinde, akrabalık kavramı da dâhil diğer birçok manevi değerde de ciddi bir değişim meydana gelmiştir. Düvenci'ye (2012) göre bireylerin, gerek aile içi gerekse arkadaş ilişkilerinin yerini zamanla sosyal medyanın alıyor olması, sanal ilişkilerin, sanal arkadaş topluluklarının ve sanal bir kültürün inşa edilmesinin önünü açmaktadır. Sosyal medya, teknik altyapısı itibarıyla bireylere ilgi alanları doğrultusunda sayfaları takip etme, yeni arkadaşlar edinme gibi fırsatlar sunmaktadır (Kahraman, 2010). Sosyal medyada iletişim bağlamında bu denli ciddi değişimler gerçekleşirken, diğer kuşaklara nazaran yaşamlarında daha sosyal olması beklenen z kuşağının bizzat dönüşümün içerisinde yer aldığı söylenilebilmektedir. İnsan doğasında önemli bir yeri olan iletişim, bu tür teknolojik araçlar vasıtasıyla başka bir boyuta ulaşmıştır. İletişimin gelenekselden dijitale doğru kayması üzerinde araştırılma yapıma gereğini doğurmuş ve ulaşılan verilerin topluma fayda sağlayacağı düşünülmektedir. Dolayısıyla araştırma, z kuşağının geleneksel (yüz yüze) iletişiminin, sanal iletişime dönüşmesini değişen arkadaşlık nezdinde fayda sağlayacağından önemli görülmektedir.

Sosyal medya platformlarının yaratılışlarına ve gelişmelerine öncülük eden akıllı telefonlar ve bilgisayarlar aynı şekilde bireylerin kimlik oluşumlarına da etki edebilmektedir. Gündelik pratiklerin çoğunu bir arada barındıran, kolay taşınabilir ve uygun maliyetli oluşu akıllı telefonların kullanımını artırırken, sosyal medya platformlarını da paralel olarak artırmaktadır. Özellikle teknolojik beceri olarak diğer kuşaklardan ayrılan z kuşağının, kimlik oluşumlarında sosyal medya platformlarına girdikleri araçta etkili olduğu söylenilebilmektedir. Araştırma neticesinde sosyal medyanın kimlik oluşumunda ki etkisinin, erişilen araçlara bağlı olup olmadığı ve bu ortamlara gençlerin daha çok hangi araç ile eriştiklerini araştırmış olması çalışmanın önemini ortaya koymaktadır.

Sosyal medya platformlarının yaşam odaklı kullanımı kullanıcının hayatına sadece yön vermekte kalmayıp olumsuz etkilerde göstermektedir (Yengin, 2019). Kullanıcılarda aşırı kullanıma bağlı olarak bağımlılık, günlük pratiklerinde aksama, kişiler arası iletişimde durağanlık, aile içi huzurun kalmaması gibi problemler görülmektedir (Hazar, 2011). Kullanım yoğunluğu itibarıyla gençlerin; depresif, yalnızlaşma, gerçekdışı profil sergileme gibi ruhsal eylemlerde buldukları ve yaşamlarında ciddi travmalar yaşadıkları söylenebilmektedir (Coynce vd., 2020). Bireyler hayal ettikleri, bürünmek istedikleri rolü bu platformlarda kolaylıkla edinebiliyorken birey, gerçekdışı kimlik aktarımında bulunarak kimlik karışıklığı sorunu ile karşı karşıya kalmaktadır. Dolayısıyla z kuşağı bireyleri olmak istedikleri kimlikleri sosyal medyadan almakta ve tekrar aynı ortamda paylaşmaktadır (O'Reilly vd., 2018). Çalışma eksenince kimlik arayışında olan z kuşağı bireylerinin sosyal medya profillerinde gerçek dışı kimlik oluşumlarının incelenmiş ve Instagram gönderilerinin kimlikleri üzerindeki etkisinin belirlenmiş olması araştırmayı önemli kılmaktadır.

Çalışma, sosyal medyanın kimlik arayışında olan z kuşağı bireylerin üzerindeki etkisini, Kullanımlar ve Doyumlar ile Benlik Sunumu kuramı bağlamında ele alması ve bu ortamları kullanmada daha dikkatli olması beklenen z kuşağı bireylerinin araştırılması çalışmanın önemini ortaya koymaktadır. Bu çalışma öncelikle sosyal medya alanında yapılacak akademik çalışmalar için hem güncel veri sağlayacak olması nedeniyle hem de sosyal medyada yer alan içeriklerin bireyler üzerindeki etkisinin ortaya koyulmuş olması nedeniyle önem taşımaktadır. Ayrıca çalışmanın, kullanımı hızla artan sosyal medya uygulamasını (Instagram) konu edinmesi ve ulaşılan sonuçların toplum ve bilime fayda sağlayacağı düşünüldüğünden önemli görülmektedir.

Araştırmanın Kuramsal Temeli

Araştırmanın konusuyla ilgili Kullanımlar ve Doyumlar ile Benlik Sunumu kuramı ilişkilidir. Kullanımlar ve Doyumlar kuramını ilk kez psikolog Elihu Katz ortaya atmıştır (Fiske, 2013). Kitle iletişim araçlarının sadece toplumun davranışlarını değiştirdiği görüşü, 1950'li yıllarda gerçekleşen araştırmalarda değişerek, bireylerin bu araçları farklı amaçlar içinde kullandığı görüşü ortaya çıkmıştır (Canöz, 2016, s. 425; Yaylağül, 2006). Psikolog Elihu Katz'ın çalışmalarına ve incelemelerine dayanan Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımı, kitle iletişim araçlarının halka ne yaptığına değil halkın bu araçlarla ne yaptığına da odaklanmaktadır (Alemdar ve Erdoğan, 2010). Bu kuram, bireylere ödülleri sunan kitle iletişim araçlarının, izleyiciler üzerinde büyük bir etki yarattığını bu nedenle bireylerin bu araçları daha fazla kullandığını ve doyumla ulaşmaya çalıştıklarını savunmaktadır (Kırhan, 2007, s. 28). Başka bir deyişle kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, bireylerin ihtiyaçlarının karşılanarak doyumla ulaştırılması gerektiğini belirtmektedir. Bireyler, kitle iletişim araçları arasında seçim yaparak doyumla ulaşmaya çalışmaktadır (Baran, 1997, s.66). Teknolojinin gelişmesi geleneksel medyanın bireyler üzerinde ki tek yönlü iletişimini değiştirmiş, sosyal medya uygulamaları ile bireyleri tüketim konumundan üretici konumuna geçirmiştir (Tuncer, 2014). Sosyal medya uygulamalarının kolay erişilebilir olması bireylerin sosyal medya kullanımlarının önünü hızlı bir şekilde açmıştır (Dağıtmaç, 2015). Sosyal medya bu özellikleriyle beraber bireylerin yaşamlarının tüm zaman dilimlerinde farklı gereksinimlerini tatmin etmek için kullandığı bir platform haline gelmiştir (Işık, 2007). Z kuşağı bireyler ise sosyal medyada gerek kimlik oluşumlarını tamamlamak gerekse kimliklerini sunmak için vakit geçirmektedir.

Katz tarafından ilk olarak 1959'da literatüre giren Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımına dayanan araştırmalar, bireylerin kendi irade ve ihtiyaçları doğrultusunda bu araçları kullandıkları sonucu üzerinde durmaktadır (Yaylagül, 2006, s.63). Kullanım ve Doyumlar teorisinin geliştirilmesindeki üç temel amaç ise şöyle sıralanmaktadır: (McQuail ve Windahl, 2005)

- 1) Bireylerin ihtiyaçlarını karşılamak için medyayı nasıl kullandıklarını açıklamak.
- 2) Bireylerin medya kullanımının altında yatan temel nedenleri keşfetmek.
- 3) Bireysel medya kullanımının olumlu ve olumsuz sonuçlarını tespit etmek.

Bu amaçlar doğrultusunda bireylerin psikolojik ihtiyaçlarından hareketle yeni iletişim araçlarıyla olan bağımlı açıklayan Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımı, bireylerin medyadan gidermeye çalıştıkları ihtiyaçlarının, kendilerinde düzensiz bir yapı yarattığını savunmaktadır (Işık, 2007, s. 34; Ünal, 2015, s.74). Bireyi odağına alan bu yaklaşım, kitle iletişim araçlarının Mutlu'nun (2005) ifade ettiği gibi modern zamanlarda sanal bir sığınak olarak görülüp görülmediğinin yanı sıra bireylerin bu araçları hangi amaçla kullandığını sorgulamaktadır. Sosyal medyanın araçlarının da bir sanal sığınak olduğunu düşünecek olursak z kuşağı bireylerinin bu araçları ergenlik dönemlerinde çevresel dayatmalardan, ruhsal problemlerinden dolayı rahatlamak için sıklıkla kullanılmaktadır. Dağıtmaç'ın da (2015) belirttiği gibi bireyler akıllı cihazlar sayesinde sosyal ortamlarının içerisinde yer alarak, içeriklerle etkileşim haline girerek günlük yaşamın zorluklarından bu ortamlar sayesinde çıkmaktadırlar. Dolayısıyla sosyal medya araçlarının, sığınma alanı olarak bireylerin dünyasında yer aldığı ve geçirilen vakitlerin z kuşak kullanıcılarının üzerinde özellikle de kimlikleri üzerinde etkili olabilmektedir.

Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımından hareketle; kimliksel problemler içerisinde olan bireylerin ihtiyaçlarının doyuma ulaşması, onları sosyal medya araçlarına sıkı sıkıya bağlayan temel neden olarak görülebilmektedir. Bu bağlamda araştırmanın odak noktasını; z kuşak bireylerinin sosyal medya kullanımının kimliklerine olan etkisinin oluşturması, araştırmayı bu kuram ile sıkı bir ilişki içerisinde tutmaktadır. Yaklaşımın "kullanım" ve "doyum" ilkeleri doğrultusunda denilebilir ki bireylerin sosyal medyadan kullanımları ile ulaştıkları doyum, ruhsal durumlarına iyi gelmekte böylelikle sosyal medya araçlarının kimlikleri üzerinde etkili olmasına neden olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda araştırmada, teorisinin "kullanım" ve "doyum" ilkesi kullanılmış olup, sosyal medyanın birey üzerindeki kimliksel etkisi incelenmiştir.

Erving Goffman tarafından Dramaturjik olarak ele alınan Benlik Sunumu yaklaşımı araştırmayla ilişkili diğer bir kuram olup, temel olarak insanların sosyal olarak inşa ettikleri benliklerini medya aracılığıyla diğer insanlara sunuş biçimlerini ve bireylerin kimliklerini etkileyen faktörleri incelemeye odaklanmaktadır (Bayad, 2016). Diğer bir deyişle Benlik Sunma Kuramı bireylerin benliklerini gerçek hayatta sunuş biçimlerini incelemektedir.

Goffman (2009), bireylere dramaturjik olarak yaklaştığı bu kuramında, bireylerin gündelik yaşamını birer tiyatro sahnesine benzetmektedir. Diğer bir deyişle Goffman'a ait olan dramaturjik teori; toplumsal yapıyı benlik, aktör, sahne, dekor gibi kavramlar dâhilinde açıklamaya çalışmaktadır ve gündelik hayatı sahnede benliklerini sergileyen bireylerden oluşan bir sistem olarak kabul etmektedir (Akgün, 2018, s. 32). Böylelikle diyebiliriz ki günümüzde sosyal medya, bireylerin benliklerini sunduğu, kimliklerini inşa ettiği bir mekân bir araç olarak kullanılmaktadır. Goffman ise bu noktada benliklerini sunan bireylerin; tiyatroya özgü performans, rol, set, vitrin ve dramaturjik canlandırma gibi kavramların tamamını dikkate aldığını ve paylaşımlarını bunlara göre gerçekleştirmeye çalıştıklarını söylemektedir (Goffman, 2009). Sonuç olarak, sosyal medya bireylerin kişisel vitrinlerini oluşturduğu, gerçek kimlik dışında rollere bürünebildiği bir ortam olarak görülmektedir.

Goffman'a göre performans ilkesi, katılımcıların diğer katılımcılardan herhangi birini etkilemeye yönelik giriştiği çaba; rol ilkesi, kişinin olduğu veya olmak istediği kimlik için role bürünme çabası; set ilkesi, kişinin benliğini sunarken nesne, aksesuar ve mekân seçimi yapması ve buna göre paylaşımda bulunması olarak tanımlanmaktadır (Bayad, 2016). Vitrin ise sosyal medyada bireyin takipçilerine vereceği mesajın nasıl ve ne şekilde olacağını belirtmek için oluştururken takipçilerine ilk izlenimi vermesi açısından bireylerin çok dikkat ettiği ve her gönderide riayet etmeye çalıştığı bir kavramdır (Gündüz vd., 2018). Benlik sunumu kuramının son ilkesi olan dramaturjik canlandırma ise katılımcının sosyal medya ortamlarında sevdiği şeyleri paylaşması, diğer katılımcıların en çok neyi görmesini istiyorsa onu paylaşma çabası olarak tanımlanabilmektedir (Goffman, 2009). Gündelik yaşamda benliğin sunumunda sosyal medyanın giderek yaygınlaşması bireyleri etkilemekte ve beraberinde birçok sosyo-ekonomik, politik veya psikolojik sonuçları getirmektedir. Bu bağlamda, sosyal medyanın çoğu zaman benlik ve kimlik üretiminde, kullanıcılar tarafından benimsenen bir temsil aracına dönüştüğü görülmektedir (Göker, 2015, s. 394). Ertürk ve Eray'a (2016) göre ise fotoğraflar, profil bilgileri ve içeriklerin paylaşılması sosyal medya araçları üzerinden kendini sunmaya yönelik aktiviteler arasında yer almakta, popülerliklerini artırmak isteyen kullanıcılar sosyal ağlar üzerinden bilgi paylaşma, stratejik kendini sunma faaliyetlerinde bulunma ve profillerini genişletme eğiliminde bulunmaktadır (s. 17-18). Dolayısıyla sosyal medya ağları bireylerin kimlik oluşumunda güçlü ve etkili bir araç olabileceği düşünülmekte, bu bağlamda da çalışma genç bireylerin sosyal medya platformu Instagram kullanımının kimliklerine olan etkisini farklı açılardan ortaya çıkarmaya çalışılmıştır.

Benlik kuramına göre birey temelinde yaratılan kimliklerin ya da giyinilmek istenilen kimliklerin, bireyleri yaşamlarında daha fazla öne çıkartmakta, daha fazla görülmesini sağlamaktadır (Kivisto ve Pittman, 2007). Akın

(2011)' a göre ise benlik kuramı bireylerin sosyalleşmek için sıradan olan kimliklerini aşarak başka bir kimliğe bürünmeleri gerektiğini savunmaktadır. Bu doğrultuda gelişen iletişim teknolojileri bireylere çeşitli kimlikler sunmakta ve onları etkilemektedir. Mevcut durumları itibariyle sosyal medya platformlarından etkilenme hassasiyetleri bulunan z kuşağı bireylerinin bu ortamların kontrolü altına girmesi, kimliksel oluşumlarında olumsuz durumların görülmesine neden olabileceği düşünülmektedir.

Benlik Sunumu Kuramı, bireylerin kimlikleri hakkında çevresinden olumlu düşünceler beklediğini ve bunun için sürekli olarak kendine yeni şeyler katma çabasında olduğunu belirtmektedir (İşman ve Serbes, 2019). Bireyler, birer uzuvları haline gelen sosyal medya platformlarını kimliklerini inşa etmekte ve yaşam hikayelerinden kesitleri bu ortamlarda paylaşarak benliklerini diğer kullanıcılara sunmaktadır. Dolayısıyla Benlik kuramına göre bu noktada bireyler sosyal medya da yer alan çevresi tarafından beğenilmek, izlenmek ve kimliğini sürekli tekrar oluşturmak istemektedirler.

Sosyal medya platformları bireylere mevcut kimliklerini diğer kullanıcılara aktarabilme ya da olmak istedikleri kimliklere bürünebilme fırsatı vermektedir. Bu bağlamda kişiler çevresindeki kişilerden farklı olarak kendini bulmak ve kendini yeniden var etmek istemektedirler. Goffmann (2009), bireylerin buldukları baskıcı ortamlardan uzaklaşarak kendini daha rahat hissettiği ortamlarda bulunmayı, kimliklerini oralarda oluşturmayı ve sunmayı tercih ettiklerini belirtmektedir. Günlük yaşamın merkez noktasında yer alan sosyal medya uygulamaları ile bireyler, hayatlarında ifade edemediği kimliklerini bu ortamlarda sunabilmekte, etkileşim içine girdiği içeriklerden kimliklerine yeni anlamlar katabilmektedirler.

Teknolojide yaşanan gelişmeler ve bireylerin gündelik yaşamlarına olan muhtemel etkileri, kimlik edinimleri ve benlik sunumlarına karşı olan algıları da oldukça değiştirmektedir. Değişen enformasyon teknolojileri birçok özelliği ile beraber, bireylere kimlik oluşumlarında ve benlik sunumlarında yeni bakış açıları kazandırmaktadır. Benlik kuramı neticesinde bireylerin mevcut diğer benliklerden etkilenebildiği, kendine yeni kimlikler kazandırma çabasında buldukları söylenilebilmektedir. Çalışmada Benlik Sunumu Kuramının "performans" ve "dramaturjik canlandırma" ilkeleri kullanılmış olup, z kuşağı bireylerinin sosyal medya kullanımlarının kişisel edinimlerine/kimliklerine olan etkilerini ve sosyal medyadaki benlik sunumlarını ortaya çıkarmaya odaklanılmıştır.

Literatür Taraması

Bu çalışma ile ilgili çeşitli araştırmalar bulunmaktadır. Bu araştırmaların ilkinin Ekşi vd. (2013), sosyal medya kullanımının kimlik üzerindeki etkisi konusunda yapmıştır. Araştırmada, ergen bireylerin kimlik oluşumlarında Facebook'un rolü incelenmektedir. Araştırma, Facebook'un ergenlerde yarattığı anlam ve ifadeleri, sosyal ilişkilerine olan etkilerini ortaya çıkarmayı hedefleyen nitel bir çalışmadır.

Araştırma sonuçlarına göre genellikle cep telefonu ile eriştikleri Facebook'u çevrimiçi kaldıkları süre zarfında öğrencilerin, çoğunlukla eğlenmek ve bilgi sahibi olmak için kullandıkları ortaya çıkmıştır. Öğrencilerin çoğu Facebook'un yalnızlıklarını gidermediğini belirtirken profillerinde yer alan bilgilerin doğru olduğunu fakat yine de diğer kullanıcılar tarafından anlaşılma kaygısı taşıdıkları görülmüştür. Facebook'ta yer alan paylaşımları nedeniyle arkadaş çevreleriyle tartışma yaşadıklarını söyleyen öğrenciler buna rağmen Facebook sayesinde arkadaşları ile daha çok iletişim kurduğunu ve haberdar olduğunu belirtmiştir. Romantik ilişkilerin Facebook ortamında kurulmadığını ve kurulan ilişkilerden de verim alınmadığı söylenilebilmektedir. Öğrenciler Facebook'ta arkadaş davetlerini genelde ortak arkadaşlara göre onayladıkları çoğu öğrencinin hiç yüz yüze görüşmediği ama bir şekilde ortak arkadaş vasıtası ya da üye olunan gruplar aracılığı ile arkadaş edindikleri de görülmüştür. Araştırmanın sonuçlarına göre, öğrencilerin Facebook'ta daha çok hayran olduğu gruplara üye olduğu ve paylaşımlarında ise eğlence ve komik içerikler bulunduğu ortaya çıkarılmaktayken son olarak öğrencilerden çok az bir kısmı ise olmak istediği mesleklerle ilgili sayfaları takip ettiği görülmüştür.

Araştırmada sosyal medya kullanımının bireylerin kimlikleri üzerine olan etkisinin incelenmiş olması iki çalışmayı birbirleriyle ilişkili kılmaktadır. Bu çalışmanın diğer çalışmadan farkı ise kimliksel etkinin Instagram üzerinden incelenmiş olması ve örnekleminin z kuşağı bireylerden oluşturulmuş olmasıdır. Bu araştırmaların ikincisini Kavut (2018), sosyal medyada kimlik inşası konusunda yapmıştır. Araştırma, üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı benlik sunumu ve kimlik inşası aracı olarak kullanmalarına odaklanmaktadır. Araştırma, sosyal medyada kimlik inşası konusunu Goffman'ın benlik sunumu kuramı ve bu kuramın en önemli kavramları bağlamında ele almıştır. Araştırma neticesinde özellikle gençlerin sosyal medyayı yeni bir kimlik inşa etmek, idealleştirdikleri benliklerini sunmak için kullandıkları sonucuna varılmıştır. Nitekim sosyal medyanın günümüzde benlik sunum aracı ve sanal kimlik inşası sürecinde kullanıldığı bilinmektedir. Instagram'ın fotoğraf paylaşımı ağırlıklı olması nedeniyle kullanıcıların performanslarını ve kişisel vitrinlerini paylaştıkları fotoğrafların ve hikayelerin oluşturduğu görülmektedir. Veriler doğrultusunda Instagram ve genel itibariyle tüm sosyal medya araçları üzerinden bireylerin performanslarını sergileyerek kendilerini diğerlerine ispatlama çabası içinde oldukları söylenebilmekte, bu araçlar sayesinde günlük yaşamda elde edilememiş başarılar, mutluluklar ve tüm diğer haz duygularının idealleştirdikleri benlikler ile yansıtıldığı sonucuna varılmaktadır. Kendini rahatça ifade etmekte zorlanan içedönük katılımcıların sosyal medyada bu içedönüklüğü terkettiğini kendini kullandığı platformlarda daha rahat hissettiği sonucuna varılmıştır. Ayrıca katılımcıların günlük yaşamda sahip olamadıkları kimlikleri ve rolleri sosyal medya

platformlarında oluşturabildikleri bu sayede kendilerini farklı kimlik ve statü ile sunabilme olanağı elde eden kullanıcıların Instagram'ı kendini tanıtmaya ve sunma aracı olarak tercih ettikleri görülmektedir.

Araştırmanın Instagram üzerinden bireylerin benlik sunumlarını ve kimlik oluşturma süreçlerini inceliyor olması iki çalışmayı bu yönden ilişki içerisinde kılmaktayken araştırmayı diğer araştırmadan farklı kılan, Instagram'ın kimliksel etkisinin yanı sıra sosyal ilişkilere olan etkisinin de incelenmiş olmasıdır.

Bu araştırmaların üçüncüsünü Taşdelen ve Özkan (2019), bireylerin sosyal medyada platformlarındaki imaj oluşumları konusunda yapmıştır. X, Y ve Z kuşaklarının Facebook ve Instagram aracılığıyla oluşturdukları imaj araştırmanın temel odak noktasıdır. Ayrıca çalışmanın diğer bir odak noktası ise oluşturulan imajın kuşaklar arası farklılık gösterip göstermediğidir.

Araştırma verilerine göre erkek katılımcıların sosyal medyada imaj oluşturma çabası kadın katılımcılardan daha fazla olduğunu böylelikle imaj oluşumunun cinsiyete göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Katılımcıların eğitim seviyeleri göz önüne alındığında ise eğitim düzeyleri düşük olan bireylerin sosyal medyada imaj oluşturmaya daha meyilli olduğunu, kendinden farklı bir kimlik sunmaya çalıştığı görülmektedir. Kuşaklar arasında sosyal medyada imaj oluşturmaya daha çekici görünmeye çalışan kuşağın z kuşağı olduğu bu doğrultuda paylaşım yaptıkları söylenilmektedir. Bunun nedeni olarak ise Z kuşağı üyelerinin, dijital araçların kullanıldığı bir çağda doğmaları, gerçek dünya ile sanal dünyayı kendi yaşantılarında bütünleştirmiş olmalarından kaynaklandığı belirtilmektedir. Ayrıca çalışma sonuçlarıncı z kuşağının sosyal medya platformları arasında en çok Instagram'ı kullandığı görülmektedir. Sosyal medyada benliklerini sunarak imaj oluşturmaya çalışan kullanıcıların aynı zamanda kimlikleri dışında bilgilere yer verdiği böylelikle kimlik bozulmaları yaşadıkları ortaya çıkmıştır.

Araştırma sosyal medyanın kuşaklar üzerindeki etkisini ve imaj oluşturma motivasyonlarını inceliyor olması bu araştırmayla ilişkili halinde olmasını sağlamaktadır. Ayrıca çalışmanın z kuşağı ile sosyal medyanın kimliksel etkisi üzerine araştırmanın amaçlarını destekleyecek sonuçları içermesi birbiriyle ilişki içerisinde tutan diğer bir durumdur. Araştırmayı diğer araştırmadan farklı kılan, Instagram'ın kimliksel etkisinin yanı sıra sosyal ilişkilere olan etkisinin de incelenmiş olması ve geleneksel iletişimin dijital dönüşümüne dönüşmediğini de ortaya çıkarmıştır. Bu araştırmaların dördüncüsünü İnce ve Yılmaz (2020), sosyal medyanın ergen bireylerin yalnızlıklarına olan etkisi konusunda yapmıştır. Ergenlik çağındaki çocukların sosyal medya kullanım alışkanlıkları ile yalnızlaşma arasında bir bağlantı olup olmadığını ortaya koymaya çalışan araştırma, nicel bir çalışma olup yalnızlaşan bireyin sosyal iletişimindeki değişimi de ortaya çıkarmayı amaçlamıştır.

Araştırma neticesinde ergenlik çağındaki çocukların tamamına yakını sosyal medyayı aktif olarak kullanmaktayken, katılımcıların düzenli olarak bu mecralarda zaman geçirdikleri görülmektedir. Katılımcıların yarısından çoğunun kendilerini günlük hayatta yalnız hissettikleri bunun sonucunda da ortalama 2 saat süren sosyal medya kullanımı gerçekleştirdikleri ortaya çıkartılmıştır. Ergen katılımcıların sosyal medya platformlarında çok sık paylaşım yapmalarının nedeni ise sosyal çevre tarafından beğenilmemesi ve fikirlerinin değerli görülmemesi gibi düşünceler oluşturduğu söylenilmektedir. Katılımcıların az bir kısmı sosyal medya kullanmasının nedeni olarak çevresindeki insanların kendileriyle vakit geçirmemesi dolayısıyla sosyal medyada vakit geçirerek enerjilerini yüksek tutmaya çalıştıklarını söylemektedir. Diğer bir varılan sonuç ise ergen bireylerin sosyal medya ile asosyalleşmelerinden çoğunun mutlu olduğunu içinde buldukları durumdan haz aldıklarını, geri kalan katılımcılar ise içinde buldukları bu durumdan mutsuz olduğunu sosyal medya kullanımlarını azaltmaya çalıştıkları belirtilmektedir.

Araştırma sosyal medya kullanımının ergenler üzerindeki yalnızlaşmalarına olan etkisini incelemesi, sosyal medyanın gençler üzerindeki olumsuz etkilerine odaklanması ve bu araştırmanın amaçlarından biri olan sosyal medyanın z kuşağının yalnızlığını azaltıp azaltmadığını konu edinmesi bu iki çalışmayı ilişkili kılmaktadır. Diğer çalışmadan farklı olarak yalnızlığa etkisinin yanında iletişime olan etkileri ve genç bireylerin kimliklerine olan etkileri incelemiştir.

Bu araştırmalardan beşincisini Gündüz vd. (2018), üniversite öğrencilerinin sosyal medyadaki benlik sunumları konusunda yapmıştır. Çalışma aktif Instagram kullanıcısı olan üniversite öğrencilerinin kullanım pratiklerini, temel olarak Erving Goffman'ın benlik sunumu çerçevesinde inceleyen nitel bir çalışmadır.

Çalışmada; bireylerin Instagram'a zaman ayırdıklarına ve paylaşım yaptıklarına, bireylerin benliklerini sunarken kimi zaman da gerçeği çarpıttıkları sonuçlarına ulaşılmıştır. Bununla birlikte, bireylerin başka profilleri gözlemlediği ve hesabı gizli olan profilleri de sahte hesaplarla stalkladıkları sonucuna varılmıştır. Ayrıca benliklerini sunarlarken ortaya koydukları performans için, fotoğraf uygulamaları, filtre kullanımı, paylaşım yapılacak saat gibi kıstasları dikkate alarak daha fazla dikkat çekme çabası verdikleri anlaşılmıştır. Bireylerin günlük yaşamda yaşadıkları olumsuz duyguları sosyal medya platformlarında paylaşmaktan kaçındıkları daha çok mutlu ve olumlu gördükleri şeyleri paylaşmaya çalıştıkları görülmüştür. Bireyler bir bakıma akıllı telefonları, tabletleri, bilgisayarları birer sosyalleşme aracı ve sosyal medya profillerini de günlük yaşamlarının yanında bir sanal kimlik kartı gibi kullanmaktadır. Bireyler bu profiller sayesinde duygusal ihtiyaçlarında doyum sağlayabilmekte kimliklerini şekillendirmek veya mevcut profillerini diğer kişilere sunmakta sosyal sanal çevresi tarafından gerek beğeni gerekse takipçi kazanarak kendi varoluşunu yeniden inşa ettikleri görülmektedir.

Araştırma sosyal medyanın kişiler üzerindeki benlik etkilerini ve kişilerin sosyal medyayı benlik sunmada bir araç olarak görmesini konu edinmesi bu iki araştırmayı birbiriyle ilişki içerisinde tutmaktadır. Araştırmayı diğer

araştırmadan farklı kılan, kişilerin sosyal medyada benlik sunmasının yanı sıra kimliklerine olan etkisi ve sosyal ilişkilere olan etkisinin de incelenmiş olmasıdır.

Bu araştırmaların altıncısını Sütüoğlu (2015), sosyal paylaşım ağlarının gençler üzerindeki sosyalleşmelerine ve kimliklerine olan etkisi konusunda yapmıştır. Araştırma gençlerin Facebook üzerindeki sosyalleşme ve kimlik inşası süreçlerinin hangi kullanım pratiklerine dayandığını ortaya konulmaya çalışıldığı nicel bir çalışmadır. Araştırma neticesinde gençlerin Facebook'u arkadaşlarıyla bağlantıda olmak, gündemdeki gelişmeleri, paylaşımlarına gelen etkileşimleri takip etmek için kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Gençlerin Facebook'ta fotoğraf paylaşırken, paylaşımlarını en iyi ve en güzel olacak şekilde ayarlamaya çalıştıkları, zaman zaman paylaşımlarını, duygularını diğer insanlara aktarmak için kullandıkları, özellikle gençlerde takipçi sayısının sosyallığe ve popülerliğe doğrudan katkı sağladığı düşünce içerisinde olmaları sosyal medyanın bir kimlik göstergesi aracı olarak görüldüğünü ortaya çıkarmaktadır. Bireylerin Facebook'ta çevrimiçi kaldıkları süre boyunca film sayfalarında, Tv programlarında, kitap ve oyun sayfalarında vakit geçirdikleri söylenilmektedir. Facebook'ta ki sosyal kitle yapısını daha çok arkadaşlarından oluşturduklarını, akrabaları ile bu ortamlar üzerinden daha az etkileşim kurdukları görülmektedir. Sosyal medyada gerçekleşen paylaşımların diğer kullanıcılar tarafından olumlu geri bildirim alınması bireylerin kendilerini iyi hissetmelerine, olumsuz geri bildirim olması halinde ise depresif hallere girmelerine sebebiyet verdikleri söylenilmektedir. Bireylerin büyük bir kısmının profillerinde kendi fotoğraflarına yer verdiği ve kendisinin etiketlendiği fotoğraflardan kötü çıktıkları için rahatsız oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırma genç bireylerin sosyal medya platformlarındaki benlik sunumlarına ve kimlik oluşturmalarını incelemesi iki araştırmanın sıkı bir ilişki içerisinde olduğunu göstermektedir. Çalışma diğer çalışmadan farklı olarak Instagram üzerinden yürütülmüş olup sosyal medyanın bireylerin yalnızlığını giderip gidermediğini, sosyal medya kullanımının yakın ilişkilerine olan etkilerini ve geleneksel kurulan iletişimin dijital kayıp kaymadığını incelemiştir.

Bu araştırmaların yedincisini Bakıroğlu (2013), sosyal paylaşım ağlarının sosyalleşme ve kimlik kavramları üzerindeki etkisi konusunda yapmıştır. Araştırma sosyal ağların sosyalleşmeye etkisini ve kimlik inşa sürecinin eleştirel bir bakış açısıyla tartışıldığı bir çalışmadır.

Çalışma doğrultusunda bireylerin sosyal medya üzerinden paylaştığı fotoğraflar, paylaşımlar, arkadaşlar gibi her bir unsur kimliğin birer parçası birer sunumdur. Sosyal paylaşım ağlarında paylaşılan her iletinin, her fotoğrafın, her konum bildiriminin vb. kimliklerimize eklenmekte olduğu aynı şekilde bireylerinde kendi yaşam tarzlarını bu ortamlarda sundukları söylenilmektedir. Bireyler diğer kullanıcılara sundukları kimliklerini, toplumsal değerlerin onayladığı kurallara göre paylaşmaya çalıştıkları, istenilen kimlik oluşturulmaya çalışıldığında ise o değerlere uymayan paylaşımlardan kaçmakta, davranışını gizlemektedirler. Bireyin gündelik yaşamında sosyalleşmesine engel oluşturabilecek kişisel özelliklerin (utanma, çekinme) sosyal medya ortamlarında ortadan kalktığı, daha rahat hissettikleri için benliğini daha çok sunma eğilimi gösterdikleri görülmektedir. Sosyal paylaşım ağları bireyin kendi kimlik grubuna uygun sayfalar takip etmesine ve kendine yakın hissettiği bireyler ile etkileşim kurabileceği ortam yaratmasını sağlayan bir mecra olduğu söylenilmektedir.

Çalışma, sosyal medyanın bireyler üzerinde yarattığı olumsuz etkilerden biri olan asosyalleşme ve sanal kimlik edinimi üzerine odaklanması bu araştırmanın amaçları ile paralellik göstermektedir. Araştırma diğer araştırmadan farklı olarak sosyal medya kullanımının yakın ilişkiler üzerindeki etkisini ve bireylerin benlik sunumları üzerindeki etkisini ortaya çıkarmıştır.

Bu araştırmaların sekizincisini Özdemir ve Yıldırım (2019), dijitalleşen iletişim ortamlarında gerçekleşen kimlik ve benlik sunumu konusunda yapmıştır. Araştırma gençlerin sosyal medyadaki paylaşımlarından yola çıkarak kimlik ve benliklerini hangi boyutta sundukları incelenmektedir. Ayrıca öğrencilerin sosyal medyaya bakış açılarının yanı sıra çalışmada gerçek kimlik, sanal kimlik ilişkisi de ele alınmaktadır.

Araştırma neticesinde bireylerin büyük bir kısmının sosyal medya platformlarından en çok Instagram'ı kullandığı görülmekteyken bu ortamlarda daha çok fotoğraf paylaştıklarını belirtmişlerdir. Bireylerin sosyal medya üzerinde yansıttıkları kimliklerin, gerçek kimliklerini temsil etmediği sosyal medyada var olan diğer kimliklerden de etkilendikleri ve bu etkilenmenin ise günlük yaşamdaki davranışlarına etki ettiği sonucuna varılmıştır. Bunun sonucunda kimliğiyle birlikte davranışlarında değişim gerçekleşen bireylerin, sosyal medya üzerinde kendisine yakın bulduğu aynı fikir, aynı giyim ile aynı davranışı sergilemekte olan bireylerle etkileşim içine girip kimliklerini pekiştirdiği görülmektedir. Bireylerin yaşam alanlarındaki ideal benlik sunumlarının ise gerçeklikten uzaklaştığı böylelikle sosyal medya üzerinde bireylerin sanal, yani gerçek olmayan yaşamları ortaya çıkmaktadır. Bireylerin sosyal medyada yakından tanık olduğu yaşantılara sahip olmak istediği buna bağlı olarak ise içeriklerden olumsuz etkilenerek günlük yaşamından keyif alamama, beğenmeme, isteklerinin artması, istenilen yaşama erişememe, kimlik karmaşası gibi durumlarla karşılaştığı sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırma sosyal medyada genç bireylerin benlik sunumlarına ve var olan kimliklerine gösterdiği etkiyi araştırması bu iki çalışmanın sıkı bir ilişki içerisinde olmasını sağlamaktadır. Araştırma diğer araştırmadan farklı olarak bu etkileri Instagram üzerinden incelemiş ve bireylerin sosyal medya kullanımlarının yalnızlaşmalarına olan etkilerini sorgulamıştır.

Bu araştırmaların dokuzuncusunu Iřman vd. (2016), sosyalleşmenin dijitale dđnüşmesi ve dijital benlik sunumu kavramı konusunda yapmıştır. Araştırma, sosyalleşme kavramının dijital ortamlarca uğradığı değişimi ve bireylerin bu ortamlar aracılığı ile yarattıkları dijital benlikleri sunumlarını inceleyen ve tartışmaya ačan nitel bir çalışmadır.

Araştırma neticesinde sosyal medya kullanımına başlayan bireylerin o andan itibaren kimlik süreçlerini başlattığını, diğer kullanıcılar tarafından nasıl görüldüğüne dair yoğun bir çaba içerisinde girdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medya platformlarında kitlesi tarafından daima izlendiğinin farkında olan birey, paylaşmalarını ona göre düzenlemekte ve vermek istediği mesaj doğrultusunda içeriklerini oluşturmaktadır. Bu amaçla sanal kitlesi tarafından onaylanmayı, kabul görmeyi ve beğenilmeyi arzuladığı görülmektedir. Bireyin kimlik oluşumunun, platformdan platforma değiştiği, hedef kitlesine göre yeniden biçimlendiği sonucuna ulaşılmıştır. Bireyler sosyal medya profillerinde çoğunlukla kişisel bilgilerine, hayat tarzına, kişiliğine dair paylaşımlarda buldukları, biyografi kısımlarında kendilerine ait gerçek bilgileri buldurmaya özen gösterdikleri, işini, konumu ve hobisini içeren bilgiler yazdıkları görülmektedir. Bireyler sosyal medyayı gerçek dünyada yapamadıklarını, ifade edemediklerini, açığa vurmaktan çekindiklerini sanal ortam olanakları içerisinde rahatlıkla paylaşabildiği, hiçbir engel olmadan düşüncelerini paylaşabildiği bir araç olarak görmekteledir. Araştırma, bireylerin sosyal medya algılayışlarını, kimlikleri üzerindeki etkilerini ve benlik sunumunun dijitalleşmesini incelemesi bu iki çalışmayı ilişkili kılmaktadır. Ayrıca bireylerin sosyal medya kullanımının ne yönde gerçekteleğini, bu ortamlarda paylaştıkları bilgilerin doğru olup olmadığını araştırması, çalışmayı ilişkili kılan diğer bir unsur olmaktadır. Araştırma diğer araştırmadan farklı olarak değişen sosyal medya ile değişen iletişim alışkanlıklarını, Instagram kullanımına bağlı olarak yalnızlaşma duygusunun durumunu ve sosyal medyanın yakın ilişkilere olan olumsuz etkilerini incelemiştir.

Araştırmaların sonucusunu Cesur ve Dil (2018), üniversite öğrencilerinin sosyal medyadaki benlik sunumları konusunda yapmıştır. Araştırma bireylerin sosyal medyada benliklerini nasıl kurguladıkları ve sundukları, gündelik yaşam pratiklerinin ve benlik sunumlarının nasıl yansıdığını inceleyen nicel bir çalışmadır. Ayrıca araştırma, bireylerin manevi ve maddi durumlarının sosyal medyadaki benlik sunumları üzerinde gösterdiği etkiyi araştırmaktadır.

Araştırma sonuçları doğrultusunda özgüveni yüksek bireylerin sosyal medyada daha çok kendisine ait doğru bilgileri paylaştığı, özgüveni düşük bireylerin ise olmak istedikleri kimlik üzerinden paylaşmalarını gerçekteleğikleri görülmektedir. Öte yandan kadın katılımcıların erkek katılımcılardan olduğundan farklı profil sunma eğiliminin daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların yarısına yakın bir kısmının sosyal medya platformlarından Instagram'ı kullandığını, kullanma amaçlarını ise zaman geçirmek ve kendi benliklerini oraya aktarmak olarak belirtmişlerdir. Bireylerin düzenli olarak sosyal medyada kendi fotoğraflarını ve güncel durum bilgilerini yazarak paylaşımda buldukları ve sosyal medyayı benlik sunumunda önemli bir araç olarak kullandıkları söylenilebilmektedir. Bireylerin, sosyal medyaki kitlesine aktif olduğunu ve onlardan onay almak için sürekli olarak paylaşım yaptıklarını, orada görünür olmaya çalıştıkları sonucuna ulaşılmıştır. Buna bağlı olarak benlik sunumlarının çevresel faktörlere göre değişkenlik gösterdiği, durumu daha iyi olan bireylerin durumu daha kötü olan bireylere göre paylaşımlarının daha gerçekteleği daha doğrusal olduğu anlaşılmaktadır.

Araştırma genç bireylerin sosyal medya platformlarındaki benlik sunumlarına ve kimlik oluşturmalarını incelemesi iki araştırmanın sıkı bir ilişki içerisinde olduğunu göstermektedir. Çalışma diğer çalışmadan farklı olarak Instagram üzerinden yürütülmüş olup sosyal medyanın bireylerin yalnızlığını giderip gidermediğini, sosyal medya kullanımının yakın ilişkilerine olan etkilerini ve geleneksel kurulan iletişimin dijital kayıp kaymadığını incelemiştir. Literatür taraması yapılan bu araştırma ile ilişki 10 çalışma incelenmiştir. Bu incelemeler doğrultusunda sosyal medya uygulamalarının günümüz bilişim çağında bireylerin günlük yaşamlarının hemen hemen her alanına sirayet ettiği söylenilebilmektedir. Teknolojiye paralel olarak gelişen ve her geçen zaman içerisinde de gelişmeye devam eden sosyal medya ortamları, bireylerin kimliklerini inşa ettiği, benliklerini sunduğu bir araç olarak kullanılmaktadır. Bireylerin içeriklerini sosyal medyadaki kitlesine yönelik oluşturduğunu, paylaşımlarında verilmek istenilen mesajları ayrıntılı bir şekilde düşündükten sonra paylaşmalarını gerçekteleğikleri görülmektedir. Bireylerin sanal ortamlara akraba ilişkilerini taşımadıklarını, kitlenin yapısını daha çok var olan arkadaşlarından veya yeni arkadaşlar edinerek oluşurmaya çalıştıkları söylenilmektedir.

Sosyal medya ortamlarında yer alan içeriklerin bireyler üzerindeki etkisinin büyük olmasıyla birlikte kişinin davranışlarına sirayet etmekte, gündelik yaşamlarına ona göre sürdürmeye çalışmaktadırlar. Bu içerikler çoğu zaman bireyin olumsuz duygular yaşamasına neden olmaktadır kişi, ruhsal bozulmalara, yalnızlaşmaya, kimliksel değişimlere ve hayalperest tavırlar yaşamasına sebebiyet vermektedir.

Bu araştırma, sosyal medya kullanımının Z kuşağı bireylerinin kimliklerine olan etkisi incelenmiş olmasından dolayı diğer çalışmalarla ilişki içerisinde dir. Araştırmada, kimlik etkilerini Instagram platformu üzerinden gerçekteleğirmiş olması, Instagram kullanımının bireyin yakın ilişkilerine olan etkilerini ve Koronavirüs süreci ile birlikte iletişimin sosyal medya üzerinden gerçekteleğme düzeyinin de incelenmiş olması araştırmayı diğer çalışmalardan farklı kılmaktadır.

YÖNTEM

Bu araştırmada yöntem olarak nitel yöntem kullanılmıştır. Nitel yöntem, sayısal ifadelerden çok yorumlara dayanan, sıklıkla ifadelerden oluşan bir paradigmadır (Robson, 2017). Nitel araştırmalar doğası gereği araştırmanın konusuna uygun ortamlarda gerçekleştirilmekle beraber araştırma konusunu ilgilendiren tüm öğelerle birlikte anlaşılmaya çalışılır (Şimşek, 2012, s. 88). Erişti (2013) ise nitel araştırmayı, bireylerin kendi toplumsal dünyalarını nasıl oluştırmakta olduğunu anlamak ve içinde yaşadıkları toplumsal dünyayı nasıl algıladıklarını yorumlamaya çalışan bir yöntem olarak tanımlamaktadır (s. 9). Nitel araştırma yöntemi kullanılan çalışmaların aynı sonuçlar vermesi zordur bu nedenle, kullanıcıların kimliklerini etkileyen sosyal medya kullanımları üzerine yapılan araştırma, içerdiği bulgular açısından diğer çalışmalardan farklılık göstermektedir. Dolayısıyla araştırma sorusu sorgulayıcı ve derinlemesine analiz yapılmasını gerektiren bir problemi ifade ettiğinden, nitel yöntem bu amaç için daha uygundur.

Problem cümlesi

Z kuşağı bireylerin sosyal medya kullanımlarının kimliklerine olan etkisi nedir?

Alt problemler

Instagram kullanımının bireyin, arkadaşlarıyla olan ilişkilerine olumlu / olumsuz etkileri nelerdir?

Bireyin ilgi alanları ile Instagram kullanım amaçları / paylaşımları arasında nasıl bir ilişki vardır?

Instagram kullanımının bireyin, aile içi ilişkilerine etkileri nelerdir?

Bireyin gerçek hayatta ve Instagram’da sunduğu kimlik farklılık göstermekte midir?

Instagram kullanımı ile bireyin yalnızlığı arasında nasıl bir ilişki vardır?

Instagram’ın bireylerde kimliklerinde uyandırdığı anlamlar nasıldır?

Araştırma modeli

Bu çalışmada nitel araştırma modeli kullanılmıştır. Araştırmada, dünyanın realitesinden hareketle sosyal gerçeklerden biri olan Instagram kullanımının z kuşağı bireylerin kimlik gelişimindeki rolünün incelenmesi amaçlanmıştır. Bu nedenle nitel araştırma desenlerinden araştırmanın doğasına uygun olan olgubilim deseni kullanılmıştır. Olgubilim deseni, gözler önünde olan ancak derinlemesine ve ayrıntılı bir bilgiye sahip olmadığımız olgulara odaklanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2005). Bu bağlamda araştırmada nitel veriler, mülakat formu verilerine dayalı olarak ses kayıt cihazı ile elde edilmiştir. Bireylerin hedefleri, tutkuları, endişeleri, korkuları, karşılaştığı sosyal/psikolojik olaylar ve bunlar karşısındaki tutumu; tepkileri ve bunların yaşamlarına etkileri mülakat tekniği kullanılarak araştırılmıştır (Balcı, 2005).

Evren

Bu araştırmanın evreni, Gemlik Gençlik ve Spor Bakanlığı Gençlik Merkezine üye bireyleri kapsamaktadır.

Örneklem

Araştırma örnekleme, Gemlik GSB Gençlik Merkezine üye olan 10 z kuşağı bireyden oluşmaktadır. Araştırmacı, tüm vakaları inceleyebilme koşullarına sahip olmadığından, vaka sayısını azaltmak için örnekleme tekniği uygulamaktadır.

Çalışmada, olasılığa dayalı olmayan amaçlı örnekleme çeşidinden “ölçüt örnekleme” yöntemi kullanılmıştır. Bu örneklemenin temeli, araştırmanın amaçları doğrultusunda evrenin temsili bir örneği yerine, amaçlı olarak bir ya da birkaç alt kesimini örnek olarak almaktır (Yurdakul, 2013, s. 84). Başka bir deyişle araştırmanın problemine uygun grubun seçildiği örnekleme türüdür.

Veri toplama araçları

Araştırmada, araştırmacı tarafından hazırlanan kişisel bilgi formunun yanı sıra, Ergenlerin Kimlik Oluşumunun Facebook Üzerinden İncelenmesi: Nitel Araştırma Örneği isimli çalışmada kullanılan, açık uçlu sorulardan oluşan veri toplama aracı izin alınarak kullanılmıştır (Ekşi vd., 2013). Mülakat formu, araştırmacılar tarafından hazırlanmış ve üç öğretim üyesi tarafından kapsam geçerliliği gözden geçirilmiş sorulardan oluşmaktadır.

Veri toplama süreci, araştırmacı tarafından katılımcılar ile yüz yüze mülakat gerçekleştirilmiş olup, veriler ses kayıt cihazı ile kaydedilmiştir. Araştırmada katılımcıların gerçek duygu ve düşünceleri ile cevap verilmeleri istenmiştir.

Veri analizi

Veri analizi yöntemi olarak toplanan verilerin analizinde söylem analizi kullanılmıştır. Ses kayıt cihazı ile kaydedilen veriler söylem analizi sonunda kelimesi kelimesine yazıya dökülmüştür.

Varsayımlar

Bireyin sosyal medyada meşguliyet durumu arttıkça, kimliklerine olan etkileri o denli artmaktadır. Bireylerin sosyal medya kullanımı arttıkça, kişinin sosyal ilişkilerinde yaşadığı problemler o kadar artmaktadır. Bireyin sosyal medyaya bağımlılık durumu arttıkça, sosyal hayatta yalnızlaşmaktadır.

Sınırlıklar

Bu araştırma 1 Eylül – 31 Aralık 2020 tarihleri arası ile sınırlıdır. Araştırma, aktif Instagram kullanıcı olan Gemlik GSB üyeleri ile sınırlandırılmıştır. Bu araştırma 10 kişi ile sınırlandırılmıştır.

Tanımlar

Sosyal medya: Kullanıcıların içerik oluşturmasına ve bu içerikleri diğer kullanıcılara sunmalarını sağlayan internet tabanlı uygulamalardır.

Instagram: Kullanıcılarına, yaşamlarının her anını belgeleyip takipçileriyle paylaşma ve paylaşılan içerikleri görme imkanı sağlayan en popüler sosyal medya uygulamasıdır.

Z kuşağı: Doğumlarından itibaren teknoloji ile iç içe olan, 2000 ve 2012 yılları arası doğumlu teknolojik yetkinlikleri ile ön plana çıkan bireylerdir.

Kimlik: Toplumsal bir varlık olarak insana özgü olan belirtiler, nitelikler ve özelliklerle, bir kimsenin belirli bir kimse olmasını sağlayan koşulların, onun kişiliğine ilişkin özelliklerin tümüdür.

BULGULAR VE YORUM

Veri toplama araçları ile toplanan veriler alt problemlere göre yorumlanmış ve değerlendirilmiştir.

1. Alt problem

Bireyin, Instagram kullanımının arkadaşlarıyla olan ilişkilerine olumlu/olumsuz etkileri nelerdir?

Soru 1: Daha önceden arkadaşınız olmayıp Instagram üzerinden arkadaşlık kurduğunuz kişiler var mı? Bu kişilerle gerçek hayatta görüşür müsünüz?

K1	Var, görüşürüm.
K2	Hayır, yok.
K3	Aynı hobilere sahip birkaç kişi var. Ama mesafeli konuşuyoruz.
K4	Hayır, yok.
K5	Hayır, yok.
K6	Sanal arkadaşlıklar kurmayı doğru bulmuyorum.
K7	Hayır, yok.
K8	Hayır, yok.
K9	Hayır, yok.
K10	Evet, oldu. Görüşüyorum.

Katılımcılara, “Daha önceden arkadaşınız olmayıp Instagram üzerinden arkadaşlık kurduğunuz kişiler var mı? Bu kişilerle gerçek hayatta görüşür müsünüz?” sorusu sorulduğunda, katılımcıların yarısından fazlasının Instagram üzerinden arkadaşlık kurmadıklarını, bu platformlarda kurulan arkadaşlıkları samimi ve güvenilir bulmadıklarını belirtmişlerdir. Öte yandan katılımcıların az bir kısmının ise Instagram üzerinden arkadaşlık kurduklarını ve gerçek hayatta görüştükları görülmektedir.

Soru 2: Instagram’ın arkadaş ilişkilerinize ne şekilde olumlu etkileri olmuş olabilir?

K1	Yeni arkadaşlıklar ve yeni fikirler edinirim.
K2	Hiçbir olumlu etkisi yok.
K3	Hayır, olumlu bir etkisi yok.
K4	Hayır, olumlu bir etkisi yok.
K5	Hayır, olumlu bir etkisi yok.
K6	Instagram’ın arkadaşlık ilişkilerime olumlu bir etkisi yok.
K7	Hayır, hiçbir olumlu etkisi yok.
K8	Olumlu bir etkisini göremedim.
K9	Instagram, buluşmadığım arkadaşlarımla iletişim kurma fırsatı veriyor.
K10	Farklı şehirlerden daha çok arkadaş edinebiliyorum.

Katılımcılara “Instagram’ın arkadaş ilişkilerinize ne şekilde olumlu etkileri olmuş olabilir?” sorusu sorulduğunda, katılımcıların çoğunluğuna göre Instagram’ın arkadaşlık ilişkilerinde olumlu bir etkisinin olmadığını belirtmektedir. Katılımcıların az bir kısmının ise Instagram’ın, yeni arkadaş edinme, farklı şehirlerden yeni insanları tanıma ve Covid-19 süreci dolayısıyla görüşülemeyen arkadaşlarla iletişim kurma noktasında olumlu etkilerinin olduğu söylenilmektedir.

Soru 3: Instagram’ın arkadaş ilişkilerinize ne şekilde olumsuz etkileri olmuş olabilir?

K1	Samimi ilişkiler kurulmayabilir.
K2	Beni tanımayan insanlar, sürekli rahatsız ediyor.
K3	Instagram’da kurulan arkadaşlıklar ile kandırılabilir ve dolandırılabiliriz.
K4	Hayır, olumsuz bir etkisi yok.
K5	Instagram, samimi ve güvenilir olmayan arkadaşlıklar kurulmasına neden olabilir.
K6	Eski bir arkadaşımın benimle ilgili konuştuğu konuşmalar ifşa oldu ve arkadaşlığımızı sonlandırdık.
K7	Instagram’ın arkadaşlık ilişkilerime olumsuz bir etkisi yok.
K8	Instagram’ın arkadaşlık ilişkilerime olumsuz bir etkisi yok.
K9	Arkadaşım, birlikte fotoğrafımı paylaşmıyor diye kızıyorum.
K10	Arkadaşımınla Instagram yüzünden küçük çaplı tartışmalar yaşayabiliyoruz.

Katılımcılara “Instagram’ın arkadaş ilişkilerinize ne şekilde olumsuz etkileri olmuş olabilir?” sorusu sorulduğunda, katılımcıların Instagram’ın arkadaşlar arası kıskançlıkları doğurduğunu, bu platformlar üzerinden kandırılacaklarını, dolandırılacaklarını ve bunların sonucunda arkadaşlık değerlerinin zarar gördüğü söylenilmektedir. Ayrıca Instagram’da kurulan arkadaşlıkların katılımcıların kimliğinde, samimi ve güvenilir olmayan anlamlar yarattığı görülmektedir.

Soru 4: Instagram üzerinden tanıştığınız biriyle hiç duygusal ilişki yaşadınız mı? Varsa bu ilişki Instagram üzerinden devam edebiliyor mu?

K1	Evet, yaşadım. Instagram üzerinden devam edebiliyor.
K2	Hayır, duygusal bir ilişki yaşamadım.
K3	Hayır, Instagram'da duygusal bir ilişki yaşamadım.
K4	Instagram, duygusal bir ilişkinin yaşanacağı bir ortam değil.
K5	Hayır, Instagram üzerinden biri ile duygusal bir ilişki yaşamadım.
K6	Hayır, duygusal bir ilişki yaşamadım.
K7	Hayır, Instagram üzerinden, duygusal bir ilişki yaşamadım.
K8	Hayır, öyle bir ilişkim yok.
K9	İlişkimi Instagram üzerinden yaşamak bana normal gelmiyor.
K10	Evet, Instagram üzerinden bir ilişki yaşadım ama Instagram üzerinden ilişki devam etmiyor.

Katılımcılara, "Instagram üzerinden tanıştığınız biriyle hiç duygusal ilişki yaşadınız mı? Varsa bu ilişki Instagram üzerinden devam edebiliyor mu?" sorusu sorulduğunda, katılımcıların çoğunluğuna yakınının Instagram üzerinden duygusal bir ilişki yaşamadığını böylelikle Instagram'ın duygusal ilişkilerin yaşandığı bir ortam olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcılardan az bir kısmının ise Instagram aracılığıyla duygusal ilişki yaşadığını ve ilişkilerine gerek sosyal medya üzerinden gerekse yüz yüze devam ettirdikleri görülmektedir.

2. Alt Problem

Bireyin Instagram'ı kullanım amacı ile benlik sunumları arasında nasıl bir ilişki vardır?

Soru 5: Instagram'ı kullanma amaçlarınız nelerdir?

K1	Instagram'ı, kullanma amacım bilgi sahibi olmak ve eğlenmektir.
K2	Instagram'ı, daha çok can sıkıntısını gidermek için kullanırım.
K3	Instagram'ı, eğlenmek ve haberleşmek için kullanırım.
K4	Instagram'ı, bana faydası olacağını düşündüğüm kişileri takip etmek amacıyla kullanıyorum.
K5	Bilgi sahibi olmak ve arkadaşlarımla haberleşmek için kullanıyorum.
K6	Instagram'ı, hobilerimi diğer kullanıcılara aktarmak için kullanırım.
K7	Instagram'ı, eğlenmek için kullanırım.
K8	Instagram'ı, kullanma amacım bilgi sahibi olmak.
K9	Instagram'ı, kullanma amacım arkadaşlarımla neler yaptığını takip etmek.
K10	Instagram'ı yeni yerler keşfetmek ve eğlenmek için kullanıyorum.

Soru 6 Instagram'da ki profilinizde neler var? Profilinizden bahseder misiniz?

K1	Instagram hesabımda daha çok okuduğum kitapları, sevdiğim sözleri paylaşıyorum.
K2	Kendi fotoğraflarımı paylaşıyorum, çok nadir kahve fotoğrafı paylaşıyorum.
K3	Kendi fotoğraflarımı, çektiğim doğa fotoğraflarını paylaşıyorum.
K4	Instagram'da kullanıcılara fayda sağlamak amacıyla içerikler üretir ve paylaşıyorum.
K5	Instagram'da yer alan hedef kitleme daha çok gerçekleştirdiğim başarıları paylaşır ve onlardan onay almaya çalışırım.
K6	Blog gibi kullandığım Instagram'da okuduğum kitapları, yazdığım yazıları ve yaptığım yemekleri paylaşıyorum.
K7	Instagram'da doğa fotoğrafları paylaşıyorum.
K8	Instagram'da paylaşım yapmaktan ziyade derslerimle alakalı içerikleri takip ederim.
K9	Instagram'da daha çok gezdiğim yerleri, çektiğim fotoğrafları paylaşıyorum.
K10	Instagram'da gezdiğim yerleri, şehir önerilerini ve yediğim-içtiğim şeyleri paylaşıyorum.

Katılımcılara, “Instagram’ı kullanma amaçlarınız nelerdir? Instagram’da ki profilinizde neler var? Profilinizden bahseder misiniz?” soruları sorulduğunda, Instagram’ı daha çok eğitim amaçlı kullanan katılımcıların, benliklerini Instagram’da yine eğitim odaklı, diğer kullanıcılara fayda sağlamak amacıyla sundukları ve başarılarını paylaştıkları sonucuna ulaşılmıştır. Instagram’ı daha çok yeni yerler keşfetmek ve eğlenmek amacıyla kullanan katılımcıların ise benliklerini, gezdikleri yerleri, yaptığı faaliyetleri ve bu ortamlarda kendilerine ait kareleri paylaşarak sunduğu görülmektedir.

3. Alt Problem

Bireyin Instagram kullanımının, aile içi ilişkiye etkileri nelerdir?

Soru 7: Instagram kullanımınıza aileniz nasıl yaklaşıyor?

K1	Ailem, Instagram kullanımına olumlu yaklaşıyor. Hatta kullanımına ortak oluyorlar.
K2	Instagram kullanımım aileme bir problem oluşturmuyor.
K3	Instagram’ ailecek kullandığımız için kullanımım bir problem yaratmıyor.
K4	Ailem, Instagram kullanımına karışmıyor.
K5	Instagram kullanımım ailemde bir problem yaratmıyor.
K6	Ailemin bana güveni olduğu için Instagram kullanımında sorun yaşamıyoruz.
K7	Ailem, Instagram kullanımına karışmıyor.
K8	Instagram kullanımına ailem olumsuz yaklaşıyor.
K9	Instagram kullanımım ailemde bir problem yaratmıyor.
K10	Ailem, Instagram kullanımına karışmıyor.

Katılımcılara, “Instagram kullanımınıza aileniz nasıl yaklaşıyor?” sorusu sorulduğunda katılımcılardan bir kişi hariç hepsinin, Instagram kullanımlarına, ailelerinin olumsuz yaklaşmadığı bunun yanında Instagram’ı birlikte kullandıkları zamanlarında olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Soru 8: Instagram’da ailenizle paylaşamayıp, arkadaşlarınızla paylaştığınız sorunlarınız oluyor mu?

K1	Evet.
K2	Hayır.
K3	Evet.
K4	Hayır.
K5	Evet.
K6	Hayır, Instagram’ı sorunların paylaşılabilceği bir ortam olarak görmüyorum.
K7	Hayır.
K8	Evet.
K9	Hayır.
K10	Hayır, olmuyor.

Katılımcılara, “Instagram’da ailenizle paylaşamayıp, arkadaşlarınızla paylaştığınız sorunlarınız oluyor mu?” sorusu sorulduğunda, katılımcıların yarısına yakını Instagram’ı sorunlarını paylaşmada bir araç olarak görmekteyken diğer yarısı sorunlarını aile içinde çözmeye çalıştığını, sorunları sosyal medyaya taşımının tehlikeli sonuçlar doğurduğunu belirtmişlerdir.

4. Alt Problem

Bireyin gerçek hayatta ve Instagram’da sunduğu kimlik farklılık göstermekte midir?

Soru 9: Instagram’da oluşturduğunuz profil, sizce başkasının gözünden nasıl görünüyor?(seni gerçekten tanıyabilir mi?)

K1	Kullanıcılar beni Instagram’da rahatlıkla tanıyabilir.
K2	Instagram profilime yeterli bilgi yazmadığım için tanımları mümkün değil.
K3	Asla tanıyamaz, Instagram profilim kullanıcılarda farklı izlenimler oluşturabilir.
K4	Hayır, tanıyamazlar.
K5	Biyografi bölümünde yer alan bilgilerim sayesinde beni rahatlıkla tanıyabilirler.
K6	Instagram profilimden beni tanıyamazlar.
K7	Hayır, Instagram profilimden beni tanıyamazlar.
K8	Kullanıcılar beni rahatlıkla tanıyabilir.
K9	Evet, tanıyabilirler.
K10	Beni tanıyabilir.

Katılımcılara, “Instagram’da oluşturduğunuz profil, sizce başkasının gözünden nasıl görünüyor?(seni gerçekten tanıyabilir mi?)” sorusu sorulduğunda, katılımcılardan yarısına yakınının oluşturduğu profiller, başkası tarafından tanılamamakta, gerçek hayattaki kimliklerini bu ortamlara doğrudan aktarmamakta daha çok hobilerini yansıttıkları görülmektedir. Katılımcıların diğer yarısı ise gerek biyografi kısmında gerekse paylaşımlarıyla kendini doğru bir şekilde sunduğu, kullanıcılar tarafından kolaylıkla tanınmakta olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Soru 10: Profilinizde kendinizi tam olarak yansıtabildiğinizi düşünüyor musunuz?

K1	Evet, uğraşlarımı ve ilgilendiklerimi tam olarak yansıtabiliyorum.
K2	Kullanıcılara Instagram’da kendimi tam olarak yansıtabiliyorum.
K3	Kendimi iyi bir şekilde sunabiliyorum.
K4	Çok sık içerik paylaşmadığım için kullanıcılar beni tanımayabilir.
K5	Instagram profilime yazdığım bilgiler sayesinde rahat tannabiliyorum.
K6	Profilimde kendimi tam olarak yansıtmıyorum.
K7	Evet, hobilerimi diğer kullanıcılara gayet iyi aktarabiliyorum.
K8	Evet, düşüncelerimi tam olarak aktarabiliyorum.
K9	Evet, düşüncelerimi tam olarak aktarabiliyorum.
K10	Evet, düşüncelerimi olduğu kadar aktarabiliyorum.

Katılımcılara, “Profilinizde kendinizi tam olarak yansıtabildiğinizi düşünüyor musunuz?” sorusu sorulduğunda, katılımcıların gerek günlük yaşamlarına ait durumları gerekse sevdiği işleri Instagram’a yansıtarak benlik sunumlarını gerçekleştikleri ayrıca katılımcıların kendilerine ait olmayan içeriği paylaşmamaya özen gösterdikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Soru 11: Instagram biyografisinde sizi tam olarak yansıtmayan bazı bilgiler olabilir mi?

K1	Olabilir, yaşam ve okul durumum tam olarak yansıtmıyor.
K2	Profilimde yer alan çoğu bilgiler gerçeği yansıtmıyor.
K3	Hayır.
K4	Hayır, yok.
K5	Okul durumum ve yaşadığım şehir tam olarak yansıtmıyor.
K6	Profilimde yer alan bilgilerin tamamı doğru, kendime ait olmayan bilgileri yazmayı doğru bulmuyorum.
K7	Hayır, yok.

K8	Hayır.
K9	Hayır.
K10	Hayır, er zaman kendime ait bilgileri paylaşmaya çalışırım.

Katılımcılara, “Instagram biyografisinde sizi tam olarak yansıtmayan bazı bilgiler olabilir mi?” sorusu sorulduğunda, katılımcıların çoğunun yaş, cinsiyet, okul durumu, ilişki durumu, yaşanan şehir gibi konum ve statü bildiren ifadeleri biyografilerine gerçeği yansıtacak şekilde aktardıkları, olduğundan farklı bir kişiliği Instagram’da sunmaya çalışmadıkları sonucuna varılmıştır. Bazı katılımcıların ise Instagram’da olduklarından farklı kimlik sunmaya çalıştıkları, gerçek hayattaki ve Instagram’da ki profilinin değişiklik gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

5. Alt problem

Instagram kullanımı ile bireyin yalnızlığı arasında nasıl bir ilişki vardır?

Soru 12: Instagram’ın sizin yalnızlığınızı paylaştığını/azalttığını düşünür müsünüz?

K1	Evet, düşünürüm.
K2	Hayır, düşünmüyorum.
K3	Hayır.
K4	Hayır.
K5	Instagram’ın yalnızlığımı azalttığını düşünüyorum.
K6	Yalnız hissettiğim zamanlarda Instagram ile ilgilenmiyorum. Çünkü iyi bir ruh halinde değilsem olumsuz etkilenmek istemiyorum.
K7	Hayır, düşünmüyorum.
K8	Hayır.
K9	Hayır, hayır düşünmüyorum.
K10	Evet, düşünürüm.

Katılımcılara, “Instagram’ın sizin yalnızlığınızı paylaştığını/azalttığını düşünür müsünüz?” sorusu sorulduğunda katılımcıların yarısına yakını Instagram’ı daha fazla sosyalleşmek için kullanmakta bunun sonucunda da yalnızlık duygularını Instagram kullanarak azalttıkları görülmektedir. Katılımcıların diğer bir yarısında ise yalnız hissettikleri zaman Instagram kullanmak yerine daha faydalı şeyler yaptıkları böylelikle Instagram kullanmanın bu süreçte bireye yükleyeceği olumsuz ruh halinden kurtuldukları görülmektedir.

6. Alt problem

Instagram’ın, bireylerin kimliğinde uyandırdığı anlamlar nasıldır?

Soru 13: Instagram’ı neye benzetirdiniz? (Bir obje, bir hayvan, bir durum, bir kelime ya da bir cümle ile açıklayabilirsiniz?)

K1	Instagram’ı silaha benzetiyorum. Tetiğini çeken çatışma alanı yaratıyor.
K2	Instagram çok önemli bir şey değil o yüzden süs eşyasına benzetirim.
K3	Sadece bir uygulama, olmasa da olurdu.
K4	Karadeliğe benzetirdim. Çok yaklaşmazsanız bir sorun olmaz ama yaklaşırsanız sizi içine çeker ve yutar.
K5	Instagram’ı bilgiye benzetirdim. Doğru kullanıldığı takdirde birçok bilgiye ulaşabiliriz.
K6	Instagram, Dünya bence, içinde her türlü iyiyi ve kötüyü barındırır.
K7	Tatlıya benzetirdim çünkü ikisinin de verdiği haz aynı.
K8	At gözlüğü ve robota.
K9	Billboardlara benzetiyorum, tüm kullanıcılar hayatlarını orada sergilemekte, benliklerini paylaşmaktadırlar.
K10	Bataklığa benzetiyorum.

Katılımcılara, “Instagram’ı neye benzetirdiniz? (Bir obje, bir hayvan, bir durum, bir kelime ya da bir cümle ile açıklayabilirsiniz?)” sorusu sorulduğunda instagram, katılımcıların kimliklerinde çoğunlukla olumsuz bir etki bıraktığı görülmektedir. Instagram, bağımlılık yaratan, bireylerin benliklerini sunduğu, çatışma ortamlarının yaratıldığı ve bireylerin tektipleştiği bir ortam olarak algılandığı sonucuna varılmıştır.

SONUÇ

Teknoloji tabanlı cihazların internet ile buluşması, internet tabanlı uygulamaların gelişmesine ve çoğalmasına imkan sağlamıştır. Kullanım yaygınlığı itibariyle son dönemlerde büyük bir ivme yakalayan Instagram’da bu mecraanın popüler uygulamalarından biri olmuştur. Ancak yoğun bir şekilde gerçekleştirilen sosyal medya kullanımları çoğu zaman birey üzerinde olumsuz etkiler göstermekte, ruhsal değişmelere sebebiyet vermektedir. Bu çalışma ise Z kuşağı bireylerinin, sosyal medya kullanımlarının kimliklerine olan etkisi ve akıbetinde gerçekleştirdikleri benlik sunumlarını Instagram üzerinden incelemeye çalışmıştır. Araştırma sonuçlarına göre akıllı telefonlar üzerinden Instagram’da, hemen hemen her gün çevrimiçi olan bireylerin Instagram’ı, en çok eğlenmek ve bilgi sahibi olmak için kullandıkları görülmektedir. Instagram’ı eğlence amaçlı kullanan bireyler, kimlik oluşumlarını ve benlik sunumlarını daha çok kendi fotoğraflarını, gezdikleri yerleri ve yiyip içtikleri ürünleri paylaşarak gerçekleştirmektedir. Aynı şekilde Instagram’ı bilgilenme amaçlı kullanan bireyler, daha çok okudukları kitapları, yazdığı sözleri, faydalı gördüğü bilgileri diğer kullanıcılarla paylaşarak, kimliklerini oluşturduğu ve benliklerini bu yönde sundukları görülmektedir. Böylelikle denilebilir ki birey, kimliği doğrultusunda Instagram’ı kullanmakta ve benliğini sunmaktadır. Katılımcılardan yarısı yakını, Instagram’ı yalnızlıklarını gidermede bir araç olarak kullandığını, kullanıcılarla etkileşime girerek daha fazla sosyalleşme imkanı bulduklarını belirtmişlerdir. Diğer yandan ise Instagram’ı sosyalleşme amacıyla kullanmayan katılımcılardan hareketle, kendilerini yalnız hisseden bireylerin, bu süreçte sosyal medya kullanmaları kimlikleri üzerinde daha fazla ruhsal bozulmalar yaşamalarına neden olduğu görülmektedir.

Araştırma verilerine göre katılımcıların büyük bir çoğunluğu Instagram profilinde doğru bilgileri paylaşmaya, kendilerine ait olmayan bilgileri paylaşmamaya çalışmaktadır. Ancak profillerine tüm bilgilerini yazmamalarından dolayı, kullanıcıların kendilerini tam olarak tanıtamayacaklarını düşünmektedirler. Instagram’da yer alan paylaşımların çoğu zaman arkadaşlar arasında tartışmalara, kıskançlıklara yol açtığı bunun sonucunda da bazı arkadaşlıkların sonlandırıldığı görülmektedir. Instagram’da kurulan arkadaşlığın, samimi ve yüz yüze bir ortamda gerçekleşmemesi bireylerin arkadaşlık ilişkilerini olumsuz etkilemektedirler. Öte yandan bir çok katılımcı Instagram sayesinde Covid-19 nedeniyle görüşemedikleri arkadaşları ile daha çok iletişim kurduğunu ve haberdar olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların görüşleri doğrultusunda Instagram’ın, duygusal ilişkilerin yaşanacağı bir ortam olmadığı, var olan ilişkilerinde sürmemesinin yanı sıra doyum noktasında sorun yarattığı ortaya çıkmıştır. Araştırma sonuçlarına göre bireylerin Instagram kullanımlarına ailelerinin çoğunlukla olumlu yaklaştığı hatta ailenin Instagram kullanımına ortak olduğu anlarda olmaktadır. Bir kısım birey ise bağımlılık seviyesine gelen kullanımlarına ailesi tarafından kısıtlama getirilmekte, yaşanan tartışma ortamları ise aile içi iletişim problemlerine yol açtığı görülmektedir. Dolayısıyla katılımcılar, karşılaştıkları bu tip durumları Instagram üzerinden gidermeye, arkadaşlarıyla paylaşarak tekrar doyumuna ulaşmaya çalışmaktadır. Ayrıca Instagram’da yer alan içeriklerin katılımcıların kimliklerinde önemli etkiler bıraktığı, kişinin içinde bulunduğu topluma uzak hissettiği ya da beğenmediği sonucuna ulaşılmıştır.

KAYNAKÇA

- Akgün, E. (2018). Sosyal medya platformlarından youtube üzerinden benlik sunumunun dramaturjik bir analizi. *Yeni Medya*, 4(5), 29-50.
- Akın, M. H. (2011). *Toplumsallaşma sözlüğü*, Çizgi Kitabevi.
- Alemdar, K. ve Erdoğan, İ. (2010). *Öteki kuram: Kitle iletişiminde yaklaşımların tarihsel ve eleştirel bir değerlendirmesi*. Erk Yayınları.
- Allen, K. A., Ryan, T., Gray, D. L., McInerney, D. M. ve Waters, L. (2014). Social media use and social connectedness: The positives and the potential pitfalls. *The Australian Educational and Developmental Psychologist*, 31(1), 18-31.
- Aşkın, M. (2007). Kimlik ve giydirilmiş kimlikler. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(2), 213-220.
- Bakıroğlu, C. (2013). Sosyalleşme ve kimlik inşası ekseninde sosyal paylaşım ağları. *XV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri, Akademik Bilişim*, 1047-1054
- Balcı, İ. (2005). Sosyal bilimlerde veri kaynağı olarak yaşam öyküsü, *Eurasian Journal of Educational Research (EJER)*, 20(13), 74-86.
- Baran, G. (1997). *İletişim sosyolojisi*. Afşar Matbaaları.
- Bayad, A. (2016). Erving Goffman’ın benlik kavramı ve insan doğası varsayımı. *Psikoloji Çalışmaları Dergisi*, 36(1), 65-80.
- Berkup, S. B. (2014). Working with generations x and y in generation z period: Management of different generations in business life. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(19), 218-229.

- Bostancı, M. (2019). *Sosyal medya dün bugün yarın*. Palet Yayınları.
- Canöz, N. (2016). İletişim Fakülteleri öğrencilerinin kullanım ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde sosyal medya kullanım alışkanlıkları. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (39), 423-441.
- Cesur, A. ve Dil, K. (2018). Üniversite öğrencilerinin sosyal medyada benlik sunumları ve yansımaları: Çankırı Karatekin Üniversitesi örneği. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5(7), 13-32.
- Coyne, S. M., Rogers, A. A., Zurcher, J. D., Stockdale, L. ve Booth, M. (2020). Does time spent using social media impact mental health?: An eight year longitudinal study. *Computers in Human Behavior*, 104, 1-9.
- Çakır, H. ve Topçu H. (2005). Bir iletişim dili olarak internet. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(19), 71-96.
- Dağıtmaç, M. (2015). *Sosyal medya bizi neden kullanır*. Metamorfoz Yayıncılık.
- Dijck, J. V. ve Poell, T. (2013). Understanding Social Media Logic. *Media and Communication*, 1(1), 2-14.
- Diñç, M. (2010). *İnternet bağımlılığı*. Ferfir Yayınları.
- Düvenci, A. (2012). *Ağ neslinin internet kullanımındaki sosyal medya etkisinin sosyal sapma yaklaşımı ile incelenmesi* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Ekşi, H., Erden, N., Erdoğan, F. H. ve Yılmaz, E. (2013). Ergenlerin kimlik oluşumunun facebook üzerinden incelenmesi: Nitel araştırma örneği. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(3), 295-313.
- Erişti, S. D. (2013). Bilimsel Araştırma Yöntemleri. A. A. Kurt. (Ed.), *Bilimsel araştırma yöntemleri* (ss. 1-19). Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Ertürk, Y. D. ve Eray, T. (2016). Fenomenolojik bir kavram olarak kendilik ve sosyal ağlarda kendilik sunumu ile narsistik eğilimler ilişkisi: İletişim fakültesi öğrencileri üzerine bir ön çalışma. *Intermedia International e-Journal*, 3(1), 12-29.
- Fiske, J. (2013). *İletişim çalışmalarına giriş* (S. İrvan, Çev.) Bilim ve Sanat Yayınları. (Orijinal yayın tarihi, 2003)
- Gezgin, S. ve Kırık, A. (2018). Sosyal medyanın tüketim kültürüne etkisi. S. Gezgin (Ed.). *Dijital çağda iletişim* (ss. 9-26). Eğitim Yayınevi.
- Girgin, Ü. (2018). Gelenekten postmoderne kimlik inşa süreci ve yeni medya: Facebook örneği. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 3(5), 202-230.
- Goffman, E. (2009) *Günlük yaşamda benliğin sunumu*, (B. Cezar, Çev.). Metis Yayınları. (Orijinal yayın tarihi, 1959)
- Göker, G. (2015). İletişimin McDonalddlaşması: Sosyal medya üzerine bir inceleme. *Turkish Studies-International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 10(2), 389-410.
- Gündüz A., Attar G. E. ve Altun A. (2018). Üniversite öğrencilerinin instagram'daki benlik sunumları. *Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 58(2), 1862-1895.
- Gürsakal, N. (2009). *Sosyal ağ analizi*. Dora Yayıncılık.
- Hazar, M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı-bir alan çalışması. *İletişim, Kuram ve Araştırma Dergisi*, (32), 151-176.
- Hochman, N., ve Schwartz, R. (2012). Visualizing Instagram: Tracing cultural visual rhythms. *In Sixth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, 6-9.
- Hu, Y., Manikonda, L. ve Kambhampati, S. (2014). What we Instagram: A first analysis of instagram photo content and user types. *8th International Conference on Weblogs and Social Media, ICWSM*, 595-598.
- Huey, L. S. ve Yazdanifard, R. (2014). How Instagram can be used as a tool in social networking marketing. *ResearchGate*, 1-7.
- Işık, U. (2007). *Medya bağımlılığı teorisi doğrultusunda internet kullanımının etkileri ve internet bağımlılığı* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Selçuk Üniversitesi.
- İnce, M. ve Yılmaz, M. (2020). Ergenlik çağındaki çocukların sosyal medya kullanım alışkanlıklarının yalnızlaşmaya etkisi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 8(2), 1111-1144.
- İşman, A., Buluş, B. ve Yüzüncüyıl, S. K. (2016). Sosyalleşmenin dijitale dönüşümü ve dijital benliğin sunumu. *TRT Akademi*, 1(2), 608-619.
- İşman, A. ve Serbes, H. (2019). Gündelik hayatın twitter bağlamında sunumu: Sakarya üniversitesi iletişim fakültesi örneği. A. İşman, A. Z. Özgür, A. ESKİCUMALI, M. ÖZTUNÇ (Ed.), *İletişim çalışmaları* (ss. 35-74). Sakarya Üniversitesi.
- Kahraman, M. (2010). *Sosyal Medya 101 2.0*. Kapital Medya Hizmetleri A.Ş.
- Kaplan, A. M. ve Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kavut, S. (2018). Goffman'ın benlik sunumu kuramı bağlamında sosyal medyada kimlik inşası: Instagram üzerine bir araştırma. *Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi*, (1), 1-12.
- Kırhan, A. (2007). *Üniversite öğrencilerinin tematik televizyon kanal tercihleri kullanımlar ve doyumlar kuramı-sosyal öğrenme kuramı çerçevesinde Maltepe Üniversitesi'nde bir çalışma* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Maltepe Üniversitesi.

- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, L. P. ve Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241-251.
- Kivisto, P. ve Pittman, D. (2007), Goffman's dramaturgical sociology-personal sales and service in a commodified world, P. Kivisto (Ed.), In illuminating social life: Classical and contemporary theory revisited, (ss. 271-290), SAGE Publications.
- Marcia, J. E. (1980). Identity in adolescence. J. Adelson (Ed.), *Handbook of adolescent psychology* (ss. 100-137). Sons Inc.
- McQuail, D. ve Windahl, S. (2005). *İletişim modelleri*. (K. Yumlu Çev.). İmge Kitabevi Yayınları.
- Mutlu, E. (2005). *Kitle iletişim kuramları*. Ütopya Yayınevi.
- O'Keeffe, G. S. ve Pearson, K. C. (2011). The impact of social media on children, adolescents, and families. *Journal of American Academy of Pediatrics*, 127(4), 800-804.
- O'Reilly, M., Dogra, N., Whiteman, N., Hughes, J., Eruyar, S. ve Reilly, P. (2018). Is social media bad for mental health and wellbeing? Exploring the perspectives of adolescents. *Clinical Child Psychology and Psychiatry*, 23(4), 601-613.
- Özcan, N. ve Buzlu, S. (2005). Problemlili internet kullanımını belirlemede yardımcı bir araç: İnternette bilişsel durum ölçeği'nin üniversite öğrencilerinde geçerlik ve güvenilirliği. *Journal of Dependence*, 6(1), 19-26.
- Özdemir, B. ve Yıldırım, G. (2019). Dijitalleşen iletişim ortamlarında kimlik inşası ve benlik sunumu: İletişim fakültesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 3(3), 178-191
- Özmen, A. (2013). Örnekleme ve örnekleme dağılımları. E. Şıklar ve A. Özdemir (Ed.), *İstatistik II* (ss. 2-41). Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Robson, C. (2017). *Bilimsel araştırma yöntemleri* (Ş. Çingir ve N. Demirkasımoğlu Çev.) Anı Yayıncılık.
- Shabir, G., Hameed, Y. M., Safdar, G. ve Gilani, S. M. (2014). The impact of social media on youth: A case study of bahawalpur city. *Asian Journal of Social Sciences and Humanities*, 3(4), 132-151.
- Sütlüoğlu, T. (2015). Sosyal paylaşım ağlarında gençlerin sosyalleşme ve kimlik inşası süreçleri: Facebook örneği. *Folklor/Edebiyat*, 21(83), 125-147.
- Şimşek, A. (2012). Araştırma modelleri. A. Şimşek (Ed.). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri* (ss. 80-108). Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Taş, H. Y., Demirdöğmez, M. ve Küçüköğlü, M. (2017). Geleceğimiz olan z kuşağının çalışma hayatına muhtemel etkileri. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 7(13), 1031-1048.
- Taşdelen, B. ve Özkan, Ş. (2019). X, Y ve Z kuşaklarının instagram ve facebook aracılığıyla oluşturdukları imaj. *Atatürk İletişim Dergisi*, (18), 57-86
- Tekulve, N. ve Kelly, K. (2013). Worth 1,000 words: Using instagram to engage library users. *Brick and Click Libraries Symposium*. 1-8.
- Tuncer, E. (2014). *Sosyal medya imparatorluğu - patron*. Akis Yayınları.
- Tutgun Ünal, A. (2015). *Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Türkmenoğlu, H. (2014). Teknoloji ile sanat ilişkisi ve bir dijital sanat örneği olarak instagram. *Ulakbilim*, 2(4), 87-100.
- Uzun, Ö., Yıldırım, V. ve Uzun, E. (2016). Dikkat eksikliği hiperaktivite bozukluğu olan ergenlerde sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve sosyal medya bağımlılığı, benlik saygısı ve algılanan sosyal destek ilişkisi. *Turkish Journal of Family Medicine and Primary Care*, 10(3), 142-147.
- Uzundumlu, Ö. (2015). *Bir iletişim formu olarak sosyal medyada fotoğraf paylaşımı: Selfie örneği*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Atatürk Üniversitesi.
- Yakar, F., Jacobs, R. ve Agarwal, N. (2020). The current usage of Instagram in neurosurgery. *Interdisciplinary Neurosurgery*, 19, 1-5.
- Yaylagül, L. (2006). *Kitle iletişim kuramları*. Dipnot Yayınları.
- Yengin, D. (2019). Teknoloji bağımlılığı olarak dijital bağımlılık. *The Turkish Online Journal*, 9(2), 130-144.
- Yeniçifti, N. T. (2016). Hakla ilişkiler aracı olarak instagram: Sosyal medya kullanan 50 şirket üzerine bir araştırma. *Selçuk İletişim*, 9(2), 92-115.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2005). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayınları.
- Yurdakul, I. K. (2013). Evren ve Örnekleme. A. A. Kurt. (Ed.), *Bilimsel araştırma yöntemleri* (ss. 75-93). Anadolu Üniversitesi Yayınları.

DİJİTAL MEDYA ORTAMINDA GAZETECİLERİN ÇALIŞMA OLANAKLARI VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Olçay UÇAK
İstanbul Aydın Üniversitesi
İletişim Fakültesi Gazetecilik Programı
olcayucak@aydin.edu.tr

ÖZET

Gazetecilik, toplumsal sorumluluk ve fayda ilkesiyle yapılması gereken, bireysel çaba ve yetenekler kadar yasal güvencenin sağlanmasıyla yerine getirilebilecek bir meslek olarak diğer mesleklerden farklı özellikler göstermektedir. Teknolojideki hızlı gelişmeler gazetecilik mesleğinin şartlarını iyileştirip en önemli kazanımı hız konusunda sağlarken, bir meslek olarak gazetecilikte meydana gelen dönüşümün gazetecilerin çalışma olanaklarında ne gibi değişikliklere neden olduğunu sorgulamak gerekmektedir. Dijital gazetecilik olanaklarında bilgiye, kaynağa erişilebilirlik önemli ölçüde kolaylaşmışken aynı kolaylığın mesleğin sürdürülebilirliği açısından sağlanamadığı düşüncesiyle meydana gelen yeni çalışma şartlarının incelenmesi önemlidir. Gazetecilik mesleğinin geçtiğimiz 10 yıl içerisinde sahip olduğu çalışma koşullarının günümüz dijital teknoloji olanaklarında iş güvenliği bakımından geldiği nokta gelecekte bu mesleğin toplumsal katkısını sürdürebilmesini belirleyen önemli özelliklerden olacaktır. Bu bağlamda çalışma gazetecilik mesleğinde tecrübesi olan ancak günümüzde çeşitli nedenlerle gazetecilik yapmayan kişiler ile gazetecilik mesleğine yeni başlayan gazetecilerin çalışma şartlarını karşılaştırarak, meydana gelen değişimi durum tespitiyle paylaşmayı amaçlamaktadır. Gazetecilik çalışma olanaklarını belirleyen en önemli unsurun teknoloji olmasının yanı sıra işten ayrılmanın veya mesleğin belli bir süre sonra sürdürülebilirlik özelliğinin hangi sebeplerle sağlanamadığı karşılığı aranan sorular arasında olacaktır. Dijital olanaklara sahip olan gazeteci kimliğinin özellikleri ve bu özelliğin korunmasında yasal dayanakların, iş güvenliğinin ve sendika faaliyetlerinin ne derece etkisinin olduğu sorgulanacaktır. Ayrıca teknolojinin sunduğu yüksek olanaklar kadar denetlenebilme ve erişimin sonlandırılması özelliğinin yeni gazetecilik mesleği ve kimliği üzerindeki etkisi de incelenecektir. Çalışmada, gazetecilik mesleğinin sürdürülebilir olmasının sağlanabilmesi için hangi olanaklara sahip olunması gerektiği yasal çerçeve, özdenetim ve etik kodlar bakımından ortaya konulacaktır. Kamusal bir meslek olan ve kurumsal bir yapıda sürdürülmesi geleneği olan gazeteciliğin teknolojinin olanaklarıyla bireysel faaliyetlere dönüşmeye başlamasının, mesleğin iş güvenliğinin sağlanmasındaki sakıncaları da mesleğin geleceği bakımından önemli görülmektedir. Dolayısıyla enformasyonun elde edilmesinde meydana gelen kolaylık aynı oranda iş güvenliğinin sağlanmasına yansıtılabilir mi, gazetecinin güvenilirliği ve kaynağın güvenilirliği mümkün olabilir mi soruları cevaplanması gereken önemli sorular olacaktır. Bu amaç doğrultusunda, geçmişte geleneksel yöntemlerle gazetecilik yapmış kişilerle ve günümüz dijital teknoloji olanaklarından faydalanan gazetecilerin deneyimleri ve sorunlar yapılan görüşmelerle paylaşılacak, çözüm önerileri sunulacaktır. **Anahtar Kelimeler:** Dijital medya, iş güvenliği, sendikalaşma, gazetecilikte sürdürülebilirlik, gazeteci hakları.

ABSTRACT

Journalism, as a profession that should be done with the principle of social responsibility and benefit, and that can be fulfilled by providing legal assurance as well as individual efforts and abilities, shows different characteristics from other professions. While the rapid developments in technology improve the conditions of the journalism profession and provide the most important gain in speed, it is necessary to question what kind of changes the transformation in journalism as a profession has caused in the working opportunities of journalists.

It is important to examine the new working conditions that occur with the thought that while accessibility to information and resources has become significantly easier in digital journalism opportunities, the same ease cannot be provided in terms of the sustainability of the profession. The working conditions of the journalism profession in the past 10 years will be one of the important features that will determine the social contribution of this profession in the future in terms of occupational safety in today's digital technology opportunities. In this context, the study aims to assess and share the change that has occurred by comparing the working conditions of those who have experience in the journalism

profession but do not do journalism for various reasons today and journalists who have just entered the profession.

In addition to the fact that technology is the most important factor that determines the opportunities of working in journalism, the reasons of leaving the job or why the sustainability of the profession cannot be maintained after a certain period of time will be among the questions that seek an answer. The features of journalist identity which has digital opportunities and the extent to which legal grounds, job security and union activities affect the protection of this feature will be questioned. In addition, the effects of controllability and termination of access on the new profession of journalism and its identity will be examined as well as the favourable opportunities offered by technology. In the study, what opportunities should be available in order to ensure the sustainability of the journalism profession will be revealed in terms of legal framework, self-control and ethical codes. The journalism, which is a public profession and has a tradition of being maintained in an institutional structure, turning into individual activities with the possibilities of technology, and its inconveniences in ensuring occupational safety are also considered important for the future of the profession. Therefore, the questions of whether the ease of obtaining information can be reflected in the provision of occupational safety at the same rate, whether the reliability of the journalist and the reliability of the source are possible will be important questions to be answered.

In line with this purpose, the experiences of journalists who used traditional methods of journalism in the past and the journalist using today's digital technology opportunities and their problems will be shared through interviews and solutions will be presented.

Keywords: Digital media, occupational safety, unionization, sustainability in journalism, journalist rights.

GİRİŞ

Gazeteciler, mesleğe katkıları zamana ya da kuruma göre değişiklik gösterse de geleneksel olarak diğer mesleklerde çalışan kişilerden farklı nitelikler ve mesleğin kamusal bir meslek olması dolayısıyla yoğun sorumluluklar taşımaları gereken kişilerdir. Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) gazeteciyi toplumsal konuları ve olayları araştıran, inceleyen, yorumlayan ve gazete, radyo, televizyon ve diğer medya araçlarıyla haberleştiren kişi olarak tanımlamıştır (ILO, 2012: 165). Ancak gazetecilerin mesleğin gerektirdiği sorumlulukları yerine getirebilmesinin kendi mesleki sosyal hak ve güvencelerin sağlanmasıyla mümkün olabileceği düşüncesindeyiz. Bu bağlamda gazetecilik meslek örgütleri, yasal düzenlemelerin ve sendika hareketlerinin ülkelerin gazetecilik tarihine ne gibi katkılar sunduğu önem kazanmaktadır.

Dünyada gazetecilerin mesleki hakları kazanmasında bazı ülkeler öne çıkmaktadır; İsveç 1766'da Basın Özgürlüğü Kanunu ile ve Avusturya 1920'de gazeteciler özelinde ilk yasal düzenlemelere öncülük etmişlerdir. Gazetecilik mesleğini savunmak amacıyla kurulan ilk mesleki örgütler, 1874'te İsveç Basın Birliği ve 1883 İsviçre Basın Birliği olmuştur; (Atılğan, 2001: 28). Basında ilk toplu sözleşme 1900'de İsviçre Basın Birliği tarafından imzalanmıştır. ABD'de kurulan ilk sendika ise 1933 yılında Amerikan Gazeteciler Loncası olmuş ve 1934 yılında ilk toplu sözleşmeyi yapmıştır (Atılğan, 1991: 29). İngiltere'de 1907 yılında Ulusal Gazeteciler Sendikası, İtalya'da 1910 yılında İtalyan Basın Birliği ve Fransa'da ise 1918 yılında Fransız Gazeteciler Sendikası gazetecilik mesleğinde sendika oluşumuna öncülük etmişlerdir (Özsever, 2004: 63).

Gazetecilik mesleği konusunda önemli veriler sunmaya devam eden Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) 1928 yılında kurulmuştur. Paris'te 1926 yılında kurulan Uluslararası Gazeteciler Federasyonu ise; yasal haklar, basın özgürlüğü ve gazetecilerin iş güvencesi konularında faaliyete devam etmektedir (Atılğan, 1991: 32). Ayrıca, 1978 UNESCO Genel Kurul Bildirisi, gazetecilik mesleğinin korunması ve devamlılığını içeren ilk uluslararası belgelerden birisi olarak kabul edilmektedir (Şakar, 2005: 253).

TÜRKİYE'DE GAZETECİLİK MESLEĞİ

Dünyadaki gazetecilik meslek örgütleri ve yasal durum Türkiye'de bazı farklılıklar göstermektedir. Türkiye, basın sektörünü genel iş yasası dışında özel bir yasayla düzenleyen az sayıda ülkeden birisidir (Uçak, 2011: 388). Yasal düzenlemeler kapsamında olan 1938 tarihli Basın Birliği Kanunu, gazetecilerin çalışma hayatını düzenleyen ilk yasadır ve halen uygulanmakta olan Basın Kanunu'nun da temelini oluşturmaktadır (Özsever, 2004: 33).

Bir diğer yasal düzenleme ise 1952 yılında kabul edilen 5953 Sayılı Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Kanun ile yapılmıştır. Bu Kanun, zamanın 3008 sayılı İş Kanunu'na göre iş kolunda bir kişi bile çalıştıran işyerlerini kapsamı ve memurlar dışında işçilere ve fikir işçileri arasında ilk defa gazetecilere yıllık ücretli izin hakkının verilmesi konularını içermesiyle ileri bir kanun olarak yorumlanmaktadır (Uçak, 2011: 388). Nitekim Türkiye'nin ilk gazetecilik sendikası olan İstanbul Gazeteciler Sendikası'nın kurulmasının da yolunu 5953 Sayılı

Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Kanun açmıştır.

Ancak Okay'a göre; 1950-60 yılları arasındaki yüksek enflasyon kazanılan hakların etkisini azaltmış ve toplu iş sözleşmesi sistemi de kurulmadığından gazeteciler mesleki haklarını savunmakta dayanaksız kalmışlardır (Okay, 1970: 92). Bir sonraki aşamada 1960 yılında Milli Birlik Komitesi tarafından 212 Sayılı Yasa ile gazetecilerin hakları genişletilmeye çalışılmıştır (Uçak; 2011: 388). Gazeteciler 1963 yılında kabul edilen yasalar ile sendika, toplu iş sözleşmesi, grev, lokavt ve sosyal güvenlik haklarını kazanmışlar; 1964 yılından itibaren ise toplu iş sözleşmesi yapmaya başlamışlardır (Oğuzman, 2011: 859). Bu yasal düzenlemeler Türkiye'de gazetecilerin mesleki sosyal hak ve güvenceleri bakımından en gelişmiş maddeleri içermiştir. Gazetecilerin haklarının korunması ve sorunları konularına baktığımızda ise; ekonomik ve siyasi kararların etkili olduğu görülmektedir. 212 Sayılı Yasa ile gazetecilerin haklarının genişletilme çabaları, 24 Ocak liberal ekonomi kararlarının alınması ve 1980 darbesi etkisiyle duraklamış; 2001 ekonomik krizi sonrası medyadaki holdingleşmenin hızlanmasıyla kazanılmış olan haklar kaybedilmeye başlamıştır.

Öztürk' göre (2017: 8), Gazeteciler 1990'lı yıllara kadar Basın İş Kanunu'nun tanıdığı haklar ve sendikal örgütlenme sayesinde diğer işkollarında çalışan işçilere nazaran oldukça iyi sayılabilecek koşullarda çalışmaktaydılar. Fakat 1990'lı yıllarla birlikte sektörde ciddi birtakım problemler oluşmaya başladı ve 2000'li yıllara gelindiğinde gazetecilik işsizliğin, kayıt dışı istihdamın hat safhaya çıktığı bir meslek dalı oldu.

Medyanın yeni sahiplik yapısı, basın işletmelerini modern bir sanayi işletmesine dönüştürmüş, büyük sermaye gerektiren teknolojilerin kullanılması ile basın sektörü tekelleşme olgusunun yaygın olduğu, oligopol piyasa özelliği kazanmıştır (Atılğan, 2001:15). 2001 krizi sonrasında Türkiye'de basın sektöründeki işverenler krizi, gazeteciler üzerinde baskı kurarak sendikaların olmadığı, Basın İş Yasası'nın işletilmediği bir döneme geçiş yapmaya yönelik bir fırsat olarak kullanmış (Uçak, 2011: 389); Günümüzde gazetecilerin çalışma koşullarını belirleyen 2004 Basın Kanunu ise; gazetecilerin hak kaybına uğradığı ve çalışma koşullarının düzenlenmesi noktasında eleştirilere uğramıştır.

Eleştirilen 2004 Basın Kanunu için gazetecilik meslek örgütlerinden konuyla ilgili çeşitli görüşler verilmiştir. Gazetecilerin çalışma koşullarının iyileştirilmesi ve haklarının yasal güvence altına alması önerilmiş, ancak Kanun'da bu konuyla ilgili bir düzenleme yapılmamış, üstelik gazetecilerin yıpranma hakkını kaldıran düzenleme Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanun Tasarısı'nda yer almış; eleştirilere rağmen 01.10.2008 tarihinde yürürlüğe giren kanunla beraber uygulamaya koyulmuştur.

URL 1

Liberal ekonomi kurallarının kabul edilmesiyle basın işverenleri 1980'li yıllarla birlikte sendika üyesi olmak isteyen çalışanlara doğrudan ya da dolaylı baskılar yapmışlar ve gazetecileri sendikalarından istifa etmeye zorlamışlar ve bunda da başarılı olmuşlardır (Soner, 2003: 1). Atilla Özsever'e göre sendikalaşmanın işverenler tarafından bu kadar kolay biçimde engellenmesinin bir nedeni de sendikaların kendileridir. Buna göre sendikaların işverenlere karşı çoğu zaman esnek davranmamış olması, bazı durumlarda sendikaların taleplerinin gazetelerin iflas etmelerine yol açması ile sendika üyelerinin çıkarları yerine gereksiz biçimde ideolojik konularla ilgilenmeleri ve taban-tavan arasındaki kopukluk gazetecilerin sendikalarından istifa etmelerine neden olmuştur (Özsever, 2004: 181-182). Bu ve benzer sebepler günümüze kadar gazetecilerin sendikalı olmalarını engelleyen sebepler devam etmiş; gazetecilik diğer meslek dallarının ulaştığı sendikalaşma oranına dahi ulaşamayan bir meslek konumunda kalmıştır.

Sendikasız gazetecilik nedenleri;

- Sendikadan memnun olmamak
- Örgütlenmeye ihtiyaç duymamak
- İşten atılma korkusu
- Hukuken çalışılan kurumun değişmesi
- Medya sahipliği ve yönetici etkisi
- Gazetecinin kendi tutumu

Türkiye Gazeteciler Sendikası, Temmuz 2020 verilerine göre "Basın, yayın ve gazetecilik" iş kolundaki toplam sendikalaşma oranı %7,87'dir. Ülkedeki genel sendikalaşma oranının %13,66 olduğu düşünüldüğünde, iş kolu içindeki bu örgütlenme oranının oldukça düşük olduğu görülecektir. **URL 2**

Türkiye'de Gazeteci Sendikaları:

Günümüzde basın-yayın ve gazetecilik işkolunda örgütlü başlıca sendikalar şunlardır;

Türk-İş'e bağlı Basın-İş ve TGS,

DİSK'e bağlı Basın-İş,

Hak-İş'e bağlı Medya-İş,

Kesk'e bağlı Haber-Sen (Basın-Yayın ve Posta emekçileri Sendikası).

Gazeteciler, bir yandan medya sahibi ve çalıştığı medya kuruluşunun dayatmalarına uygun haber üretmekle karşı karşıya kalırken, diğer yandan devletin, siyasal iktidarın ve yasaların baskılarına maruz kalmaktadırlar. Dolayısıyla güvencesiz bir ortamda böyle baskılara maruz kalmaları gazetecilerin neyi, nasıl yazacaklarını ve neyi yazmayacaklarını "öğrenmelerine" neden olmakta ve öğrenemeyenler sistemin dışına atılmaktadırlar (Özsever, 2004:147).

2020 yılında medya sektöründe dört işletmede TGS üye çoğunluğunu sağlamış ve Bakanlığa yetki için başvurmuştur. Bunun üzerine bu dört işletmede de işverenler, sendikal hak ve özgürlüklere saygı duymak yerine yetki belgelerine itiraz ederek süreci yargıya taşımayı tercih etmiştir. Uluslararası Sendikalar Konfederasyonu'nun (ITUC) her yıl açıkladığı küresel haklar endeksine göre Türkiye, çalışan haklarına saygı bağlamında en kötü on ülke arasında yer almaktadır.

Türkiye Gazeteciler Sendikası (TGS), medya sektöründe toplu iş sözleşmeli 8 işletmenin 7'sinde yetkili sendika olarak, gazetecilerin hak ve güvencelerini korumak ve iyileştirmek amacındadır: Thomson Reuters Haber Ajansı, Refinitiv Enformasyon, 9 Eylül Gazetesi, Ege İz Gazete, Evrensel Gazetesi, Bianet, Yön Radyo. **URL 3**

2020 yılında dünyayı etkisi altına alan pandemi, gazetecilerin maruz kaldığı hak kayıplarını ve başta iş güvencesi olmak üzere kısa çalışma ödeneği ve ücretsiz izin uygulamasının yasal sınırlılıkları, iş sağlığı ve güvenliği önlemlerinin yetersizliğini gözler önüne sermiştir.

Pandemi öncesi basın sektörü çalışanlarının daha iyi bir ücret, iş güvencesi ve çalışma koşulları için verdiği mücadele ve sendikalaşma eğiliminde görülen iyimser hava, salgın ile birlikte ekonomik belirsizliklerin artması üzerine kısmen tersine dönmüştür.

Sektördeki işsizlik oranlarının da görece yüksek olması nedeniyle gazetecilerin temel önceliği, ne pahasına olursa olsun işlerini korumak olmuştur. Bu olumsuz tabloyu lehine kullanan birçok medya patronu ise; ülkedeki gerçek enflasyon rakamlarının altında ücret zammı oranlarını gazetecilere dayatmış; sosyal haklarda kısıtlamaya gitmiştir.

TGS'nin 2020 Yılı İçinde Elde Ettiği Veriler Işığında Gazetecilerin Temel Sorunları:

- Kısa çalışma ödeneğine başvuru alan işletmelerde çalışan gazetecilerin gelirlerinde yaşanan düşüş,
- Kısa çalışma kapsamında olmasına rağmen tam zamanlı çalıştırılmaya devam etme,
- Ücretsiz izine çıkartma nedeniyle gelirden düşüş,
- Ücretsiz izne çıkartılmasına rağmen çalıştırılmaya devam etme,
- İşten çıkarma yasağı nedeniyle işinden memnun olmayan gazetecilerin yaşadığı sorunlar,
- Ücret ve kıdem tazminatı alacakları konusunda işverenlerle anlaşmazlıklar,
- Pandemi ile birlikte evden çalışmaya geçen işletmelerde artan iş yükü,
- Tatmin etmeyen ücret seviyesi,
- İş sağlığı ve güvenliği önlemlerindeki yetersizlikler,
- Pandemi nedeniyle daralan ekonomik faaliyetler nedeniyle gazetecilerin iş güvencesinde aşınma.

Diğer bir deyişle işini kaybetme korkusunun artması,

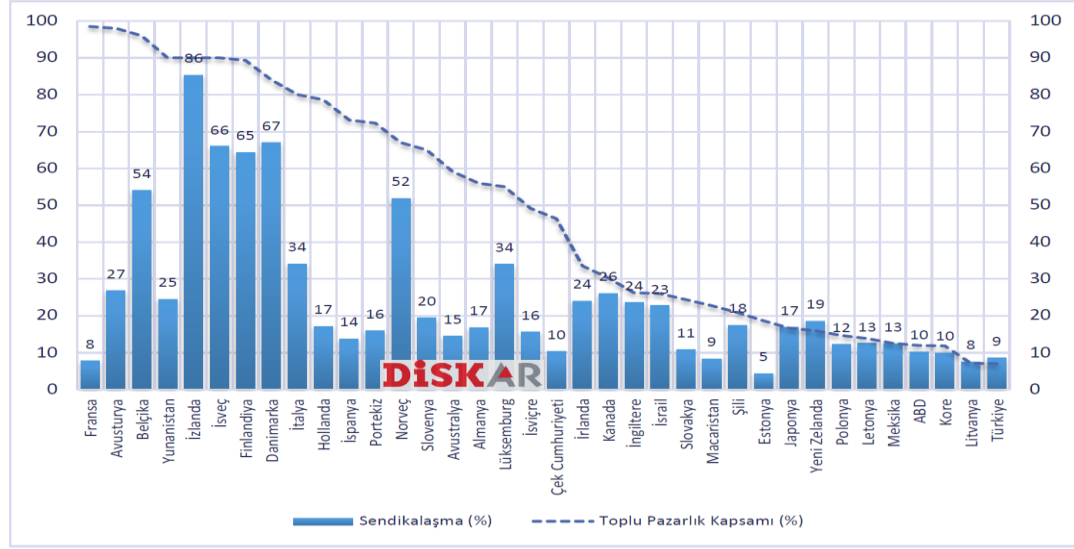
- Kayıt dışı çalıştırılma,
- Farklı iş koluna kayıtlı basın kuruluşlarında istihdamdan dolayı TGS üyesi olamamadır.

2020 yılı, gazetecilerin yasal haklarını düzenleyen 5953 Sayılı Basın İş Kanunu'nda (212) da olumsuz düzenlemelerin sürdüğü bir yıl olmaya devam etmiştir. Gazetecilerin yıpranma hakkından yararlanma hakkı, resmî basın kartı sahipliği şartına bağlanmış ve basın kartı olmayan gazetecilerin yıpranmadan yararlanmasının önüne geçilmiştir. Türkiye, Sınır Tanımayan Gazeteciler örgütünün 2021 yılı Dünya Basın Özgürlüğü Endeksi'nde 180 ülke içinde 153'üncü sırada yer almıştır. Endeksin ilk kez yayımlandığı 2002 yılında ise Türkiye 99'uncu basamakta bulunuyordu. **URL 4**

Türkiye, OECD üyesi ülkeler içinde en düşük sendikalaşma ve toplu iş sözleşmesi kapsamına sahip ülkelerden biridir. OECD verilerine göre Türkiye'de 2017 yılı için sendikalaşma oranı yüzde 8,6, 2016 yılı için toplu iş sözleşmesi kapsamı ise yüzde 7'dir. Türkiye bu oranlarla veri elde edilebilen 36 OECD ülkesi içinde son sıralardadır. **URL 5**

Grafik 1: Türkiye-OECD Ülkelerinde Sendikalaşma ve Toplu İş Sözleşmesi Kapsama Oranları (Yüzde)

Grafik 1: Türkiye-OECD Ülkelerinde Sendikalaşma ve Toplu İş Sözleşmesi Kapsama Oranları (Yüzde)



Kaynak: OECD, Sendikalaşma ve Toplu İş Sözleşmesi İstatistikleri, 2018. DISK-AR.

Meslek kuruluşları, istatistiklerde gazetecilik işkolunda sendikali görülen işçilerin ancak dörtte birinin 5953 sayılı Yasaya tabi gazeteci olduğunu; diğerlerinin işverenlerce 4857 sayılı Yasaya tabi olarak çalıştırılan basın emekçileri olduğunu ifade etmektedirler (Uçak,2011: 395). 2009 yılı Hane halkı İşgücü Anketlerine göre Türkiye’de büyük medya gruplarında kayıtlı çalışanların kıdem yılı ortalaması beş yıldır. SGK 2010 verilerine göre ise medya sektöründe çalışanların büyük çoğunluğunun kıdem ortalaması beş yıldan azdır (TESEV, 2011: 34).

Gazetecilik işkolunda örgütlü tek sendika, üyelerinin çoğunluğu Anadolu Ajansı (AA) çalışanları olan Türkiye Gazeteciler Sendikası (TGS) olmuştur. Medya-İş kurulması öncesinde ise AA’nın 100’ün üzerinde üyesi, işyerinden istifa etmiş ya da zorunlu olarak emekliye ayrılmıştır. Bu süreçte AA’nın 402 çalışanı da TGS üyeliklerinden istifa ederek Medya-İş’e üye olmuşlardır (Toktaş, 2013, 11).

BULGULAR:

Farklı çalışma koşullarına sahip medya kuruluşlarında çalışan gazetecilerle yapılan görüşmelerde elde edilen başlıca bulgular şunlardır;

- Gazetecilerin deneme sürelerinde, yasal süreyi geçen zamanda ücretsiz çalıştıkları takdirde kadrolu ve sigortalı olabildikleri,
- Bazı kurumlarda haber başına telifle çalışmaya devam ettikleri,
- En iyi çalışma şartlarına 5953 sayılı yasa kapsamında çalışan gazetecilerin sahip olduğu,
- Ancak bu kadroların yapılmasının her çalışan için mümkün olmadığı,
- Genç gazetecilerin 5953 sayılı yasa kapsamı yerine, Basın İş kanunu dışında telif sözleşmeli ya da 4857 sayılı yasa kapsamında işçi statüsünde çalıştırıldıkları,
- Her kurumda eşit işe eşit ücret alamadıkları,
- Gazetecilerin işe başlarken sözleşmelerindeki maddeleri iş güvencesi ve mesleki haklar konusunda yeterince sorgulamadıkları,
- Bazı haklarının olduğunu bile bilmeden çalışmaya devam ettikleri,
- Genç gazetecilerin sendika ve örgütlenme konusunda çekimser oldukları,
- Genç gazetecilerin sadece meslekte kalmak için asgari ücretle sigortalı görünmeyi kabul ettikleri,
- Medya kurumlarındaki çalışma şartlarını yeterli bulmayıp dijital olanaklar ile serbest çalışan muhabirlerin ise tamamen sözleşmesiz, iş güvencesiz ve geciken telif ücretleriyle çalıştıkları,
- Sendikali olan gazetecilerin işten çıkarılmalar sonrasında sendika üyeliğinden ayrılabilirdikleri,
- İşten çıkarılan gazetecilerin genellikle sendika üyesi oldukları,
- Gazetecilere bildirilen işten çıkarılma gerekçelerinin doğru bulunmadığı tespit edilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER:

Gazetecilik, kamusal bir meslek olması nedeniyle toplumsal sorumluluk ve denetim misyonu gereği sosyal güvencesi sağlanmış olan gazeteciler tarafından sürdürülmesi gereken bir meslektir. Gazeteciler toplumsal sorumluluklarını yerine getirirken kendi yasal haklarından ve güvencelerinden emin olmak

zorundadırlar. Yasal hak ve güvencelerin en önemli noktası ise çalışanların sendikal hakların korunması ve toplu sözleşme yapabilmeleridir. Yapılan görüşmelerde gazetecilerin geçtiğimiz yıllarda olduğu gibi sendikal haklardan giderek uzaklaştığı tespit edilmiştir. Aynı zamanda mesleğe yeni katılan genç gazetecilerin de bu sosyal haklar konusunda yeterince bilgi sahibi olmadıkları, kendilerine güvence sağlanmayan kurumlarda çalıştıkları görülmüştür. Bu durum tespitleri nedeniyle önerilerimiz ve gazeteci adaylarının dikkat etmesi gereken hususları şu noktalarda özetleyebiliriz: Gazetecilerin asgari ücretten istihdam edilip telif ödenmesi yerine, maaşlarının yasal zorunluluk gereği bordroda görüldüğü gibi ödenmesi. Dijital gazetecilik alanında çalışan gazetecilere de sözleşme yapılması ve iş güvencesi sağlanması. Gazetecilerin yasal hakları gereği çalışmaları konusunda medya kuruluşlarına denetimlerin yapılması. Medyanın ticari ve siyasi araç olarak kullanılmaması için basın özgürlüğünün güvence altına alınması.

Sonuç olarak kamuyu bilgilendirmek gibi temel bir misyonu olan gazetecilik mesleğinin sosyal güvencesiz ve örgütsüz gazeteciler tarafından sürdürülmesi mesleğin geleceği ve itibarı açısından sakıncalar yaratmaktadır. Gazeteciler, ancak mesleki hakları yasalarla korunduğunda ve medya yöneticilerinin bu yasalar çerçevesinde denetlenmesiyle, kamu çıkarlarını savunacak güvenceye sahip olabileceklerdir.

KAYNAKLAR:

- Atılğan, S. (2001). Türk Basın Sendikacılığında Gazetecilerin Yasal Hakları, Bas-Haş TGC, İstanbul.
- Atılğan, S. (1991). Gazetecilerin Korunması, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, İstanbul.
- Oğuzman, M. (2011). *Gazetecilerin Mesleki ve Sosyal Hakları ve Bunların Korunması*. Journal of Istanbul University Law Faculty, 32 (2-4), 858-883. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iuhfm/issue/9099/113731>
- Okay, S.N. (1970). Basın Sanayiinde Çalışma Mevzuatı Prensipleri, Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi, 21, 73-82.
- Özsever, A. (2004). Tekelci Medyada Örgütsüz Gazeteci, İmge Yayınevi, Ankara.
- Öztürk, Ş. (2017). *Türkiye’de Gazetecilerin Çalışma Sorunları*, Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt:6, Sayı:1, (89-111).
- Soner, Ş. (2003). *“Türkiye’de Gazeteciliğin Örgütsel Sorunları: Büyüyen Medya Küçülen Örgütler”*, Türkiye’de Gazetecilik Eleştirel Bir Yaklaşım, Der. D.Tılıç, Ankara: ÇGD Yayınları, (339-354).
- Şakar, M. (2005). İş Hukuku Uygulaması, Der Yayınları, Yenilenmiş 6. Baskı, İstanbul.
- TESEV - Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı (2011). Türkiye’de Medyanın Ekonomi Politikası: Sektör Analizi, İmak Ofset, İstanbul.
- Toktaş, S.(2013). *Medya Emekçilerinin Sendikal Örgütlenme Sürecine Yönelik Kavrayışları: Sorunlar ve Çözüm Önerileri*, Mülkiye Dergisi, 37 (3), 61-99.
- Uçak, O. (2011). *Medyada Fikir İşçilerine Tanınan Haklar Süreci ve Karşılaştırmalı Uygulama Örnekleri*, III. Sosyal Haklar Uluslararası Sempozyumu Bildiriler Kitabı, Petrol-İş Yayınları, Kocaeli, 383-400.
- Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) (2012). International Labor Organization (2012). International Standart Classification of Occupations, ISCO-88, V.1, Geneva.

ELEKTRONİK KAYNAKLAR:

- URL 1** TGC Basın Raporları
<https://www.tgc.org.tr/component/search/?searchword=bas%C4%B1n%20raporlar%C4%B1&searchphrase=all&Itemid=340> (Erişim Tarihi: 01.07.2021)
- URL 2** <https://tgs.org.tr/issizlik-sarmalinda-10-ocak/> (Erişim Tarihi: 03.07.2021)
- URL 3** <https://tgs.org.tr/baslik/toplusozyesme/page/2/> (Erişim Tarihi: 04.08.2021)
- URL 4** <https://www.diken.com.tr/tgsden-basin-bayrami-mesaji-kutlayacak-halimiz-yok/> (Erişim Tarihi: 24.07.2021)
- URL 5** DİSK-AR <http://disk.org.tr/2019/02/disk-ar-raporu-sendikalasma-ve-toplu-is-sozlesmesi-kapsaminda-vahim-tablo/> (Erişim Tarihi: 04.07.2021)

COMMUNICATION SKILLS OF COMMUNICATION SCIENCES FACULTY TEACHER CANDIDATES

Azmiye YINAL

European University of Lefke, Faculty of Communication, Lefke/KKTC

azmiye.ynl@gmail.com

Abstract

The aim of this research is to determine the self-efficacy perceptions of the pre-service teachers at the European University of Lefke, faculty of communication sciences, regarding communication skills, according to various variables. For this purpose, teacher candidates' communication self-efficacy perception levels were examined in terms of gender, age and class level. Scanning model was used in the research. as a data collection tool. In the section, there are demographic characteristics including gender, age and class information of the subjects participating in the research. The sample of the research consists of 300 teacher candidates who are studying at the Faculty of Communication of the European University of Lefke and participated in the research voluntarily. In the analysis of the data, descriptive statistics, t-test for independent groups and one-way analysis of variance were used. As a result of the research, it was determined that the general communication skills efficacy perceptions of the pre-service teachers were high, the communication self-efficacy perceptions showed a statistically significant difference according to gender and age, but the level of education did not cause a significant difference on the communication self-efficacy perception.

Keywords: Communication skill, pre-service teacher, self-efficacy

Introduction

A person cannot expect to be understood without communicating with his/her environment. He can express his feelings and thoughts only by communicating with his environment. Communication is a process of "self-expression" used in all areas of life. This process, that is, being in communication, socializes people. Communication is a need in human life like air and water. It should not be forgotten that without communication, the cultures of societies could not be formed and transferred from generation to generation. Being in contact with the environment also contributes to the self-development of the person.

We can define communication as a social process based on the exchange of messages, the basic principle of which is sharing, interaction and partnership, and which makes the world more livable with various symbols and tools. Since its existence, Insanoglu has used various tools to communicate (Çevik, Özmaden, 2013). In parallel with its own development, the tools it uses have also improved; constantly evolving communication tools complement each other; but one could not replace the other. In addition to written and spoken language, which is based on signs and words, which are accepted as one of the simplest and most primitive means of communication, body language and non-verbal expressions (behaviors and attitudes such as gestures, mimics, touching, not responding, staying silent; dance, painting, etc.) It has also been used for centuries (Cüceloğlu, 2000).

The rapid change in information and communication technologies opens the way to membership of the Community. Knowledge Transformation process, plan and interpretation, reshaping the economy, social and cultural Life, can create new knowledge and think social, technical problems. Information society The training of individuals to be formed can only be provided by qualified teachers, who are among the most important elements of the education system.

The social problem solving model developed to solve real-life problems consists of probing orientation and problem solving styles. Prospective orientation is a process related to motivation, which has clear cognitive and emotional plans related to the experienced situation (Yüksel, 2010). These plans, which can be as destructive as they are constructive, express how they usually express their thoughts and feelings while experiencing a problem, as well as their problem-solving skills. Problem solving styles involve conducting a realistic search for the solution in the application of problem solving skills.

According to some researchers, social problem solving is a cognitive-behavioral process that includes perceiving the problems that individuals face in daily life and finding effective solutions to problems (McClure, Nezu, Nezu, O'Hea, & McMahon, 2010). Most individuals inevitably face problems and situations that require appropriate reactions and decisions in daily life (Danju, 2015). Real-life problem-solving skills are generating successful solutions to real-life situations. Effective problem-solving skills are essential to success in life; The absence or lack of effective problem-solving skills is associated with interpersonal problems and other mental and behavioral problems (Dreer, Jakson, & Elliott, 2005).

A contemporary, effective teacher, a person who values humanity as much as teaching, communicates effectively with themselves and their environment, and has the power and confidence to solve the problems they face. A person who has the responsibility to rise. In this context, teachers have an important role in establishing an effective communication with their students. (Tunceli, 2013). In addition, effective communication between the student and the teacher is a desired situation for both parties and has a special importance in terms of education.

If the teacher and the student can use feedback by constantly changing their roles, they can communicate effectively (Oytun veYinal, 2019). Therefore, the teacher needs to make the communication process two-way; The participation of students can become of great importance in the formation of the formation. Indeed, teachers with good communication skills have positive relationships with their students, and these positive relationships are reflected in their success (Özer, 2008).

If the quality and quality of education is directly proportional to the quality of teachers; Teachers who will work in the education system, A good way is important for the quality of education services (Erözkan, 2005). When the studies on interpersonal communication skills are examined, it is seen that the concepts of empathy, listening, self-disclosure, honesty and tolerance are mostly emphasized (İşman, 2015). While determining the expressions used to measure the level of interpersonal communication, the concepts of empathy, listening, personal privacy, honesty and tolerance for interpersonal communication skills were also taken into account. However, the relationship between these concepts and trust is more comprehensive and requires separate investigations (Tunca, Avtürk Koldaş, 2013). The aim of this research is to determine the level of interpersonal communication in general.

Purpose of the research

The aim of this research is to determine the communication skills levels of the students participating in the research.

METHOD

In this section, information about the research model, universe and sample, data collection tool and data analysis are given.

The Problem of Research

The main problem of this research is to determine the Communication Skills levels of the students. The sub-problems for this problem are listed below.

- Students' Communication Skills Level and sub-dimensions of students;
 - a.) Gender
 - b.) Age
 - c.) Does it differ by class?
- Is there a relationship between the Communication Skills Level and the sub-dimensions levels of the students?

Model of the Research

This research was modeled according to descriptive and relational survey model. By collecting data without making any changes in the existing characteristics of the research participants, it was tried to get the opinions of the subjects about the existing situation. The descriptive method is a research approach that aims to describe a past or present situation as it is. The event that is the subject of the research is tried to be defined in its own terms and as it is. No effort is made to change or influence the event. The important thing is to observe and determine what you want to know. In this context, the research model is based on the descriptive survey model since it is desired to determine the communication skills levels of the students. In relational screening models, it is a research model that aims to determine the existence and/or degree of co-variance between two or more variables. In this context, the study is also based on the relational screening model, since it is desired to determine the relationships between students' communication levels and their sub-dimensions. (Karasar, 2006).

Population and Sample of the Research

The universe of the research consists of all the students of the European University of Lefke on the island of CYPRUS in 2019.

The sample of the study was determined by simple random sampling technique; Therefore, in 2019, it was aimed to reach all European University students of Lefke on the island of CYPRUS; 300 students were included in the study due to problems such as non-returned questionnaires, missing information, and leaving the variables blank.

Data Collection Tools and Techniques

Questionnaire form was used as data collection tool in the research. The scale consists of two parts, and in the first part, there are demographic characteristics including gender, age and class information of the subjects participating in the research, and in the second part there is the Communication Skills Inventory.

Communication Skills Inventory (HCI)

Communication Skills Inventory was first developed and used by Balcı (1996). The number of items in this first version of the inventory, whose validity and reliability studies were carried out, is 70. The inventory was then applied to a sample of 500 university students again, and the number of items was reduced to 45 as a result of the factor analysis (Ersanlı & Balcı, 1998). The inventory, which was finalized by Ersanlı and Balcı (1998), consists of 45 5-point Likert-type questions. The inventory measures mental, emotional and behavioral communication skills. There are 15 items measuring each dimension. Items in each dimension are shown below:

Mental: 1,3,6,12,15,17,18,20,24,28,30,33,37,43,45

Emotional: 5,9,11,26,27,29,31,34,35,36,38,39,40,42,44

Behavioral: 2,4,7,8,10,13,14,16,19,21,22,23,25,32,41

Items are answered as “always”, “usually”, “sometimes”, “rarely”, “never”. Higher scores in dimensions and general (total) communication skill correspond to higher communication skills. After the application on 500 university students, Ersanlı and Balcı (1998) applied again to a group of 170 students a month later to test the reliability. In the reliability study performed with the two-half test method, the two-half reliability coefficient was $r=0.64$, and in the reliability study performed with the test-retest method, $r=0.68$. The Cronbach Alpha coefficient calculated to determine the internal consistency of the scale was found to be 0.72. As a result of the factor analysis, it was seen that the items were gathered under three dimensions, and these dimensions were named as mental, emotional and behavioral communication skills, taking into account their content. The correlations between each of the dimensions and the total communication skills score were 0.83, 0.73 and 0.82, respectively. In the validity study conducted with the "Communication Skills Assessment Scale" developed by Korkut (1996), the validity coefficient of the scale was found to be 0.70 (Ersanlı & Balcı, 1998).

Analysis of Data

In this study, the quantitative data obtained from the participant individuals were analyzed through the SPSS 23 package program. Frequency, percentage, mean and standard deviation values, which are descriptive statistics for demographic characteristics collected from individuals, were calculated and interpreted. For the reliability of the scale we used in the research, the Cronbach alpha coefficient was calculated and interpreted. Independent T-test was used to test whether our quantitative variables differed significantly from the scores obtained from two unrelated samples, and One-Way Analysis of Variance (ANOVA) was applied to test whether the averages of two or more unrelated samples differed significantly from each other. If the difference was found to be significant between the groups as a result of ANOVA, in order to determine between which groups the difference was, first of all, the homogeneity of the variances was examined and the Tukey Test was applied if the variances were homogeneous, and Tamhane's T2 Test was applied. Correlation analysis was applied to determine the relationship between the scales. Data on numerical developments were tabulated and interpreted, whether there is a significant difference between independent variables $\alpha = 0.05$ margin of error; $\alpha = 0.01$ margin of error was also tested in the correlation analysis.

FINDINGS AND COMMENTS

In this part of the research, the findings that emerged as a result of the analysis of the data obtained with the appropriate statistical method in order to explain the demographic information of the sample group and to answer the sub-problems of the research and comments on these findings are given.

1. Validity and Reliability Analysis Results of the Scale

At this stage, validity and reliability analysis was performed for the scale used in the research part of the study. Cronbach's Alpha test statistics were used for the validity and reliability of the questionnaire questions.

Evaluation criteria used in the evaluation of Cronbach's Alpha Coefficient;

If $0.00 \leq \alpha < 0.40$, the scale is unreliable.

If $0.40 \leq \alpha < 0.60$, the scale has low reliability.

If $0.60 \leq \alpha < 0.80$, the scale is quite reliable.

If $0.80 \leq \alpha < 1.00$, the scale is highly reliable (Büyüköztürk, 2010).

Table 1. Reliability Analysis Results of the Communication Skills Scale

	Cronbach's Alpha	standardized Cronbach's Alpha	Total
Mental Communication Skills	0,842	0,837	15
Emotional Communication Skills	0,857	0,857	15
Behavioral Communication Skills	0,837	0,835	15
Communication skills	0,944	0,943	45

In Table 1, the results of the reliability analysis of the Communication Skills Scale related and sub-dimensions applied to the sample group are given. It is seen that the reliability of the Mental Communication Skills sub-dimension is $\alpha=0.837$, the Emotional Communication Skills sub-dimension's reliability $\alpha=0.857$, the Behavioral Communication Skills $\alpha=0.835$, and in general the Communication Skills scale's reliability is $\alpha=0.943$ and highly reliable, so these values are sufficient for the research.

Table 2. Descriptive Statistics of the Communication Skills Scale

	Average	Variance	Std. Deflection	Matter Number
Mental Communication Skills	48,29	191,00	13,82	15
Emotional Communication Skills	44,44	186,44	13,65	15
Behavioral Communication Skills	47,72	178,96	13,38	15
Communication skills	143,18	1567,53	39,59	45

In Table 2, the Mental Communication Skills sub-dimension of the Communication Skills Scale applied to the sample group has 48.29 mean and 13.82 standard deviation, Emotional Communication Skills sub-dimension 44.44 mean and 13.65 standard deviation, Behavioral Communication Skills 47.72 mean and 13.38 standard deviations, and the Communication Skills scale in general with a mean of 143.18 and a standard deviation of 39.59.

2. Interpretation of Frequency Tables

In this part of the research, collective frequency distribution tables will be created and interpreted regarding the personal information in the questionnaire.

Table 3. Frequency Analysis of Gender Variable

	<i>f</i>	%
Women	163	54,3
Men	137	45,7
Total	300	100,0

As seen in Table 3; 163 (54.3%) of the students participating in the research were female and 137 (45.7%) were male students.

Table 4. Frequency Analysis of Age Variable

	<i>f</i>	%
18-20 age	112	37,3
20-28 age	101	33,7
28-35 age	87	29,0
Total	300	100,0

As seen in Table 4; When examined in terms of the age variable, 112 (37.3%) of the students participating in the research were in the 18-20 age group, 101 (33.7%) were in the 20-28 age group, and 87 (29.0%) were in the 28-35 age group.

Table 5. Frequency Analysis of Class Variable

	<i>f</i>	%
1st Class	31	10,3
2nd Class	57	19,0
3rd Class	55	18,3
4th grade	157	52,3
Total	300	100,0

As seen in Table 5; When examined in terms of the class variable, 31 (10.3%) of the students participating in the study were 1st grade, 57 (19.0%) 2nd grade, 55 (18.3%) 3rd grade, and 157 (52.3%) is the 4th grade.

Table 6. Descriptive Statistics of the Mental Communication Skills Sub-Dimension of the Communication Skills Inventory

	<i>I totally disagree</i>		<i>I do not agree</i>		<i>I'm undecided</i>		<i>I agree</i>		<i>I totally agree</i>		<i>Toplam</i>	
	<i>f</i>	<i>%</i>	<i>f</i>	<i>%</i>	<i>f</i>	<i>%</i>	<i>f</i>	<i>%</i>	<i>f</i>	<i>%</i>	<i>Ort.</i>	<i>SS</i>
I try to understand people.	44	15	52	17	54	18	89	30	61	20	3,24	1,35
I have no difficulty communicating my thoughts fully to others.	71	24	53	18	23	8	15	5	138	46	3,32	1,71
I can focus my attention on the other person's area of interest.	63	21	71	24	27	9	9	3	130	43	3,24	1,67
I convey my criticisms without hurting the other person.	73	24	81	27	43	14	22	7	81	27	2,86	1,54
Even if I don't share the same view with the other person, I respect their opinions.	72	24	53	18	36	12	20	7	119	40	3,20	1,66
I try to understand if the other person is willing to talk and listen.	67	22	61	20	20	7	16	5	136	45	3,31	1,70
I easily accept my wrong attitudes and behaviors.	72	24	59	20	26	9	15	5	128	43	3,23	1,69
When my listener does not seem to understand, I repeat, express and summarize what I want to convey.	77	26	48	16	35	12	15	5	125	42	3,21	1,69
Even if the other person's feelings and thoughts contradict me, I do not judge.	85	28	64	21	33	11	28	9	90	30	2,91	1,63
I think I don't have to listen to others.	73	24	65	22	19	6	33	11	110	37	3,14	1,66
At the end of the discussion, I can admit that the ideas I am defending are wrong.	68	23	49	16	21	7	19	6	143	48	3,40	1,70
I try to understand the problem of the person I am communicating with more than the attitude.	73	24	62	21	26	9	22	7	117	39	3,16	1,67
I can make exits that will disrupt my relationships with others.	57	19	56	19	25	8	19	6	143	48	3,45	1,65
I pay attention to whether the person I make a suggestion is open to suggestions.	80	27	65	22	29	10	13	4	113	38	3,05	1,69
I try to understand the feelings and thoughts of the other person by putting myself in the place of the other person.	75	25	21	7	26	9	13	4	165	55	3,57	1,73

As seen in Table 6; The answers given by the students participating in the research to the items related to the Mental Communication Skills dimension of the Communication Skills Scale were evaluated in terms of arithmetic averages. In the analysis, one of the items related to the Mental Communication Skills dimension of the students was "I try to understand people." They agree with the statement at the level of undecided with an average of =3.24.

“I have no difficulty communicating my thoughts fully to others.” They agree with the expression =3.32 at the level of undecided with an average.

“I can focus my attention on the other person's area of interest.” They agree with the statement at the level of undecided with an average of =3.24.

“I deliver my criticisms without hurting the other person.” They agree with the statement of disagreement with an average of =2.86.

“Even if I don't share the same view with the person in front of me, I respect their opinions.” They agree with the statement at the level of undecided with an average of =3,20.

“I try to understand if the other person is willing to talk and listen.” They agree with the statement at the level of undecided with =3.31 average.

“I easily accept my wrong attitudes and behaviors.” They agree with the statement at the level of undecided with an average of =3.23.

“When my listener does not seem to understand, I repeat what I want to convey, express it in new words, summarize it.” They agree with the statement at the level of undecided with an average of =3.21.

“Even if the other person's feelings and thoughts are against me, I do not judge.” They agree with the statement of disagreement with an average of =2.91.

“I think I don't have to listen to others.” They agree with the statement at the level of undecided with an average of =3.14.

“At the end of the discussion, I can admit that my arguments are wrong.” They agree with the statement at the level of undecided with an average of =3,40.

“I try to understand the problem of the person I am communicating with more than the attitude.” They agree with the statement at the level of undecided with an average of =3.16.

“I can make exits that will disrupt my relationships with others.” They agree with the statement at the level of undecided with an average of =3.45.

“I pay attention to whether the person I am recommending is open to suggestions.” They agree with the statement at the level of undecided with an average of =3.05.

“I try to understand the feelings and thoughts of the person in front of me by putting myself in the place of the other person.” They agree with the statement at the level of undecided with an average of =3.57.

Table 7. Descriptive Statistics for the Emotional Communication Skills Sub-Dimension of the Communication Skills Inventory

	<i>I totally disagree</i>		<i>I do not agree</i>		<i>I'm undecided</i>		<i>I agree</i>		<i>I totally agree</i>		<i>Total</i>	
	<i>f</i>	<i>%</i>	<i>f</i>	<i>%</i>	<i>f</i>	<i>%</i>	<i>f</i>	<i>%</i>	<i>f</i>	<i>%</i>	<i>Total.</i>	<i>SS</i>
I generally don't like being criticized.	68	23	68	23	30	10	13	4	121	40	3,17	1,66
I dream while listening to the person in front of me.	74	25	58	19	44	15	38	13	86	29	3,01	1,57
I feel bored while listening to people.	63	21	68	23	33	11	20	7	116	39	3,19	1,63
I usually trust people.	103	34	61	20	32	11	22	7	82	27	2,73	1,64
I don't mind if the person I'm communicating with is of the opposite sex.	70	23	58	19	26	9	9	3	137	46	3,28	1,71
Apologizing is hard for me.	90	30	53	18	29	10	27	9	101	34	2,99	1,68
I am uncomfortable with being interrupted while speaking.	63	21	72	24	37	12	25	8	103	34	3,11	1,59
People around me think that I am indifferent to people.	63	21	53	18	25	8	27	9	132	44	3,37	1,65
I am often unsure of my feelings.	69	23	65	22	39	13	22	7	105	35	3,10	1,62
I am happy to be understood by anyone I come in contact with.	65	22	74	25	26	9	20	7	115	38	3,15	1,64
Trusting the other person makes me happy.	64	21	61	20	36	12	29	10	110	37	3,20	1,61
I welcome everyone with positive expectations.	63	21	59	20	20	7	17	6	141	47	3,38	1,68
I feel that I am giving something to the people I come into contact with.	75	25	47	16	38	13	38	13	102	34	3,15	1,62
I have no trouble communicating my feelings that bother me.	83	28	57	19	25	8	14	5	121	40	3,11	1,72
I feel understood by the people I come in contact with.	78	26	47	16	32	11	16	5	127	42	3,22	1,70

As seen in Table 7; The answers of the students participating in the research to the items related to the Communication Skills Scale Emotional Communication Skills dimension were evaluated in terms of arithmetic averages. In the analysis, one of the items related to the Emotional

Communication Skills dimension of the students was "I generally do not like to be criticized."

They agree with the statement at the level of undecided with an average of =3.17.

"I dream while listening to the person in front of me." They agree with the statement at the level of undecided with an average of =3.01.

"I feel bored listening to people." They agree with the statement at the level of undecided with an average of =3.19.

"I usually trust people." They agree with the statement of disagreement with an average of =2.73.

They agree with the statement "I do not feel uncomfortable if the person I communicate with is of the opposite sex" with an average of =3,28 at the level of undecided.

"I find it hard to apologize." They agree with the statement at the level of disagree with an average of =2.99.

"I don't mind being interrupted while speaking." They agree with the statement at the level of undecided with an average of =3.11.

"The people around me think that I am indifferent to people." They agree with the statement at the level of undecided with an average of =3.37.

"I am often unsure of my feelings." They agree with the statement at the level of undecided with an average of =3,10.

"I am happy to be understood by anyone I come in contact with." They agree with the statement at the level of undecided with an average of =3.15.

"I am happy to trust the person in front of me." They agree with the statement at the level of undecided with an average of =3,20.

They agree with the statement "I welcome every person with positive expectations" with an average of =3,38 at the level of undecided.

"I feel that I am giving something to the people I come in contact with." They agree with the statement at the level of undecided with an average of =3.15.

"I have no trouble communicating the feelings that bother me." They agree with the statement at the level of undecided with an average of =3.11.

"I feel understood by the people I come in contact with." They agree with the statement at the level of undecided with an average of =3.22.

Table 8. Descriptive Statistics for the Behavioral Communication Skills Sub-Dimension of the Communication Skills Inventory

	<i>I totally disagree</i>		<i>I do not agree</i>		<i>I'm undecided</i>		<i>I agree</i>		<i>I totally agree</i>		<i>Total</i>	
	<i>f</i>	<i>%</i>	<i>f</i>	<i>%</i>	<i>f</i>	<i>%</i>	<i>f</i>	<i>%</i>	<i>f</i>	<i>%</i>	<i>Ort.</i>	<i>SS</i>
I sincerely listen to advice and suggestions from people I come in contact with.	30	10	28	9	26	9	78	26	138	46	3,89	1,35
When speaking, I can establish effective eye communication.	61	20	64	21	42	14	21	7	112	37	3,20	1,60
I take enough time to listen to what people have to say.	84	28	73	24	37	12	15	5	91	30	2,85	1,62
I usually don't want to give the other person a say.	77	26	57	19	38	13	19	6	109	36	3,09	1,65
I am patient when others are talking, I do not interrupt them.	87	29	64	21	36	12	21	7	92	31	2,89	1,63
I don't hesitate to take the first step when speaking.	74	25	72	24	36	12	20	7	98	33	2,99	1,62
I make clear, simple and neat sentences while speaking.	84	28	45	15	34	11	28	9	109	36	3,11	1,68
Even though I look at the face of the person I am communicating with, I do not listen to their words.	77	26	63	21	43	14	38	13	79	26	2,93	1,56
I ask questions to better understand the person I am listening to.	73	24	57	19	46	15	42	14	82	27	3,01	1,55
When meeting people, I purposely do things to put them at ease.	68	23	57	19	43	14	28	9	104	35	3,14	1,60
While listening, I take care not to interrupt the other person.	60	20	63	21	31	10	20	7	126	42	3,30	1,64
I don't hesitate to take the first step when I want to reconcile with someone I'm angry with.	54	18	65	22	25	8	23	8	133	44	3,39	1,63
I can adjust my tone of voice according to the nature of the subject.	66	22	42	14	22	7	22	7	148	49	3,48	1,69
I try to control people and mold them into the mold I want.	70	23	65	22	28	9	12	4	125	42	3,19	1,68
I don't ask people abrupt questions that they'll have trouble answering.	75	25	47	16	28	9	20	7	130	43	3,28	1,70

As seen in Table 8; The answers given by the students participating in the research to the items related to the Behavioral Communication Skills dimension of the Communication Skills Scale were evaluated in terms of arithmetic averages. In the analysis, the students agree with the statement "I sincerely listen to the advice and suggestions from the people I communicate with", which is one of the items related to the Behavioral Communication Skills dimension, with an average of =3,89 at the level of undecided.

They agree with the statement "I can establish effective eye communication while talking" with an average of =3,20 at the level of undecided.

“I take enough time to listen to what people have to say.” They agree with the statement at the level of disagreement with an average of =2.85.

“I usually don't want to give the other person a say.” They agree with the statement at the level of undecided with an average of =3.09.

“I'm patient when other people are talking, I don't interrupt them.” They agree with the statement of disagreement with an average of =2.89.

“I don't hesitate to take the first step when speaking.” They agree with the statement at the level of disagree with an average of =2.99.

“I use clear, simple and neat sentences when speaking.” They agree with the statement at the level of undecided with an average of =3.11.

“There are times when I look at the face of the person I am communicating with but do not listen to their words.” They agree with the statement at the level of undecided with =2.93 average.

“I ask questions to better understand the person I am listening to.” They agree with the statement at the level of undecided with an average of =3.01.

They agree with the statement "When meeting with people, I purposely do things that will make them comfortable" with an average of =3.14 at the level of indecisiveness.

“While listening, I take care not to interrupt the other person.” They agree with the statement at the level of undecided with an average of =3,30.

They agree with the statement "I don't hesitate to take the first step when I want to reconcile with someone I'm angry with" with an average of =3,39 at the level of undecided.

“I can adjust my tone of voice according to the nature of the subject.” They agree with the statement at the level of undecided with an average of =3.48.

“I try to control people and mold them into the mold I want.” They agree with the statement at the level of undecided with an average of =3.19.

“I don't pose spurious questions to people that they'll have trouble answering.” They agree with the statement at the level of undecided with an average of =3.28.

3. Difference Analysis Between Communication Skills and Demographic Variables

In this section, in order to examine whether the scores obtained by the students from the scale differ according to demographic variables, T-test was performed for two unrelated variables (gender) and One-way Analysis of Variance was applied for more than two unrelated variables (age and class), and the findings are given in the tables below.

Table 9. Analysis of Communication Skills Attitudes and Sub-Dimensions by Gender

		N	Average	Std. Deflection	t	p
Mental Communication Skills	Women	163	3,25	0,92	0,736	0,462
	Men	137	3,18	0,92		
Emotional Communication Skills	Women	163	3,16	0,96	0,768	0,443
	Men	137	3,13	0,98		
Behavioral Communication Skills	Women	163	3,19	0,89	1,701	0,090
	Men	137	3,17	0,89		
Communication skills	Women	163	3,20	0,88	1,113	0,267
	Men	137	3,16	0,88		

As can be seen in Table 9, according to the results of the t test, which was conducted to determine whether there is a difference in the levels of Mental Communication Skills, which is the sub-dimension of the Communication Skills Scale, according to gender, no significant difference was found between men and women. In other words, the Mental Communication Skills averages of male and female students were similar ($p=0.462$, $p > 0.05$).

According to the results of the T-test, which was conducted to determine whether there was a difference in the levels of Emotional Communication Skills, which is the sub-dimension of the Communication Skills Scale, according to gender, no significant difference was found between women and men. In other words, the mean Emotional Communication Skills of male and female students were similar ($p=0.443$, $p > 0.05$).

According to the results of the T-test performed to determine whether there is a difference in the levels of Behavioral Communication Skills, which is the sub-dimension of the Communication Skills Scale, according to gender, no significant difference was found between men and women. In other words, the Behavioral Communication Skills averages of male and female students are similar ($p=0.090$, $p > 0.05$).

According to the results of the T test performed to determine whether there is a difference in the levels of Communication Skills according to gender, no significant difference was found between women and men. In other words, the communication skills averages of male and female students are similar ($p=0.267$, $p > 0.05$).

Table 10. N, Mean and Standard Deviation Values for Attitudes and Sub-Dimensions of Communication Skills According to Age

		N	Ortalama	Std. Deflection
Mental Communication Skills	18-20 age	112	3,17	0,89
	20-28 age	101	3,18	0,92
	28-35 age	87	3,39	0,92
	Total	300	3,22	0,92
Emotional Communication Skills	18-20 age	112	3,14	0,93
	20-28 age	101	3,11	0,97
	28-35 age	87	3,30	0,97
	Total	300	3,14	0,97
Behavioral Communication Skills	18-20 age	112	3,13	0,76
	20-28 age	101	3,17	0,90
	28-35 age	87	3,25	0,91
	Total	300	3,18	0,89
Communication skills	18-20 age	112	3,15	0,78
	20-28 age	101	3,15	0,89
	28-35 age	87	3,31	0,88
	Total	300	3,18	0,88

As seen in Table 10, when the mean age variable of the Mental Communication Skills level, which is the sub-dimension of the Communication Skills Scale, is examined, the highest average score of 3.39 belongs to the students aged 28-35, and they are respectively 3.18 and 20-28 years old. It is seen that students in the 18-20 age group followed with 3.17.

When the age variable averages of the Emotional Communication Skills level are examined, it is seen that the highest average score belongs to the students aged between 28-35 with 3.30, followed by students in the age group of 18-20 with 3.14 and students at the age group of 20-28 with 3.11, respectively.

When the age variable averages of the Behavioral Communication Skills level are examined, it is seen that the students aged 28-35 with the highest scores have the highest score, followed by the students aged between 3.17 with 20-28 and 3.13 with the age group of 18-20, respectively.

When the average age variable of the Communication Skills level is examined, it is seen that the students aged 28-35 have the highest score with an average of 3.31, followed by the students aged between 18-20 and 20-28 with 3.15, respectively.

Table 11. Variance Analysis Results Regarding Attitudes of Communication Skills and their Sub-Dimensions Attitude Scores by Age

		Total	S.D.	Averages	F	P
Mental Communication Skills	Between Groups	13,583	2	6,792	8,396	0,000
	In Groups	240,236	297	0,809		
	Total	253,819	299			
Emotional Communication Skills	Between Groups	15,388	2	7,694	8,618	0,000
	In Groups	265,150	297	0,893		
	Total	280,538	299			
Behavioral Communication Skills	Between Groups	13,243	2	6,622	8,757	0,000
	In Groups	224,579	297	0,756		
	Total	237,822	299			
Communication skills	Between Groups	14,025	2	7,013	9,579	0,000
	In Groups	217,427	297	0,732		
	Total	231,452	299			

As seen in Table 11, the F test was used to determine whether the Communication Skills Scale scores showed a significant difference according to the age variable.

As a result of the one-way analysis of variance performed to determine whether the Mental Communication Skills scores showed a significant difference according to the age variable, the difference between the mean age groups was found to be statistically significant ($F=8,396$; $p=0,000 < 0.05$).

As a result of the one-way analysis of variance carried out to determine whether the Emotional Communication Skills scores show a significant difference according to the age variable, the difference between the mean age groups was found to be statistically significant ($F=8,618$; $p=0,000 < 0.05$).

As a result of the one-way analysis of variance performed to determine whether the Behavioral Communication Skills scores show a significant difference according to the age variable, the difference between the mean age groups was found to be statistically significant ($F=8,757$; $p=0,000 < 0.05$).

As a result of the one-way analysis of variance performed to determine whether the Communication Skills scores show a significant difference according to the age variable, the difference between the mean age groups was found to be statistically significant ($F=9.579$; $p=0.000 < 0.05$). In order to determine the source of the differentiation, first of all, Levine's Test

was used to determine whether the variances were homogeneous and the statistical values of the Levene test are given in the table.

Table 12. Levene Test Results by Age

	Levene Statistic	S.D.1	S.D.2	P
Mental Communication Skills	0,284	2	297	0,753
Emotional Communication Skills	0,055	2	297	0,946
Behavioral Communication Skills	3,061	2	297	0,058
Communication skills	0,498	2	297	0,608

As can be seen in Table 12, since the variance of the Mental, Emotional, Behavioral and Communication Skills scores ($p = 0.753, 0.946, 0.058$ and $0.608 > 0.05$) as a result of the Levene Test performed, the Tukey Test was applied and the results are given in the table below.

Table 13. Tukey Test Results by Age

	(I)	(J)	(I-J)	Std. mistake	p
Mental Communication Skills	28-35 age	18-20 age	0,522	0,129	0,000
Emotional Communication Skills	28-35 age	18-20 age	0,558	0,135	0,000
Behavioral Communication Skills	28-35 age	18-20 age	0,520	0,124	0,000
Communication skills	28-35 age	18-20 age	0,533	0,122	0,000

As can be seen in Table 13, as a result of the Tukey Test for Mental Communication Skills scores, one of the post hoc tests performed after the Levene test, it was seen that the average of the Mental Communication Skills scores of the students aged 28-35 was significantly higher than the students aged 18-20.

As a result of the Tukey Test for Emotional Communication Skills scores, it was seen that the mean Emotional Communication Skills scores of 28-35 years old students were significantly higher than those of 18-20 years old students.

As a result of the Tukey Test for Behavioral Communication Skills scores, it was seen that the Behavioral Communication Skills averages of 28-35 years old students were significantly higher than those of 18-20 years old students.

As a result of the Tukey Test for Communication Skills scores, it was seen that the communication skills averages of 28-35 years old students were significantly higher than 18-20 years old students.

Table 14. N, Mean and Standard Deviation Values for Attitudes and Sub-Dimensions of Communication Skills According to Class

		N	Average	Std. Deflection
Mental Communication Skills	1st Class	31	3,16	0,93
	2. Class	57	3,57	0,85
	3rd Class	55	2,82	0,79
	4th Class	157	3,21	0,97
	Total	300	3,22	0,92
Emotional Communication Skills	1st Class	31	3,04	1,00
	2. Class	57	3,58	0,88
	3rd Class	55	2,72	0,81
	4th Class	157	3,09	0,98
	Total	300	3,14	0,97
Behavioral Communication Skills	1st Class	31	3,13	0,82
	2. Class	57	3,56	0,85
	3rd Class	55	2,71	0,78
	4th Class	157	3,21	0,89
	Total	300	3,18	0,89
Communication skills	1st Class	31	3,11	0,88
	2. Class	57	3,57	0,81
	3rd Class	55	2,75	0,74
	4th Class	157	3,17	0,89
	Total	300	3,18	0,88

As seen in Table 14, when the class variable averages of the Mental Communication Skills level, which is the sub-dimension of the Communication Skills Scale, are examined, the highest average score belongs to the 2nd grade students with 3.57, and they are ranked as 3.21, 4th grade, 3rd grade students, respectively. It is seen that students who are in the 1st grade with 16 and 3rd grade with 2,82 follow.

When the class variable averages of the Emotional Communication Skills level are examined, it is seen that the highest average score belongs to the 2nd grade students with 3.58, they are respectively 3.09 to 4th grade, 3.04 to 1st grade and 2.72 to 3rd grade students, respectively. observed by the students.

When the class variable averages of the Behavioral Communication Skills level are examined, it is seen that the highest average score belongs to the 2nd grade students with 3.56, they are respectively 3.21 to 4th grade, 3.13 to 1st grade and 2.71 to 3rd grade students. observed by the students.

When the class variable averages of the Communication Skills level are examined, it is seen that the highest average score belongs to the 2nd grade students with 3.57, they are respectively 3.17 to 4th grade, 3.11 to 1st grade and 2.75 to 3rd grade students, respectively. students are observed.

Table 15. Variance Analysis Results of Attitude Scores of Communication Skills Attitudes and Sub-Dimensions by Class

		Total	S.D.	averages	F	P
Mental Communication Skills	Between Groups	23,229	3	7,743	0,505	0,679
	In Groups	230,591	296	0,779		
	Total	253,819	299			
Emotional Communication Skills	Between Groups	31,689	3	10,563	0,143	0,934
	In Groups	248,849	296	0,841		
	Total	280,538	299			
Behavioral Communication Skills	Between Groups	29,194	3	9,731	0,369	0,775
	In Groups	208,629	296	0,705		
	Total	237,822	299			
Communication skills	Between Groups	27,737	3	9,246	0,339	0,797
	In Groups	203,716	296	0,688		
	Total	231,452	299			

As seen in Table 15, the F test was used to determine whether the Communication Skills Scale scores showed a significant difference according to the class variable.

As a result of the one-way analysis of variance performed to determine whether the Mental Communication Skills scores showed a significant difference according to the class variable, the difference between the class group averages was not found statistically significant ($F=0.505$; $p=0.679 > 0.05$).

As a result of the one-way analysis of variance performed to determine whether the Emotional Communication Skills scores show a significant difference according to the class variable, the difference between the class group averages was not found statistically significant ($F=0.143$; $p=0.934 > 0.05$).

As a result of the one-way analysis of variance performed to determine whether the Behavioral Communication Skills scores show a significant difference according to the class variable, the difference between the class group averages was not found statistically significant ($F=0.369$; $p=0.775 > 0.05$).

As a result of the one-way analysis of variance performed to determine whether the Communication Skills scores show a significant difference according to the class variable, the difference between the class group averages was not found statistically significant ($F=0.339$; $p=0.797 > 0.05$).

Table 16. Relationship Analysis

		Mental Communication Skills	Communication Skills	Behavioral Communication Skills	Communication skills
Mental Communication Skills	r p N	1 300			
Emotional Communication Skills	r p N	0,784** 0,000 300	1 300		
Behavioral Communication Skills	r p N	0,733** 0,000 300	0,732** 0,000 300	1 300	
Communication skills	r p N	0,855** 0,000 300	0,857** 0,000 300	0,834** 0,000 300	1 300

** $p < 0,01$

As can be seen in Table 16, as a result of the correlation analysis performed to determine the relationship between the Communication Skills Inventory and its sub-dimensions, Mental Communication Skills and $r = 0.855$; $p=0.000 < 0.01$; Emotional Communication Skills $r = 0.857$; $p=0.000 < 0.01$, among Behavioral Communication Skills $r = 0.834$; A positive, high, statistically significant correlation was found at the $p=0.000 < 0.01$ level.

In addition, between Mental Communication Skills and Emotional Communication Skills, $r = 0.784$; A positive, moderate, statistically significant relationship was found at the level of $p=0.000 < 0.01$.

Mental Communication Skills and Behavioral Communication Skills $r = 0.733$; $p=0.000 < 0.01$ and between Emotional Communication Skills and Behavioral Communication Skills $r = 0.732$; A positive, moderate, statistically significant relationship was found at the $p=0.000 < 0.01$ level.

Conclusion and Recommendations

People who are in contact with others in their social life may inevitably encounter some problems. While effective problem-solving skills affect interpersonal relations positively, the inadequacy of effective problem-solving skills may cause some problems in interpersonal relations. On the other hand, developing or not developing communication skills can lead to differences in the probability of coping with interpersonal problems.

People who have a negative attitude towards problems and who are not responsible and self-confident may display similar behavior styles in terms of the problems they face, on the other hand, they cannot empathize, have difficulty in establishing trust and are less likely to exhibit positive communication skills. However, the development of effective problem-solving skills and communication skills will have a significant impact on coping with problems in interpersonal relationships and establishing positive communication with other people in the social environment; Controlling self-esteem is controlling anger, solving problems using positive problem-solving skills instead of aggression

In this study, multidimensional interpersonal problem solving and communication skills are carried out only on the university sample, and examining the relationships with only certain variables creates a limitation in the generalization of the results. Therefore, the research can be conducted in different samples by considering various psychosocial factors that may affect interpersonal problem solving and communication skills. On the other hand, it is thought that the research findings will contribute to the writing of a very limited area in which problem-solving skills and communication skills are examined. Another contribution of the research is the examination of problem-solving skills and communication skills in terms of age and gender. At the same time, the research findings show the need for the development of training programs for the development of problem-solving skills and communication.

KAYNAKÇA

ÇEVİK, D. B. ve ÖZMADEN, M. (2013). Öğretmen Adaylarının Problem Çözme Becerileri. Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi, 2(3), 270-275.

- Ciumara, Tudor. "International financial institutions and the Romanian transition: remarks on a bibliographical investigation." *Procedia Economics and Finance* 22 (2015): 755-761.
- Cüceloğlu, D. (2000). İnsan ve davranışı. İstanbul: Remzi Kitabevi
- DREER, L. E., JAKSON, W. T. ve ELLIOTT, T. R. (2005). Social Problem Solving, Personality Disorder and Substance Abuse. *Social Problem Solving and Offending: Evidence, Evaluation and Evolution*. Mary McMurrin and James McGuire (Eds.). West Sussex: John Wiley and Sons.
- ERÖZKAN, A. (2005). Üniversite Öğrencilerinin İletişim Becerilerini Etkileyen Faktörler. *M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 22, 135-150.
- İŞMAN, A., & ŞİMŞEK, A. P. D. İ. (2012). *Proceedings Book*.
- McCLURE, K. S., NEZU, A. M., NEZU, C. M., O'HEA, E. L. and McMAHON, C. (2010). Social Problem Solving and Depression in Couples Coping with Cancer. *Psycho-Oncology*, 21, 11-19.
- Oytun, M., & Yımal, A. (2019). The Impact Of Violence Of The Visual Media On High School Students.
- ÖZER, K. (2008). İletişimsizlik Becerisi. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- TUNCA.A,E, AVTÜRK KOLDAŞ, N. - Siyasal İletişim Ve Siyasal Pazarlama Perspektifinden 2013 KKTC Erken Genel Seçimi'ne Katılan Partilerin Yürüttükleri Seçim Kampanyaları
- TUNÇELİ, Hilal İlknur. "Öğretmen adaylarının iletişim becerileri ile öğretmenlik mesleğine yönelik tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi." *Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi* 3.3 (2013): 51-58.
- YÜKSEL A. H. (2010). İletişimin Tanımı ve Temel Bileşenleri. (ed. Uğur Demiray). *Etkili İletişim*. (3. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Ziya Aydın Ziya ÖZGÜR Prof. Dr. Aytekin İŞMAN. *İletişim Çalışmaları 2015* <http://www.tojcam.net> 1. Baskı Ağustos 2015

INVESTIGATION OF ORGANIZATIONAL CULTURE AND BUSINESS VALUES IN EDUCATIONAL MANAGEMENT

Azmiye YINAL

azmiye.ynl@gmail.com

Gülşen ÖZKÖK

gulsenozkok80@gmail.com

Ayhan DATLI

ayhandatli@gmail.com

Abstract

This study aims to reveal the relationship between educational administrators and their organizational culture and how these values are reflected in the organizational culture. In this study, the business values that play a role in the formation of organizational culture were examined, and it was investigated how the business values of the education administrators were in a relationship with the organizational culture. The source of one of the most important problems of educational administration is that the values specific to this field have not yet gained a system integrity. This study is important because it emphasizes the values of the managers and the business values included in the value system in the formation of the organizational culture of the organizations and the education managers and the spread of this culture to the society. Thus, this study will contribute to the formation of a value system specific to this field in educational administration.

The universe of the research. It consists of education administrators and teachers working within the borders of Nicosia, Famagusta, Girne, İskele and Güzelyurt. The data of the study were obtained by using two scales. The data were first collected with the data collection tool called "Values in Working Life Questionnaire" developed by Yücel (2018). Each selected manager determined to what extent their business values are important to them in each of the survey items. In addition, in this study, the second scale "Corporate Culture Scale" developed by the author aiming to reveal the types of organizational culture was used. Then, by looking at the relationship between these two scales with correlation analysis, the role of the business values in the formation of organizational culture types was examined.

Keywords: Values, Business Values, Organizational Culture

INTRODUCTION

In today's world, business values have an important place in understanding human behavior and attitudes. This is because, as Hofstede (1984) states, values are a building block that makes up every culture. The management style adopted in every culture varies from society to society, but in each society, values have a significant impact on management. By examining values, the causes of behavior can be defined, grouped and analyzed (Erdem, 2007). How educational administrators evaluate the management process and how they look at events is determined by the values they adopt and the business values attached to them (Weber, 1947). For more than 50 years, researchers have been researching industrial psychology, management, and

organization, with a strong emphasis on business values and value systems. Work values are an important concept in understanding and predicting people's reactions and job performances (Klenke, 2005).

Organizational culture: It is a type of culture related to the organizational environment and shaped by organizational practices. Organizational culture can be defined as beliefs, attitudes, and values that are shared and relatively stable within an organization. Organizational culture consists of a set of symbols, ceremonies and myths. All these convey the beliefs and values of the organization to the employees (Ouchi, 2015).

Work values: These are the values that enable the individual to be satisfied in his working life. Examples of business values include financial well-being, success, responsibility, and self-sacrifice. Business values are more specific than general individual values and are concepts that can be used for purposes. In general, work values are a more specific explanation of life values (Elizur, 1984). In the related literature, it can be mentioned that the effect of work values, which are the source of motivation that activates the actions, on the work performance of people in line with their goals and attitudes (Bursalıoğlu, 2000).

This study aims to reveal the relationship between the business values of educational administrators and organizational culture and how these values are reflected in the organizational culture. In this study, the business values that play a role in the formation of the organizational culture were examined and it was investigated how the business values of the education administrators were in relation with the organizational culture.

With the study of values, the causes of behavior can be identified, grouped and analyzed. How education administrators evaluate the management process, how they look at events, can be determined by the values they adopt and the business values attached to them. Researchers have argued that values are effective on organizational culture and cultural differences (Güçlü, 2003). Your values; decision making, strategy, attitude and behavior, work commitment and work effectiveness, success and creativity, loyalty, self and others evaluation, identification and organizational structure, etc. It has been found to be effective on the subjects (Bing, 2004).

Purpose of the research

This study aims to reveal the relationship between the business values of educational administrators and organizational culture and how these values are reflected in the organizational culture. In this study, the business values that play a role in the formation of organizational culture were examined, and it was investigated how the business values of the education administrators were in a relationship with the organizational culture.

Problem Statement

What are the business values that education administrators prioritize and how do these business values relate to the type of culture adopted by the organization? What role do the determined business values play in the formation of organizational

culture?

Sub Problems

1. When the unit of analysis is the individual, what type of organizational culture is most clearly chosen?
2. When the unit of analysis is the individual, which type of organizational culture is dominant among the dimensions that make up the organizational culture?
3. When the unit of analysis is the individual, which organizational culture dimension is evident in organizational culture types?
4. When the unit of analysis is the school, what type of organizational culture is most evident in schools?
5. When the unit of analysis is the school, which type of organizational culture is dominant among the dimensions that make up the organizational culture?

Limitations

The research will be carried out in the 2021 academic year. It is limited to the data obtained with the measurement tool applied to the administrators and teachers working in the private schools and kindergartens affiliated to the Ministry of National Education in Nicosia, Famagusta, Girne, Iskele and Güzelyurt regions.

METHOD

Universe and Sample

The universe of the research. It consists of 300 teachers and 40 education administrators working in the 2021 academic year in 60 educational institutions, including private schools and kindergartens affiliated to the Ministry of National Education, located in Nicosia, Famagusta, Girne, Iskele and Güzelyurt regions.

Data collection tool

The "Business Values Scale", developed by Yücel (2018) by scanning the relevant literature, includes 30 dimensions and there are 180 items under these dimensions. However, these dimensions were later reduced to 24 dimensions and 132 sub-items. Each selected manager determined to what extent work values were important to them in each of the scale items. The business values scale form consists of two parts.

Data Collection

The scale was used as a data collection tool in the study. Necessary permission was obtained from the school principals that the scales could be applied in schools. There are 1921 teachers in the educational institutions in Nicosia, Famagusta, Girne, Iskele and Güzelyurt districts, and 300 teachers in the central regions. In line with this information, 500 copies of the scale forms were applied to 60 educational institutions. Scale forms were collected by the researcher after an average of two weeks. A total of 340, 219 of the scale forms applied to the teachers and 121 of the scale forms applied to the administrators, were returned (Balçı, 2001).

Analysis of Data

The data obtained by the application of the scale were evaluated by entering the SPSS 13.0 package program in the computer environment. The scale data were obtained as follows: The "Business Values Scale" consisting of 132 scale items was

applied to the education administrators and the "Corporate Culture Scale" consisting of 64 items was applied to both education administrators and teachers working in the institutions where education administrators are affiliated. Safety and job guarantee, knowledge and research, recognition and appreciation, promotion-progress, competition, moral/affective satisfaction, influence and effectiveness, independence and autonomy, physical activity, workplace, excitement and adventure, money, cooperation. 132-item scale consisting of dimensions such as communication, being useful to society, entertainment, power, organizational identity, diversity of work, friendship and friendship, participation in decision, competence, personal development, flexibility; It is rated as None (1), Few (2), Normal (3), Quite (4), and Much (5). At the beginning of the scale, the administrators were asked to mark the appropriate score by specifying that after reading each statement, they would choose the option that suits them best.

RESULTS

Table 1: Demographic Variables and Categorization of Variable

Variable Name	
Gender	1- Mrç 2-Lady
Age	
Marital Status	1-Single 2-Married 3-Widow 4-Separated
Role in the Institution	1-Manager -Teacher
Seniority Year	In Total Yearrs
Education Status	1-Primary school 2- Secondary School 3- High School 4- Associate Degree 5- License 6- Master's Degree 7- Ph.D. 8- Other

In this scale, there are 8 dimensions such as the distinctive features of the organization, the bond that holds the employees together, leadership, strategic emphasis of the organization, management style, success criteria, communication and rewarding. With 64 items under these dimensions, the institutional culture type of administrators and teachers was tried to be determined. In each of these 8 dimensions, there are options such as two clans, two adhocracies, two markets/markets, and two hierarchies such as A, B, C, D, which measure organizational culture types. All A options represent clan

organizational culture, all B options represent adhocracy culture, all C options represent market (market) organizational culture, and all D options represent hierarchy organizational culture. Administrators and teachers were asked to distribute 100 points to options A, B, C, D. They were asked to give the options any score between 0 and 100.

Table 2. Statistics Showing the Differences Between Selected Organizational Culture Types and Organizational Culture Dimensions when the Unit of Analysis is Individual (N=340)

Variables	Avg	SS
The distinctive feature of the organization is the clan	29.18	13.96
The distinctive feature of the organization is adhocracy.	20.59	8.47
The distinctive feature of the organization is the market.	21.34	8.32
The distinctive feature of the organization is the hierarchy.	28.90	17.81
The bond that holds the organization together is the clan.	25.08	11.24
Organ. The bond that holds together adhocracy	25.10	11.00
The bond that holds the organization together is the market.	22.76	8.24
The link that holds the organization together is hierarchy.	27.03	17.36
leadership clan	24.58	10.68
leadership adhocracy	22.42	9.54
leadership market	20.61	7.52
leadership hierarchy	32.41	16.44
Organization's strategic emphasis	25.26	10.62
Organ. Strategic emphasis adhocracy	24.53	8.48
Organ. Strategic emphasis market	21.34	8.32
Organ. Strategic emphasis hierarchy	27.96	13.66
management style clan	30.66	16.52
Management style adhocracy	20.51	7.77
management style market	20.69	9.63
management style hierarchy	28.24	14.57
success clan	27.70	11.14
success adhocracy	23.96	9.23
success market	21.43	9.63
success hierarchy	26.74	12.67
Contact clan	31.85	13.60
contact adhocracy	26.73	10.21
contact market	19.26	9.01
Communication hierarchy	22.07	13.92
Reward clan	27.07	11.20
Reward adhocracy	23.95	8.48
reward market	21.12	7.64
Reward hierarchy	27.24	14.90
Clan	27.67	9.07
Adhocracy	23.47	5.98
Market	21.07	5.31
Hierarchy	26.57	12.14

Considering the issues that the organization emphasizes in a strategic sense, hierarchical organizational culture (27.96) is dominant in educational institutions. Educational institutions attach importance to stability and stability in a strategic sense. Considering the issues that the organization emphasizes in a strategic sense, the market organizational culture type (21.34) is the least chosen organizational

culture type. It is seen that one of the issues that educational organizations give the least importance is to establish dominance in educational environments where similar institutions are located.

When educational institutions are examined in terms of communication, clan organizational culture (31.85) is dominant in educational institutions. There is face-to-face communication that takes place in a certain closeness between employees who are connected to each other with a close bond, which is a characteristic of this type of organization. When we look at the findings, the lowest frequency in terms of communication belongs to the market organizational culture type (19.26). In other words, there is no communication in educational organizations to protect personal interests.

Table 3. Statistics Showing Organizational Culture Dimensions That Are Obvious in Organizational Culture Types when the Unit of Analysis is Individual (N=340)

Variables	Avg	SS
The distinctive feature of the organization is the clan	29.18	13.96
The bond that holds the organization together is the clan.	25.08	11.24
leadership clan	24.58	10.68
Organization's strategic emphasis	25.26	10.62
management style clan	30.66	16.52
success clan	27.70	11.14
Contact clan	31,85	13.60
Rewarding clan	27.07	11.20
The distinctive feature of the organization is adhocracy.	20.59	8.47
Organ. The bond that holds together adhocracy	25.10	11.00
leadership adhocracy	22.42	9.54
Organ. Strategic emphasis adhocracy	24.53	8.48
Management style adhocracy	20.51	7.77
success adhocracy	23.96	9.23
contact adhocracy	26.73	10.21
Rewarding adhocracy	23.95	8.48
The distinctive feature of the organization is the market.	21.34	8.32
The bond market that holds the organization together	22.76	8.24
leadership market	20.61	7.52
Strategic emphasis of the organization	21.34	8.32
management style market	20.69	9.63
success market	21.43	9.63
contact market	19.26	9.01
reward market	21.12	7.64
The distinctive feature of the organization is the hierarchy.	28.90	17.83
Hierarchy, the bond that holds the organization together	27.03	17.36
leadership hierarchy	32.41	16.44
Organ. Strategic emphasis hierarchy	27.96	13.66
management style hierarchy	28.24	14.57
success hierarchy	26.74	12.67
communication hierarchy	22.07	13.92
Reward hierarchy	27.24	14.90

When Table 3 is examined, it is seen that administrators and teachers working in educational institutions identify clan culture, management style and

communication dimensions with themselves.. It is seen that administrators and teachers working in educational institutions identify with themselves the culture of adhocracy and the dimensions of the bond that holds communication and organization employees together.. It is seen that administrators and teachers working in educational institutions identify with themselves the market/market culture and success criteria, forms of reward and the dimensions of the bond that holds the employees of the organization together.. It is seen that administrators and teachers working in educational institutions identify with themselves the dimensions of hierarchy culture and leadership, distinctive features of the organization and management style. Considering the distinctive features of the organization, it is seen that the hierarchical organizational culture type is dominant.

Table 4. Statistics Showing Organizational Culture Dimensions That Are Obvious in Organizational Culture Types When the Unit of Analysis is School (N=71)

Variables	Avg	SS
The distinctive feature of the organization is the clan	29,76	8,46
The bond that holds the organization together is the clan.	24,51	6,56
leadership clan	24,66	6,34
Organization's strategic emphasis	24,94	6,53
management style clan	31,79	12,47
success clan	28,40	9,09
Contact clan	31,45	7,62
Reward clan	27,03	7,12
The distinctive feature of the organization is adhocracy.	20,75	4,64
Organ. The bond that holds together adhocracy	25,83	6,83
leadership adhocracy	22,76	5,21
Organ. Strategic emphasis adhocracy	25,03	4,79
Management style adhocracy	20,56	4,16
success adhocracy	23,85	6,12
contact adhocracy	28,11	7,22
Rewarding adhocracy	24,41	4,95
The distinctive feature of the organization is the market.	21,78	4,30
The bond market that holds the organization together	23,16	5,35
leadership market	20,40	3,88
Strategic emphasis of the organization	21,78	4,30
management style market	20,30	5,63
success market	21,46	4,74
contact market	19,06	5,21
reward market	21,35	4,09
The distinctive feature of the organization is the hierarchy.	27,73	10,82
Hierarchy, the bond that holds the organization together	26,46	10,61
leadership hierarchy	32,24	9,66
Organ. Strategic emphasis hierarchy	27,82	7,83
management style hierarchy	27,41	8,58
success hierarchy	26,16	7,23
communication hierarchy	21,30	8,61
Reward hierarchy	26,96	8,68
Clan	27,82	5,87
Adhocracy	23,91	3,30
Market	21,16	2,87
Hierarchy	26,01	7,14

When Table 4 is examined, it is seen that the clan culture and management style (31.79) and communication (31.45) dimensions, adhocracy culture and communication (28.11) and the bond that holds the organization employees together (25.83) of administrators and teachers working in educational institutions.) are seen to identify their dimensions with themselves.. It is seen that the administrators and teachers working in educational institutions identify with themselves the dimensions of the bond that holds the market culture and the employees of the organization together (23,16), the subjects that the organization emphasizes strategically (21,78), and the distinctive features of the organization (21,78)..

Table 5: T-test Results Showing the Examination of Managers' Work Values by Gender (N=121)

Variables	Gender	N	Avg	SS	t	P
Security/job guarantee	Male	110	4.43	.659	.788	.432
	Woman	11	4.59	.436		
Information and research	Male	110	4.44	.674	1.61	.110
	Woman	11	4.78	.404		
recognition-appreciation being made	Male	110	3.84	.888	.224	.823
	Woman	11	3.90	.665		
ascension-progression	Male	110	3.77	.837	.035	.972
	Woman	11	3.76	.763		
Rivalry	Male	110	3.41	.942	.173	.863
	Woman	11	3.36	1.15		
moral/affective	Male	110	4.33	.517	2.01	.047*
	Woman	11	4.92	.184		
satisfaction	Male	110	4.35	.618	.540	.590
	Woman	11	4.45	.465		
influencing be effective	Male	110	4.15	.751	1.17	.243
	Woman	11	4.43	.525		
independence and autonomy	Male	110	3.19	.870	.709	.480
	Woman	11	3.38	.882		
physical activity	Male	110	4.11	.762	.556	.579
	Woman	11	3.97	.809		
workplace	Male	110	3.72	.838	1.29	.198
	Woman	11	4.06	.829		
excitement/adventure	Male	110	3.68	.771	.997	.321
	Woman	11	3.93	.767		
	Male	110	4.42	.555		
	Woman	11	4.54	.650	.688	.493

* $p < 0.5$; ** $p \leq 0.001$

Looking at Table 5, it is seen that there are significant differences between the work values of managers in terms of gender. It is seen that among the job values, moral/affective satisfaction ($p < 0.05$) values differ among managers in terms of gender.

Table 6. Frequency distribution showing the dominant culture type in the Organization when the Unit of Analysis is the Individual (N=340)

	Frequency	Percent
CLAN	143	42,1
ADHOCRACY	31	9,1
MARKET	13	3,8
HIERARCHY	128	37,6
UNKNOWN TYPE	25	7,4
TOTAL	340	100,0

When the percentage and graphic distribution of organizational culture types dominated by administrators and teachers are examined, the most dominant organizational culture type is clan (42.1%), hierarchy (37.6%), adhocracy (9.1%), market (3%, 8) appears to be. The rate of educational institutions that do not adopt these organizational culture types, that is, the organizational culture type is not clear, is 7.4%.

Table 7. Frequency distribution showing the dominant culture type in the organization when the Unit of Analysis was School (N=71)

	Frequency	Percent
CLAN	29	48,2
ADHOCRACY	5	8,3
HIERARCHY	26	43,3
TOTAL	60	100,0

When the percentage rate and graphic distribution of the dominant organizational culture types seen in educational institutions are examined, it is seen that the most dominant organizational culture type is clan (48.2%), hierarchy (43.3%) and adhocracy (8.3%). When the administrators and teachers are evaluated individually, it is seen that the Sunday organizational culture type is encountered, but when the educational institutions are evaluated as a whole, this organizational culture type is not encountered in these institutions. It is seen that educational institutions feel their institutions as a large family, but these institutions are built with order and rules, open to innovation and development, and where competition and superiority do not take place at all.

CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

This study aims to reveal the relationship between the business values of educational administrators and organizational culture and how these values are reflected in the organizational culture. In this study, the business values that play a

role in the formation of the organizational culture were examined and it was investigated how the business values of the education administrators were in relation with the organizational culture. In the study, answers were sought to the questions of what are the business values that education administrators give priority to, and what is the relationship between these business values and the type of culture adopted by the organization.

The source of one of the most important problems of educational administration is that the values specific to this field have not yet gained a system integrity. This study is important because it emphasizes the values of the educational administrators in the formation of the organizational culture of the organizations and the education administrators and the spread of this culture to the society, and the business values included in the value system. Thus, this study will contribute to the formation of a value system specific to this field in educational administration.

In the study, only the work values of the administrators were examined, the work values of the teachers were not examined. Then, by determining the prominent work values of the teachers, the value system in the institution can be determined. According to this determined value system, administrators and teachers are required to carry out education and training within a system by knowing this value system. It is necessary to know which values are important in school life and to internalize them in terms of teachers and administrators. The source of one of the most important problems of educational administration is that the values specific to this field have not yet gained a system integrity. This study will contribute to the formation of a value system specific to this field in educational administration.

In the study, data analysis was done in two different ways. First, the unit of analysis was examined as an individual. Afterwards, the unit of analysis was evaluated as a school. The fact that the unit of analysis is the school is an important point in the studies of organizational culture. It can be recommended to examine the analysis unit as a school for those who want to work on issues that require a holistic evaluation of the institution, such as organizational culture. In future research, it can be investigated to what extent the business values that education administrators care about are met. In addition, in this study, only the current organizational culture type was determined. The ideal organizational culture type, which is desired to be in educational institutions, has not been considered. In later studies, the differences between the current organizational culture and the desired

organizational culture can be examined. Again in later studies, organizational culture type of employees, job satisfaction, organizational performance, organizational citizenship, organizational justice and so on. relationships can be explored.

References

- Balcı, A. (2001). *Etkili Okul, Okul Geliştirme, Kuram Uygulama ve Araştırma*. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Bing, J. (2004). Hofstede's Consequences: The Impact Of His Work On Consulting And Business Practices, *The Academy Of Management Executives* 18(1), 80–87.
- Bursalıoğlu, Z. (2000). *Okul Yönetiminde Yeni Yapı ve Davranış*. Ankara: Pegem A.
- Elizur, D. (1984). Facets Of Work Values: A Structural Analysis Of Work Outcomes.
- Erdem R. (2007). Örgüt Kültürü Tipleri İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki. *Journal Of Applied Psychology*, 69, 379–389.
- Güçlü, N. (2003). Örgüt Kültürü. Kırgızistan – Türkiye Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı 6.
- Hofstede, G. (1984). The Cultural Relativity Of The Quality Of Life Concept. *Academy Of Management Review*, 9, 389–398.
- Klenke, K. (2005). Corporate Values As Multi-Level, Multi-Domain Antecedents Of Leader Behaviors. *International Journal Of Manpower*, 1, 50-66.
- Osmangazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, Ekim, 2(2),63-67*
- Ouchi, W. G. (2015). *Teori Z: Japonların Yönetim Tarzı Nasıl İşliyor?*, Çev.Yakut Güneri,İstanbul:İlgi Yayıncılık.
- Weber, M. (1947). *Theory Of Social And Economic Reform*. New York: Free Press.

İLETİŞİM ORTAMLARININ SOSYALLEŞME ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNİN İNCELENMESİ

Dr. Azmiye YINAL

Dr. Figen YAMAN LESİNGER

ÖZET

Sosyal yapının evrimi ile iletişim ortamı ve kişisel araçlar da gelişir. Bu durum sosyalleşme olgusunun da değiştiğini göstermektedir. Bilgi toplumunda en önemli iletişim ortamı olan sosyal ağ, artık sosyalleşme süreci için yeni bir yapı olarak ortaya çıkmıştır. Bu çalışmanın temel amacı, yeni bir sosyalleşme yapısı oluşturmaya çalışmak ve sosyal ağların sosyalleşme üzerindeki etkilerini ortaya koymaktır.

ABSTRACT

With the evolution of the social structure, the communication environment and personal tools also develop. This shows that the phenomenon of socialization has also changed. The social network, which is the most important communication medium in the information society, has now emerged as a new structure for the socialization process. The main purpose of this study is to try to create a new socialization structure and to reveal the effects of social networks on socialization.

Giriş

Geçmişten günümüze dünya yaşamı için küçük fakat insan ömrü için uzun bir zaman kaplayan insanlık tarihinde, kendinin varlığını anlayan yani homo sapiens sapiens olarak tanımlanan farkındalığının farkında olan insan bir grup olarak hareket ederek, kendisi için değil grup için uygun faaliyetlerde bulunma anlayışına girmiştir. Geçen zamanla birlikte ise var olduğu kümenin daha da anlam kazanması ve kendisinin de o grup içinde şekillenmesine olanak sağlamıştır (Dolgun, 2008).

Bilgi toplumu içerisine yerleştığımız her anla birlikte yeni iletişim ortamlarının kullanımının, gündelik hayatımızın her alanında son hızla yükseldiğini görebilmekteyiz. Yeni iletişim ortamları ile artık fiziksel uzam, sanal uzamla tek bir paralel içerisinde tek bir vücut gibi eş zamanlı olarak yer almaya başlamıştır. Özellikle internetin gelişimi ve etkin kullanımı ile hayatımızın her alanında yüksek miktarda bilgiye erişim ve onu iletim hızımızda hatırı sayılır önemli bir artış gözükmektedir (Geray, 2002).

Homeros'un ilya da & Odysseia eserinde ilk olarak bahsettiği Agoralar daha çağdaş bir toplumsallaşma alanı olarak gözümüze çarpar. İnsanlar hangi sınıf içerisine dahil olurlarsa

olsunlar başta siyasi olmak üzere felsefi ve sosyal konularda fikirlerini özgürce söyleyebilmiş hatta toplumla bütünleşerek o toplumun şeklini almaya başlamışlardır. Agoralardan günümüze kadar özellikle iletişim ortamlarının ve bu ortamlarda kullanılan araçların gelişimi ile birlikte sosyalleşmenin hızı, ortamı ve boyutu değişmiş ve süreç içinde bir artış gözlenmeye başlamıştır (Homeros ve Odyssea, 2009).

Sosyalleşme ya da toplumsallaşma kelimelerini incelemeyen önce işin temeline, bireye inmek gerekir. Bireyi tanıladıktan sonra toplum, kültür gibi temel terimleri incelememiz gerekmektedir. Ardından toplumlaşmaya yani sosyalleşmeye geçmek daha uygun olur (Göker ve ark, 2010).

Sosyalleşme, yalnızca bir bireyin davranışını düzenleme, sınırlama veya kontrol etme süreci değildir. Aynı zamanda olumlu ve yapıcı yönleri olan biçimlendirici ve yaratıcı bir süreçtir. Diğer bir deyişle sosyalleşme, bireyi cesaretlendirme ve motive etme, bireyde çok sayıda heves ve istek oluşturma, kişisel gelişim ve başarıyı hedefleyen, kişisel hayattan zevk alma düzeyini yükseltme sürecidir (Stevenson, 2003).

Kültür, bir toplumun üyelerinin ya da toplumdaki grupların yaşam biçimlerine göndermede bulunur. Türk Dil Kurumu kültürü tanımlarken de; “ Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmeye kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü, hars, ekin. ” diyerek kültürün belirli bir toplum için kısaca bireyleri birbirine bağlayan bir karşılıklı ilişkiler sistemidir şeklinde özetlenmesine izin verir (Övür, 2009).

Kültür bir toplumun yaşam biçimidir. Bu açıdan toplumlar arası farklılıklar gösterir ve kuşaklararası aktarılacak değişim gösterir. Kültür, öğrenilebilir, süreklidir, toplumsaldır, değişebilir, bütünleştiricidir olarak bazı özellikleri mevcuttur (Yaman Lesinger, F, 2017).

Ayrıca, içinde doğduğumuz ve belli bir seviyeye ulaştığımız kültür ortamının davranışımızı çok fazla etkilemesi, her türlü bireysellikten veya hür bir iradede yoksun olabileceğimiz düşünebilir (Akay, 2006). Yine de, sosyalleşme bununla birlikte kişisel fikirlerimizin ve özgürlüğümüzün de temelinde yer alır (Yınal, Kalkan & Çakıcı, 2021). Sosyalleşme süresi boyunca her birimiz bir kimlik duygusu ile hür düşünebilme ve eylem yeteneği geliştirebiliriz. İleride göreceğimiz sosyalleşme ajanları içinde yer alan aile, okul, medya, işyeri ve devletin bulunduğu birimlere karşı egemen sınıfta gördüğümüz devletin ideolojik aygıtlarının da bu sosyalleşme ajanları ile aynı kavramlar olması ve sosyalleşmenin aslında ideolojik bir araç olabilmesi ihtimali, yine bu makale çalışması içinde düşünülen çalışmalardan biri olacaktır.

İşte bu karşılıklı farklı anlayışlar bizleri bu konuda araştırmaya sevk etmektedir. Modernizmin makine kentinden, post-modernizmin enformasyon kentine emin adımlarla yönelen toplum;

yeni iletişim ortamlarının gerçekleşmesi ile sosyalleşmenin neresinde yer almaktadır? Pozitif mi yoksa negatif yönde bir etkilenme mi söz konusudur? İşte bu araştırmamızda irdedeceğimiz en önemli noktalar bunlardır.

Yöntem

Bu araştırma konusu için anket tekniği kullanılarak bilgi toplama yoluna gidilmiştir. Bilimsel bir araştırma içinde anketle veri toplanarak daha önceden yorumlanan bilgileri tamamlayıcı, içeriği zenginleştirici bir çalışma yapılmasına çalışılır. Anket çalışmasının sosyolojik bir analiz niteliğinde olması gerekir. Bu araştırmada üç bölüm üzerinden sosyolojik bir yapı çizilmesi amaçlanmıştır.

Anketin ilk bölümünde; katılan kişilerin demografik yapısı ortaya çıkarılmış interneti ve sosyal paylaşım ağlarını kullanım sıklıkları ölçülmeye çalışılmıştır. Böylece bireylerin interneti kullanma sıklığı ile sosyal paylaşım ağlarını kullanmaları arasında ki ilişki irdelenmek istenmiştir.

İkinci bölümde; bireylerin sosyal paylaşım olmaksızın bireylerin yakın akrabaları, yakın ve uzak arkadaşları ile ilişkilerinin yüz yüze veya geleneksel sosyalleşme ortam ve araçları ile ne boyutta olduğu ortaya çıkarılmıştır. Böylece sosyalleşmenin sosyal paylaşım ağısız günümüz profilini çıkartmak amaçlanmıştır.

Üçüncü bölümde ise bireylerin sosyal paylaşım ağlarını kullanma dereceleri ve bunların akraba ve yakın/uzak arkadaş grupları ile ilişkilerdeki yeri saptanmıştır. Bu noktada sosyal paylaşım ağları olmaksızın ve sosyal paylaşım ağları ile oluşan ilişkilerin genel yapısı çizilmiştir. Bu noktada sosyal paylaşım ağlarının birey ilişkilerinde ve sosyalleşme boyutlarında bir hızlı yükselen bir yenilik mi yoksa mevcut sistemin ciddi alçalma veya yükselme yaşamdan yerini alan yeni bir yapı mı olup olmadığı incelenmek istenmiştir. Ayrıca bireylere sorulan son soru ile, bireylerin sosyal paylaşım ağlarının kullanımda hayatlarına ne etkisi olduğu belirtmeleri söylenerek, toplumun yeni iletişim ortamlarına ve araçlarına bakışı sorgulanmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın Konusu ve Amacı

Bu araştırma ile daha önceden yapılan çeşitli araştırmaların dile getirmeye çalıştığı Yeni İletişim Ortamları ve Sosyalleşme kavramlarını ortak bir yapıda birleştirerek incelemeye çalışılmıştır. “İletişim Ortamlarının Sosyalleşme Üzerine Etkisinin İncelenmesi” adlı bu araştırmada, bireylerin sosyal yaşamlarında ve sosyalleşme durumlarında yeni iletişim ortamlarının yeri ve etkisi araştırılmaktadır.

Bu çalışma; toplumu oluşturan bireylerin yaşam alanlarında, sosyal çevrelerinde yeni iletişim ortamları aracılığıyla meydana gelmiş yeni koşullar ve yaşam standartları konu edinilmiştir. Yeni iletişim ortamlarının açık yapısıyla sınırsız imkanlar sunması ile bireylerin yaşam alanlarında vazgeçilmez bir ortam olmasına sebep olmaktadır. Geleneksel araç ve ortamlarını yerini yavaş yavaş yeni iletişim ortamlarına bırakmaya başlamaktadır.

Bu noktada çalışmanın amacı kendiliğinden doğmaktadır. Bireylerin gündelik yaşam sınırları içinde yaşadıkları sosyalleşme sürecinde günümüzün yeni iletişim ortamlarının etkisini ve geleneksel ortamlarının yerini ne derece aldığı amaçlanmıştır. Arzu edilen sonuç makale içerisinde belirtilen daha önce yapılmış olan araştırmaları destekleyici hatta onları bir adım daha yukarı götürecek bir sonuç elde ederek, sonuç bölümünde belirtmiş olduğumuz kavramsal yapının teoriksel durumunun pratik bağlamda da desteklenmesidir.

Araştırmanın Evreni ve Örneklem

Araştırmanın konusu ve amacı tüm bireyleri ilgilendirmektedir. Aşağıdaki tabloda “ İki Ayrı Güven Düzeyi ve Çeşitli Kesinlik (Göz Yumulabilir Yanılgı) Sınırları İçin Örnek Büyüklükleri” %95 Güven Düzeyi oranında belirtilmiştir.

Evren Büyüklüğü	Kesinlik (Göz Yumulabilir Hata)				
	+ 1%	+ 2%	+ 3%	+ 4%	+ 5%
1.000	**	**	**	375	278
2.000	**	**	696	462	322
3.000	**	1334	787	500	341
20.000	6489	2144	1013	583	377
50.000	8057	2291	1045	593	381
100.000	8763	2345	1056	597	383
500.000 to ∞	9423	2390	1065	600	384

Tablo-1 : “İki Ayrı Güven Düzeyi ve Çeşitli Kesinlik (Göz Yumulabilir Yanılgı) Sınırları İçin Örnek Büyüklükleri- %95 güven düzeyi”

Bu tabloya göre, bu çalışmada sahip olduğumuz popülasyonun büyüklüğü ve %5 hata payı göz önüne alındığında, örneklem büyüklüğümüz en az 38 olmalıdır. Bu nedenle birçok kişi Okay'a ulaşmaya yönelmiştir. Anketlerin bir kısmı elden, bir kısmı da internet üzerinden farklı kişilere

dağıtılmıştır. İnternet üzerinden <http://www.surveygizmo.com/s3/807833/65f2dac05e2> linki e-posta, sosyal ağlar ve çeşitli bilgisayar forumları üzerinden paylaşarak gönderilen anketlerin yenilenmemesi için aynı kişi tarafından IP kontrolü yapılmıştır. ağ. Toplam 680 kişi ile görüşülmüştür. Ancak çevrimiçi sorunlar veya eksik kullanıcı girişi ve çeşitli kullanıcı hataları nedeniyle 125 anket geçersiz sayılarak 555 kişilik bir örneklem işleme alındı.

Veri Analizi

Bulgularda kullanılan anketler ve anketler bilgisayar ortamında değerlendirilebilecek şekilde uygun formatta hazırlanmıştır. Toplanan formlar veya çevrimiçi olarak elde edilen veriler uygun formata getirilerek "SPSS for Windows 17.0" adlı bir programa geçirilerek analiz edilir İletişim ortamlarının sosyalleşme üzerine etkisi adlı bu araştırmada elde edilen veriler yorumlanarak çeşitli çıkarımlar elde edilmiştir. Bu bölüm içerisinde elde edilen verilere göre tablolar, sayısal veriler, bu değerlere karşılık gelen grafiksel gösterim ve yüzdelik değerler belirtmeye çalışılmıştır.

Demografik Bulgular

Bu araştırmada yer alan kitle ve verdikleri sonuçlarla ilgili yorum yapabilmek için öncelikle kitleyi tanıtan ve onun biçimsel özelliklerini aktaran gösteren değerler elde edilmiştir. Bu değerler ankete katılan bireylerin; cinsiyet, yaş, öğrenim durumu, toplanan maddi gelir, interneti ve sosyal paylaşım ağlarını kullanım sıklıkları, interneti hangi amaçla kullandıkları ve en çok hangi sosyal paylaşım ağını kaç adet arkadaş ilişkisi ile kullandıkları elde edilmeye çalışılarak, ankete katılan bireylerin hem yeni iletişim ortamları ile arasındaki ilişki hem de sosyolojik özellikleri ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

Cinsiyet Durumu

Tablo-2 : Cinsiyete Göre Dağılım

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Cinsiyet	ERKEK	393	70,8	70,8	70,8
	KADIN	162	29,2	29,2	100,0
	Total	555	100,0	100,0	

Toplumsal yapı içerisinde bireylerin davranışlarında ve toplumsal ilişkilerinde cinsiyetlerin faktörü önemlidir. Özellikle teknolojik araçların kullanımı açısından baktığımızda kadın ve erkeklerin bu teknolojik araçlarla ve bunları etkin kullanımları arasında geçmişte önem arz eden farklı davranışlar olduğu bilinmektedir. Bu noktadan yola çıkarak sosyalleşme ile yeni iletişim

ortamları arasındaki ilişki incelenirken de cinsiyet faktörünün göz önüne alınması gerekmektedir. Araştırmaya katılan bireylerin cinsiyet durumları tablosu ve grafiksel gösterimi aşağıda yer almaktadır. Tabloda görüldüğü üzere ankete katılan 555 kişinin yüzde 29,2'si kadınlardan oluşmaktadır. Genel açıdan bakıldığında kadınların katılımının erkeklere oranla düşük olması düşündürücü olmasının yanı sıra kadınların davranışlarını ayrı ayrı inceleyebilecek olmamız açısından çok önemli bir sorun teşkil etmemektedir.

Yaş Durumu

Tablo-3 : Yaş Gruplarına Göre Dağılım					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15-18	55	9,9	9,9	9,9
	19-24	48	8,6	8,6	18,6
	25-32	399	71,9	71,9	90,5
	32-40	47	8,5	8,5	98,9
	40 ve Üzeri	6	1,1	1,1	100,0
	Total	555	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan bireylerin yaş dağılımlarını gösteren tablo ve grafik aşağıda gösterilmektedir. Bu tablo ve grafik dikkatli incelendiğinde 25-32 yaş grubu üzerinde ciddi bir dağılım olduğu görülmektedir. Aslında 25-32 yaş grubu bu araştırma içinde tehlike arz edebilecek bir grup olmaktadır. Çünkü bu yaş grubundaki bireyler geleneksel sosyalleşme ortam ve araçları ile günümüz yeni iletişim ortamları ile ortaya çıkan sosyalleşme ortam ve araçlarını beraber kullanan bir gruptur. Bu noktada iyi olan nokta yeni iletişim ortam ve araçlarının özellikle bu grup tarafından kullanım değeri ve gösterdikleri eğilimler araştırma sonrası ele alınabilecek başka konular içinde yol göstermesi beklenmektedir.

İnternet Kullanma Sıklığı

Tablo-4 : Bireylerin İnterneti Kullanma Sıklığı					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Haftada Bir	1	,2	,2	,2
	Hergun	541	97,5	97,5	97,7
	İki Uc Gunde Bir	13	2,3	2,3	100,0
	Total	555	100,0	100,0	

incelendiğinde ankete katılan bireylerin % 97,5 kadarının interneti her gün kullanması ve % 44'ün 5 saatten fazla ya da % 69'unun 3 saatten fazla kullanması toplumun artık online bir yaşam içerisinde olduğunu gösteren önemli bir noktadır. Tabii bu noktada bu kadar sık ve yoğun bir internet kullanımının hangi amaçla yapıldığını belirtmek de gereklidir.

Tablo-5 : Bireylerin Gün içinde İnterneti Kullanma Sıklığı

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 Saatten Az	3	,5	,5	,5
1-2 Saat	67	12,1	12,1	12,6
2-3 Saat	101	18,2	18,2	30,8
3-4 Saat	140	25,2	25,2	56,0
5 Saatten Fazla	244	44,0	44,0	100,0
Total	555	100,0	100,0	

İnterneti Kullanma Amacı

Yukarıdaki interneti kullanma sıklığı dikkat edildiği üzere yüksek değerlikli ifadelerdedir. Bu sebeple bu kullanma sıklığının sebebi önemli bir durum olmaktadır.

Bireylere interneti kullanma amaçları sorulduğunda 5 maddeli bir liste verilmiş ve bunları önem derecesine göre sıralamaları istenmiştir. Verilen cevaplara göre her bir değer toplam değer puanı oluşmuş ve önem dereceleri aşağıda görüldüğü gibi sıralanmıştır. Bu tablo göz önüne alındığında bireylerin interneti temel kullanma sebepleri iki madde üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bunlardan ilki haber ve bilgiye erişim ikincisi ise iletişim ayağıdır.

Tablo-6 : Bireylerin İnterneti Kullanım Amaçları Önem Listesi

Kullanım Amacı	Toplam Puan	Önem Derecesi
Haber / Bilgi	2470	1
İletişim	2004	2
Ödev / Araştırma	1580	3
Film /Dizi İzleme	999	4
Oyun	690	5

Tablo-6 deki değerler göz önüne alındığında iletişimin internet üzerinde kullanımının önemli bir yer kaplaması beraberinde özellikle sosyal paylaşım ağlarının yerinin sorgulanmasını ve dolayısıyla bu iletişim ayağında sosyalleşmenin nerede olduğu önem kazanmaktadır.

Sosyal Paylaşım Ağları Kullanımı

Bu bölümde sosyal paylaşım ağlarının kullanım oranı ve sıklığı bireylerin bağlı oldukları bir sosyal ağ üzerindeki arkadaş yoğunluğu incelenmektedir. Aşağıdaki tabloları incelediğimizde ankete katılan bireylerin %90'ının sosyal paylaşım ağlarını kullandığını görebilmekteyiz. Bu bağlamda iletişimin hangi aralıkla büyük yer kapladığını tahmin edebiliriz. Ayrıca bir sosyal paylaşım üyesi olan üyelerden yaklaşık %89'u facebook kullandığını söylemektedir.

Ayrıca sosyal paylaşımına bağlı olan bireylerin gün içinde bağlı oldukları zamana dikkat çektiğimizde bireylerin yaklaşık %57'sinin 1 saatten az, %26'sının ise 12 saat arası zaman geçirdiğini söylemesi ve sadece %5'lik bir kısmının 5 saat ve üzeri bağlı olması sosyal paylaşım ağları ve bağımlılık konusunda yer alan çalışmalara yönelik bir örnek gösterilebileceği düşünülmektedir. Çünkü önemli sayıda uygulanan bir örneklem grubunda 5 saat üzeri sosyal paylaşım ağlarından kopamayan bireyin sadece %5'lik bir dilime denk gelmesi sosyal paylaşım ağları üzerine yüklenen kötümser bakış açısının da yersiz olabildiğini göstermektedir.

Tablo-7 : Bireylerin Sosyal Paylaşım Ağı Kullanma Oranı

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	EVET	497	89,5	89,5	89,5
	HAYIR	58	10,5	10,5	100,0
	Total	555	100,0	100,0	

Tablo-8: Bireylerin Kullandığı Sosyal Paylaşım Ağı Dağılımı

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dıger	24	4,3	4,3	4,3
	Facebook				
	Friendfe	23	4,1	4,1	8,5
	Google+				
	Twitter	475	85,6	85,6	94,1
	Total	1	,2	,2	94,2
		16	2,9	2,9	97,1
	16	2,9	2,9	100,0	
	555	100,0	100,0		

Bireylerin Sosyalleşmede Geleneksel İletişim Araçlarını Kullanma Durumları

Yapılan araştırma aynı zamanda bireylerin yeni iletişim ortamlarını kullanmadıkları durumlardaki sosyal yapılarını ve davranış biçimlerini gösterebilmektedir. Özellikle katılan

bireylerden yeni iletişim ortamlarına bağılı olmadıkları zamanda yakın akrabalar, arkadaşlar veya uzak bölgede yaşayan tanıdıkları ile arasındaki ilişkileri sorulmuş ve bunların analizleri dikkatli bir şekilde incelenmiştir. Bu sonuçlara göre ;

Tablo-9 : Bireylerin Yakın Akraba İle Yuzyuze Veya Geleneksel Araçlarla Görüşme Dağılımı

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Her Zaman	137	24,7	24,8	24,8
	Sık Sık	198	35,7	35,8	60,6
	Ara Sıra	172	31,0	31,1	91,7
	Nadiren	41	7,4	7,4	99,1
	Hiçbir Zaman	5	,9	,9	100,0
	Total	553	99,6	100,0	
Missing	System	2	,4		
Total		555	100,0		

Tablo 10 : Sosyal bir ağı üzerinde yer alan tanıdıklarınızla güncel (Sinema,Kitap, Oyun..vb.) konular üzerine görüşme sıklığınız

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Her Zaman	23	4,1	4,3	4,3
	Sık Sık	72	13,0	13,6	17,9
	Ara Sıra	180	32,4	33,9	51,8
	Nadiren	173	31,2	32,6	84,4
	Hiçbir Zaman	83	15,0	15,6	100,0
	Total	531	95,7	100,0	
Missing	System	24	4,3		
Total		555	100,0		

Sosyalleşme ile ilgili toplumda en çok beklenen olgu, bireylerin sosyalleşmeye dair kültürlenme yaşamaları ve bunun için ilgili ortamlarda ilgili konuların gösterildiğı ortamlarda bulunma ile gerçekleştirilebileceğı, aksi halde sosyalleşmenin olmayacağını savunan eski düşüncelerin ışığında yeni iletişim ortamlarının insanların birbirleri ile bilgi paylaşımında bulunmaları, anlık olan veya gerçekleşen tüm olayları birbirlerine bir zincirleme kaza etkisinde

hızlı ve etkili ulaştırabildikleri görülmektedir. Bu noktada katılımcılara “Sosyal bir ağ üzerinde yer alan tanıdıklarınızla güncel (Sinema,Kitap, Oyun..vb.) konular üzerine görüşme sıklığınız” sorusu sorulmuştur. Gelen cevapların toplamda % 49,5 ‘inin bu şekilde bir görüşmede bulunduğu %31,2 ‘sinin ise nadiren de olsa gerçekleştirdiği görülmektedir. Ayrıca bu görüşmenin dışında bu tarz yayınları paylaşmaya yönelik “Kullandığınız Sosyal Ağ üzerinde güncel (spor, film, kitap vb.) konular ile ilgili bilgi paylaşma sıklığınız” şeklinde soru sorulmuş ve sonuç olarak katılımcıların toplamda % 54,2 ‘sini aynı şekilde paylaşımda bulunduğu % 30,3 ‘ünün nadiren de olsa bu tarz bir paylaşımda olduğu görülmektedir.

Tablo 11 : Kullandığınız Sosyal Ağ üzerinde güncel (spor, film, kitap vb.) konular ile ilgili bilgi paylaşma sıklığınız

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Her Zaman	26	4,7	4,9	4,9
	Sık Sık	89	16,0	16,6	21,5
	Ara Sıra	186	33,5	34,8	56,3
	Nadiren	168	30,3	31,4	87,7
	Hiçbir Zaman	66	11,9	12,3	100,0
	Total	535	96,4	100,0	
	Missing	System	20	3,6	
Total		555	100,0		

SONUÇ

Günümüz toplumu hem bu çalışmada hem de daha önceki çalışmalarda ele alındığında siberuzay dediğimiz yaşam alanıyla bütünleşmesinin son aşamasına gelmiştir. İster bilgi edinsin, ister iletişim kurun, ister günlük yaşamlarında hareket edin, herkes artık siber uzayın bir parçası. Bireyin hayatı için yapacağı ödemeler, aldığı maaş, oynadığı şans oyunları, okuduğu gazete veya dergiler, oynadığı oyunlar, tanıştığı toplantılar, kıtalar arasında veya yakınında bilgi birikimi ile sahip olacağı, diğer kıtalardan alışveriş yapıyor, hatta ülke içinde alışveriş yapıyor, kısacası hayatının her anı sanal olarak uzayda geçiyor. Bazı kesimler tarafından bağımlılık yapıcı olarak nitelendirilse de günümüz teknolojik koşullarını değerlendirdiğimizde, kolaylık ve zorunluluktan oluşan kapsayıcı bir yapı görüyoruz. Bu nedenle bireylerin gönüllü veya gönüllü olarak bu sanal ağa katılması gerekmektedir. Bir kimliği (e-posta, sosyal hesaplar vb.) devralmalı ve orada temsil edilmelidir.

Öte yandan, sanayi toplumu ve insanlar birbirinden uzaklaşmaya başlamış, toplantıların, resepsiyonların veya eğlence ilişkilerinin yoğunlaşmasını gerektiren tüm koşullar yavaş yavaş terk edilmeye başlanmıştır. Yoğun çalışma hayatı, fabrikalardaki zorlu koşullar veya çeşitli ekonomik gerilemeler, endüstrinin hızla büyümesi, insanların farklı yerlere taşınması gibi hızlı bir yorgunluğa neden oldu, kentsel alanlarda komşularını yabancılaştırmaya başladılar. Bu süreçte endüstriyel gelişme ekonomik gelişme gösterse de insanların birbirine daha yabancı davranmasına ve hayatlarını daha otomatik bir süreç içerisinde sürdürmelerine neden olmaktadır.

Burada asıl önemli olan konu bu iletişim şeklinin boyutu ve içeriği. Toplumun ve bireyin gelişiminde ne kadar söz sahibi olduğudur. Bireyin ve toplumun sosyal yaşantı içinde gerçekleştirdiği kazanımları, günümüzün gerçekleşmiş olan bu sanal uzam içerisinde ne kadar sosyal bir varlık olarak yer alabildiği ile doğru orantılıdır. Olumlu veya olumsuz bireyin, toplum içinde bir bilinç alması onun özünü bulması yani sosyalleşen bir birey olmasına işaret eder. Bu noktada bizler yeni iletişim ortamlarının ve dolayısıyla sosyal medyaların sosyalleşmenin neresinde olduğunu ortaya çıkarmakla yükümlüyüz. Sadece artı bir sosyalleşme kanalını yoksa yeni bir sosyalleşme yapısı mı olduğunu göstermeliyiz Sosyalleşmenin en temel mana ile bir süreç olduğunu daha önce belirttik. Bu süreç birey için varoluşunun anlamlandırılma, gerçekleştirilme sürecidir. Sürecin sonunda bireyin bulunduğu toplumun normlarına göre bir bilgi seviyesine gelmesi beklenmektedir. Fakat yeni kavram içerisinde bir şekillendirme yoluna gittiğimizde ve toplum tarihi içerisinde baktığımızda bahsettiğimiz bireyin topluma entegresini sağlayan bu sürecin daha farklı bir terimsel anlama ihtiyaç duyduğu görülmektedir.

Günümüz asrında yükselen değer olan bilgi ve beraberinde oluşan bilgi toplumu ile toplumsal yapı her şeyiyle değişmiştir. Geçmişin kitle iletişim araçları ve ortamları yöndeşme adını verdiğimiz değişim mekanizması ile yeni iletişim ortamlarının etkin bir şekilde var olmalarına sebep olmuştur. Yeni iletişim ortamlarının günümüzdeki en önemli temsilcilerinden ve bireyler arası iletişimi hızlandıran yapı sosyal paylaşım ağlarıdır. Yapılan bu araştırma içerisinde görünen açık gerçeklik, yeni iletişim ortamları artık sosyalleşmenin yeni bir yüzü olmaktadır. Bu yüz bilinen sosyalleşme kavramı gerçeğinden farklı, tamamıyla yeni bir kavramsal yapıdır. Gerek günümüz yapısı içinde gerek gelecek toplumsal gelişimi içinde sosyalleşme kavramının yenilenmesi, toplumun ihtiyaçlarına göre kavramsal bir şekillenmenin gerekliliği söz konusudur. Bu noktada yeni iletişim ortamlarının sosyalleşme üzerinde yeni, bambaşka bir gerçeklik sunduğu ve bu gerçekliğin gelecek toplumsal yaşantısı içinde de kabul göreceği aşikardır.

Kaynakça

Akay,İ., “Sosyalleşme Sürecinde Kitle İletişim Araçları”, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi-2006.

Dolgun,U.,Şeffaf Hapishane Yahut Gözetim Toplumunu: Küreselleşen Dünya da Gözetim,Toplumsal Denetim ve İktidar ilişkileri,İstanbul:Ötüken Neşriyat Yayınları-2008

Geray,H., İletişimveTeknoloji-Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları, Ankara:Ütopya Yayınevi-2002

Göker,G., Demir,M. Ve Doğan,A. “Ağ toplumunda sosyalleşme ve paylaşım : Facebook üzerine ampirik bir araştırma” , e-journal of new world science academy, volume: 5, umber:2 article number: 4c0035 sf: 183-206-2010

Homeros, Odysseia,A.Kadir & A.Erhat (çev.),İstanbul:Can Yayınları-2009

Övür, A. “Facebook ve Simulasyon Evreni”, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi-2009

Stevenson, N., Cultural Citizenship:Cosmopolitan questions, Berkshire, England: Open University Press-2003

Yaman Lesinger, F. (2017). Yayınlanmıs Doktora Tezi., “Okul Kültürü, Öğretimsel Liderlik ve Güven Arasındaki İlişkinin Yönetici ve Müfettiş Bakışı İle İncelenmesi” Yakın Doğu Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü. KKTC.

Yınal, A., Kalkan, F., & Çakıcı, M. (2021). Violence against women attitude and the impact of printed media in Turkish Republic of Northern Cyprus. *Anatolian Journal of Psychiatry*, 22, 0-0.