

ULUSLARARASI
NECATİBEY EĞİTİM VE SOSYAL BİLİMLER
ARAŞTIRMALARI KONGRESİ
(UNESAK 2018)
26-28 EKİM 2018, BALIKESİR TÜRKİYE

INTERNATIONAL NECATİBEY EDUCATIONAL
AND SOCIAL SCIENCES RESEARCH
CONGRESS (UNESAK 2018)
26-28 OCTOBER 2018, BALIKESİR, TURKEY

**BİLDİRİ
TAM METİN KİTABI
PROCEEDING BOOK
CİLT VI / VOLUME VI**

EDİTÖRLER / EDITORS

**Prof. Dr. Hülya GÜR
Doç. Dr. Hasan Hüseyin ŞAHAN**

**ULUSLARARASI NECATİBEY EĞİTİM VE SOSYAL BİLİMLER
ARAŞTIRMALARI KONGRESİ
(UNESAK 2018)
26-28 EKİM 2018, BALIKESİR TÜRKİYE**

*INTERNATIONAL NECATİBEY EDUCATIONAL AND SOCIAL
SCIENCES RESEARCH CONGRESS
(UNESAK 2018)
26-28 OCTOBER 2018, BALIKESİR, TURKEY*

**BİLDİRİ TAM METİN KİTABI
PROCEEDING BOOK**

CİLT VI / VOLUME VI

EĞİTİM BİLİMLERİ / EDUCATIONAL SCIENCES

EDİTÖRLER / EDITORS

Prof. Dr. Hülya GÜR
Doç. Dr. Hasan Hüseyin ŞAHAN

Editörler/ Editors •

Prof. Dr. Hülya GÜR& Doç. Dr. Hasan Hüseyin ŞAHAN

Kapak Tasarım / Cover Design• Emre Uysal

Kitap Tasarım / Book Design• Emre Uysal

Birinci Basım / First Edition• © Aralık 2018 // December 2018-
ANKARA

TAKIM ISBN: 978-605-258-236-7

ISBN: 978-605-258-242-8

web: www.unesak.com

e-mail: unesak2018@gmail.com

KURULLAR /BOARDS

Onursal Başkan

Prof. Dr. Kerim ÖZDEMİR
Balıkesir Üniversitesi Rektörü

Düzenleme Kurulu Başkanı

Prof. Dr. Mehmet BAŞTÜRK
Balıkesir Üniversitesi Necatibey Eğitim Fakültesi Dekanı

Kongre Başkanları

Prof. Dr. Hülya GÜR, Balıkesir Üniversitesi,
Doç. Dr. Hasan Hüseyin ŞAHAN, Balıkesir Üniversitesi

Düzenleme Kurulu

Doç. Dr. Gülcan ÇETİN, Balıkesir Üniversitesi
Doç. Dr. Mesut SAÇKES, Balıkesir Üniversitesi
Doç. Dr. Sevinç MERT UYANGÖR, Balıkesir Üniversitesi
Doç. Dr. Ruhan BENLİKAYA, Balıkesir Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ayşen KARAMETE, Balıkesir Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Dilek TÜFEKÇİ CAN, Balıkesir Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Gülcan ÖZTÜRK, Balıkesir Üniversitesi
Uzman Mürsel SABANCI, Karesi Belediyesi Başkan Yardımcısı
Mustafa Ayan, Altıeylül Belediyesi Kültür Sosyal İşler Müdürü

Sekreteryaya

Dr. Öğr. Üyesi Eyüp YÜNKÜL
Dr. Öğr. Üyesi. Serkan ÇANKAYA
Dr. Öğr. Üyesi Selcen GÜLTEKİN
Arş. Gör. Dr. Dilan BAYINDIR
Arş. Gör. Dr. Emine Feyza DİNÇEL
Arş. Gör. Dr. Handan ÜREK
Arş. Gör. Ayşegül MESTER YILMAZ
Arş. Gör. Fahrettin FİLİZ
Arş. Gör. Güliz GÜR ŞAHİN

Bilim ve Hakem Kurulu

- Prof. Dr. Abbas TÜRNÜKLÜ, Dokuz Eylül Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Adnan BAKİ, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Ahmet DOĞANAY, Çukurova Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Ahmet OK, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Ahmet Şükrü ÖZDEMİR, Marmara Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Alaattin KIZILÇAOĞLU, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Ali DUYMAZ, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye

- Prof. Dr. Asuman Seda SARACALOĞLU, Adnan Menderes Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Bahattin KAHRAMAN, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Behiye UBUZ, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Birsnel ORUÇ ASLAN, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Bülent GÜVEN, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Canan NAKİBOĞLU, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Cansevil TEBİŞ, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Cihangir DOĞAN, Marmara Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Çavuş ŞAHİN, Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Dilek İNAN, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Dursun DİLEK, Sinop Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Duygu ANIL, Hacettepe Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Elif TÜRNÜKLÜ, Dokuz Eylül Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Emin KARİP, Gazi Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Erdinç ÇAKIROĞLU, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Erdoğan KÖSE, İstanbul Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Erdoğan TEZCİ, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Ertan ÖRGEN, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Esra BUKOVA GÜZEL, Dokuz Eylül Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Fatma ŞAHİN, Marmara Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Filiz BİLGE, Hacettepe Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Halil EKŞİ, Marmara Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Hamide ERTAPINAR, İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Hasan ÜNAL, Yıldız Teknik Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Hüseyin KÜÇÜKÖZER, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. İbrahim H. DİKEN, Anadolu Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. İlyas YAVUZ, Marmara Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. İsa KORKMAZ, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Jerneja ČELOFIGA, Univerza v Ljubljani, Slovenya
- Prof. Dr. Jože RUGELJ, University of Ljubljana, Slovenya
- Prof. Dr. Kemal DURMUŞ, Atatürk Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Kerim GÜNDOĞDU, Adnan Menderes Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Kürşat YENİLMEZ, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. M. Sabri KOCAKÜLAH, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Mehmet GÜLTEKİN, Anadolu Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Melek ÇAKMAK, Gazi Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Meral ATICI, Çukurova Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Meral GÜVEN, Anadolu Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Murat ALTUN, Uludağ Üniversitesi, Türkiye

- Prof. Dr. Musa YÜCE, Marmara Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Necati ÖZDEMİR, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Necdet HACIOĞLU, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Nevin SAYLAN, Balıkesir Üniversitesi (Emekli), Türkiye
- Prof. Dr. Nilay BÜMEN, Ege Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Osman SAMANCI, Atatürk Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Ozana URAL, Marmara Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Özcan DEMİREL, Hacettepe Üniversitesi (Emekli)
- Prof. Dr. Özden KORUOĞLU, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Raşit ÖZEN, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Sadık ERDEM, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Safure BULUT, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Salih ÇEPNİ, Uludağ Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Salih UŞUN, Muğla Sıtkı Kocaman Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Savaş BAŞTÜRK, Sinop Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Sedat YÜKSEL, Uludağ Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Selahattin GELBAL, Hacettepe Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Serap NAZLI, Ankara Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Serhat İREZ, Marmara Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Sibel KILINÇ ALPAT, Dokuz Eylül Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Sinan OLKUN, TED Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Soner DURMUŞ, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Suat IŞILDAK, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Şakir SAKARYA, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Şeref MİRASYEDİOĞLU, Başkent Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Tuğba YANPAR YELKEN, Mersin Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Tuncay DİRMENCİ, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Tuncay ERGENE, Hacettepe Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Tuncay ÖGRETMEN, Ege Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Turgut KILIÇ, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Virginia TEICHMANN, Karlsruhe Üniversitesi, Almanya
- Prof. Dr. Yavuz AKPINAR, Boğaziçi Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Yavuz EGE, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Yücel GELİŞLİ, Gazi Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Yüksel DEDE, İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Zekeriya NARTGÜN, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Zeki ÇEVİK, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Zeynep Deniz YÖNDEM, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Abdullah AYDIN, Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Adnan KÜÇÜKOĞLU, Atatürk Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Ahmet KÖÇ, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Ali BALCI, Marmara Üniversitesi, Türkiye

- Doç. Dr. Ali Rıza TERZİ, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Bülent PEKDAĞ, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Demet GİRGİN, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Deniz Beste KILIÇ, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Devrim ÜZEL, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Dilek TANIŞLI, Anadolu Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Elisabetta MARİNO, University of Rome Tor Vergata, İtalya
- Doç. Dr. Esin PEKMEZ ŞAHİN, Ege Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Fahri SEZER, Balıkesir Üniversitesi
- Doç. Dr. Fatma ASLAN TUTAK, Boğaziçi Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Gamze DOLU, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye.
- Doç. Dr. Georgeta ORIAN, 1 Decembrie 1918 University of Albaulia, Romanya.
- Doç. Dr. Gönül SAKIZ, Marmara Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Gözde AKYÜZ, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Gülseren KARAGÖZ AKAR, Boğaziçi Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Hasan Hakan OKAY, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Irena NANČOVSKA ŠERBEC, University of Ljubljana, Slovenya
- Doç. Dr. İbrahim AYDIN, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. İlke EVİN GENCEL, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Jale İPEK, Ege Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Kemal Oğuz ER, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Latif BEYRELİ, Marmara Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. M. Tuncay SARITAŞ, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Mustafa DOĞAN, Yıldız Teknik Üniversitesi
- Doç. Dr. Nazlı YILDIZ İKİKARDEŞ, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Neşe GÜLER, İzmir Demokrasi Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Nilüfer KÖSE, Anadolu Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Nurtuğ BARIŞERİ, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Özge GENÇEL ATAMAN, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Ruhi İNAN, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Saadet MALTEPE, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Sabahattin KAHRAMAN, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Sami ÖZGÜR, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Serap ÖZ AYDIN, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Sibel ÇELİK SULAR, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Sibel TELLİ, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Sonnur IŞITAN, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Sümer AKTAN, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Uğur GÜRGAN, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Yasemin İNCE GÜNEY, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Yunus Emre YILDIRIR, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye

- Dr. Öğr. Üyesi Ahmet AKGÜN, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Melih GÜNEŞ, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Öğr. Üyesi Asuman KÜÇÜKÖZER, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Öğr. Üyesi Ayberk BOSTAN SARIOĞLAN, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Öğr. Üyesi Aysel KOCAKÜLAH, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Gül ŞEKERCİOĞLU, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Öğr. Üyesi Bayram YILDIZ, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Öğr. Üyesi Bilal DEMİR, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Öğr. Üyesi Burcu GÜNGÖR CABBAR, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Öğr. Üyesi Burcu SEZGİNSOY ŞEKER, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Öğr. Üyesi Elif GÜVEN, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Öğr. Üyesi Elsev BRİNA LOPAR, Prizren Üniversitesi, Kosova
- Dr. Öğr. Üyesi Emine ÖZDEMİR, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Öğr. Üyesi Engül GALO, Prizren Üniversitesi, Kosova
- Dr. Öğr. Üyesi Fatih YAVUZ, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Öğr. Üyesi Fatma PELİTOĞLU, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Öğr. Üyesi Filiz Tuba DİKKARTIN ÖVEZ, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Öğr. Üyesi Fuat ÖZER, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Öğr. Üyesi Gillian Mary Elizabeth ALBAN, İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Öğr. Üyesi Gülcan ÖZTÜRK, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Öğr. Üyesi Gürhan DURAK, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Öğr. Üyesi Hakan ÖNAL, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Öğr. Üyesi Hasene Esra YILDIRIR, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Öğr. Üyesi Kazım BİBER, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Öğr. Üyesi Leondra RADFORD, Metropolitan College of Theology, ABD
- Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Akif ERDENER, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Ali KANDEMİR, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Emin KORKUSUZ, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Öğr. Üyesi Monika KOPYTOWSKA, University of Lodz, Polonya
- Dr. Öğr. Üyesi Münevver Muyo YILDIRIM, Prizren Üniversitesi, Kosova
- Dr. Öğr. Üyesi Nihat UYANGÖR, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Öğr. Üyesi Nuran Malta MUHAXHERİ, Prizren Üniversitesi, Kosova

- Dr. Öğr. Üyesi Nursen AZİZOĞLU, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Öğr. Üyesi Özlem KARAKOÇ, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Öğr. Üyesi Satı KUMARTAŞLIOĞLU, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Öğr. Üyesi Soner YILDIRIM, Prizren Üniversitesi, Kosova
- Dr. Öğr. Üyesi Subhan EKŞİOĞLU, Sakarya Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi Şule AY, Düzce Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Öğr. Üyesi Zeynel Abidin MISIRLI, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Öğr. Üyesi, Khouatra SAMIA, AlgerinneBoumereds Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi, Mary Beth SCHAEFER, St. Johns University, ABD
- Dr. Öğr. Üyesi, Shurubu KAYHAN, Kırgızistan
- Dr. Öğr. Üyesi, Thaher AL-NOWARAIN, Albaka Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi, Zöhre BİLGEGİL, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye

DAVETLİ KONUŞMACILAR / KAYNOT SPEAKERS

- Prof. Dr. Özcan Demirel, Türkiye
Prof. Dr. Ana Maria SARMENTO COELHO, Portekiz
Prof. Dr. İsmet TEMAJ, Kosova
Prof. Dr. Qufli OSMANI, Makedonya
Prof. Dr. Leondra RADFORD, ABD
Prof. Dr. Aslan GÜLCÜ, Türkiye
Prof. Dr. Olcay Yavuz, ABD
Assoc. Prof. Dr. Gillian Mary Elizabeth ALBAN, Türkiye
Asst. Prof. Dr. Donald F. STAUB, ABD

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

İŞBİRLİĞİ ALANI OLARAK TÜRKİYE’NİN 2000 SONRASI KOSOVA POLİTİKASI.....	1
DOĞU VE BATI’NIN ESTETİK-SANAT ANLAYIŞI ÜZERİNE BİR DENEME.....	14
ELEKTRONİK BELGE YÖNETİM SİSTEMİNDEN BEKLENEN VE ALGILANAN HİZMET KALİTESİ İLE KULLANICI MEMNUNİYETİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN BELİRLENMESİ: ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ	28
ESKİ TÜRK EDEBİYATINDA MİZAH VE MİZAH YAPMA YOLLARI	57
İNTERNET VE SOSYAL MEDYADA BİLGİ PAYLAŞIM DAVRANIŞI: TÜRKİYE VE AVUSTURYA ÖZELİNDE NİTEL BİR ARAŞTIRMA	82
TUTUMLU TÜKETİCİ DAVRANIŞININ ANLAMAK: MATERYALİST Mİ? FAYDACI MI? HEDONİK Mİ?	106
DAVİD GREİG’İN OYUNLARINDA MEKÂNIN SORUNSALLIĞI İLE MÜCADELE EDEN KADIN KARAKTERLER	135
SOSYAL MEDYADA MARKA ALGISI: OTOMOBİL LASTİK MARKALARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	151
MARKA KENT OLUŞUMUNDA KENT İMAJININ BELİRLENMESİ VE GELİŞTİRİLMESİ: MANİSA’NIN KULA İLÇESİNİN KENT İMAJI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	162
ÇOCUKLARIN VE GENÇLERİN GELENEKSEL VE YENİ MEDYA KULLANIMLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	180
BALIKESİR VE ÇEVRESİNDEKİ YER ADLARININ TÜRKÇELEŞTİRİLMESİ	206
ETİKTE TEMELLENEN ESTETİK DEĞER OLARAK TRAJİK: EDEBİ METİNDE AHLAKİ ÖZNE	231
MULTİMEDYA UYGULAMALARININ YABANCI DİL ÖĞRENMEDEKİ ROLÜ: ÖRNEK BİR İNTERAKTİF CD ÖNERİSİ	248
YEREL SİYASETTE CİNSİYET REJİMİ: KADINLARIN TEMSİL VE KATILIMI ÜZERİNE GENEL BİR DEĞERLENDİRME	271
ÇALIŞAN PERFORMANSININ DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER AÇISINDAN SPOR EĞİTİMİ VEREN YÜKSEKÖĞRETİM KURUMLARINDA İNCELENMESİ	291
KARACA MAĞARASININ TURİZME AÇILMASINDAN SONRA MAĞARA VE ÇEVRESİNDE YAŞANAN DEĞİŞİMLER (TORUL-GÜMÜŞHANE) ..	306

**ÇOCUKLARIN VE GENÇLERİN GELENEKSEL VE YENİ
MEDYA KULLANIMLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**
**A RESEARCH ON TRADITIONAL AND NEW MEDIA USE
OF CHILDREN'S AND YOUTH'S**

Doç. Dr. Gülsüm ÇALIŞIR

Gümüşhane Üniversitesi, gulsumcalisir@yahoo.com

Arş. Gör. Şadiye KOTANLI KIZILOĞLU

Gümüşhane Üniversitesi, skotanli@hotmail.com

Özet

Günümüzde çoklu kullanım biçimi ile insan yaşamında yer bulan medya, özellikle çocuk ve gençleri etkisi altına almaktadır. Bu gruplar gündelik yaşamlarında cep telefonu, televizyon, tablet bilgisayar, internet ve bilgisayar oyunlarını yaygın olarak kullanmaktadır. 1960'lı yıllar, radyo dinlemek ya da televizyon izlemek için birbirine giden çocukların olduğu bir dönemdi. Günümüzde ise hemen herkesin zamandan ve mekândan bağımsız olarak kolaylıkla telefon, tablet ve internete sahip olabildiği bir durum söz konusudur. Bu geçiş sürecinde geleneksel ve yeni medyayı birbirinden çeşitli yönlerden ayırarak ifade etmek gerekmektedir. İlk olarak yazılı ve görsel basın olan geleneksel medya; gazete, dergi ve televizyonları kapsayan tek taraflı bir medya konumundadır. İnsan hayatına hızlı bir şekilde giren yeni medya ise gelişime bağlı olarak bilgisayar, tablet, mobil teknoloji ve interneti içermektedir. Zaman içerisinde yaşamı son derece kolaylaştırdığı düşünülen yeni medya, geleneksel medya ile rekabet edebilecek konuma gelmiştir. Literatürde her ikisini karşı karşıya getiren, aynı zamanda da birbirinden ayıran yönün; geleneksel medyanın tek yönlü, yeni medyanın ise interaktif bir iletişim süreci sunması olarak ifade edilmektedir.

Geleneksel veya yeni medyanın çocuk ve genç kitlesine hitap etmesi, bu medya araçlarını kitle karşısında güçlü kılmaktadır. Aynı zamanda kitlelere ulaşmada daha farklı araçların kitle ile etkileşimli bir şekilde kullanılması ve ulaşımının kolay olmasına bağlı olarak yeni medyanın daha fazla tercih edildiğini söylemek

mümkündür. Böylece yeni medyanın grupları etkisi altına alması da her geçen gün biraz daha kolaylaşmaktadır. Yaşam alanının ta içine giren medya araçları; yemek yerken, birileriyle otururken, uyumadan önce veya uyandıktan hemen sonra bir kısım çocuk ve gençlerde alışkanlık, bir kısmında ise bağımlılık derecesinde etki yaratan bir güç olarak karşımıza çıkmaktadır. Adı geçen çocuk ve gençlerin teknoloji ile doğup büyümeleri, bu teknolojiye kolayca ayak uydurabilmelerine yol açmaktadır. Böylece deyim yerindeyse “sanal kuşaklar” ortaya çıkmaktadır.

Çocuk ve gençleri barındıran kuşağın ortak noktaları, medyadan en çok etkilenen grup olmalarıdır. Bu nedenle de özellikle çocuk ve gençlerin medya kullanımı, araştırmaya değer bir konu olarak görülmektedir. Literatürde bu konuyla ilgili yapılan araştırmalarda çocuk ve gençlerin medya kullanımı, bu gruba odaklı haber ve programları deşifre etme, medya araçlarından birini seçip bu aracın etki yönünü inceleme, gelişen ve değişen medya araçlarının çocuk ve gençler üzerinde kurduğu baskılar ve medya stratejilerinin belirlenmesine ağırlık verildiği görülmektedir. Yapılan araştırmalarda elde edilen sonuçların şu noktada birleştiğini söylemek mümkündür: Çocuk ve gençlerin büyük bir çoğunluğu, bir ya da birden çok medya aracını bağımlılık derecesinde kullanmaktadır. Ancak bu grupların tercih ettiği medya aracının ne olduğu, kullanım süresinin ne kadar olduğu ve medyayı kullanım amacı birbirinden farklı olabilmektedir.

Bu bağlamda literatürde çocuk ve gençlerin geleneksel ve yeni medya kullanımı ile etkilerini iletişim bağlamında inceleyen çalışma sayısının sınırlı olduğu görülmüştür. Bu doğrultuda çocuk ve gençlerin günlük yaşamda her iki medya türünü kullanımı ve medyanın onlar üzerindeki etkisini, iletişim çerçevesinde incelemek bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Çalışmada bu grubun medya kullanım tercihlerinin birden fazla yönden kıyaslanması ve etkilerinin ortaya konulması çalışmanın önemini ortaya koymaktadır. Çalışmada iletişim bağlamında medyanın çocuk ve gençler tarafından kullanım amacını, düzeyini ve ne şekilde etki ettiğini ortaya çıkartmak amaçlanmıştır. Çalışmanın yöntem bölümünde ise kota örnekleme yöntemi doğrultusunda geleneksel ve yeni medyayı aktif olarak kullanan 10 çocuk ve 10 genç olmak üzere toplamda 20 kişi ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Geleneksel/Yeni Medya, Çocuk ve Genç, İletişim.

Abstract

Nowadays with multi-use forms media taken place in human life and especially it's affecting children and youth. These groups using mobile phones, televisions, tablets, internet and video games widely. The 1960s was a time when children were fighting to listen to radio or watch television. But now, almost everyone can easily have phones, tablets and access internet regardless of time and space. In this transition process, it is necessary to express traditional and new media separately from each other in various ways. Firstly written and visual traditional media includes newspapers, magazines and television and it is seen as one-sided media. On the other hand as rapidly entering the human life with technological developments, new media includes computers, tablets, mobile technology and. In time, new media thought to have made life easier and have become to the position to compete with traditional media. In the literature, the paradigm which compares and separates each other at the same time as; traditional media is one way and the new media is an interactive communication process.

The appeal of traditional or new media to the children and youth masses makes these media tools powerful against to the masses. At the same time, it is possible to say that the new media is preferred more because of the use of different tools interactively with the masses and the ease of transportation in reaching them. In this way, it is getting easier for the new media to influence these groups every day. As an irreplaceable part of daily lives, media tools lead some children and youth to habits or even addictions when; eating, talking each other, before sleeping or just after waking up. The birth and growth of these children and youth with technology lead them to easily follow this technology. In this process, "virtual generations" term emerged. Common points of this generation of children and youth is their representing the ones most influenced by the media. For this reason,

media use of children and youth is seen as a worthwhile subject. In the literature, it is seen that the researches on this subject emphasize the use of media by children and young people, deciphering news and programs focused on this group, choosing one of the media tools and examining the effect of this medium and determining the pressures and media strategies established by the developing and changing media tools on children and youth. It is possible to say that junction point of the results obtained in these researches: The vast majority of children and youth use one or more media tools in the level of addiction. However, the preferred media tools, the duration of use, and the intended use of media may differ from each other by these groups.

In this context, studies on traditional and new media usage of children and youth' and its effects in communication context is limited. In this respect, in this work it will be examined the use of both media in daily life by children and youth and the effects of the media on their communication. In the study, media usage preferences of these groups in more than one direction and putting forth their effects and this emphasizes the importance of this study. In this direction it is aimed to reveal the children and youth' purpose, usage level and effect of the media on them. In the method part of the study with quota sampling method, semi-structured interviews were conducted with a total of 20 people, 10 children and 10 young people actively using traditional and new media.

Keywords: Traditional/New Media, Children and Youth, Communication.

GİRİŞ

Her ne kadar iletişim, insanlığın var olduğu günden bugüne kadar yaşamımızda var olsa da “medya” denilen kavramın hayatımıza girmesi daha geç bir döneme rastlamaktadır. Söz konusu medya olduğunda ilgili kavramla ilişkili olarak bugüne kadar çok sayıda çalışmanın yapıldığı da bilinmektedir. Dünden bugüne teknolojinin değişmesiyle birlikte medya araçlarında da değişimler olmuştur. Bu bağlamda medya denildiğinde artık geleneksel ve yeni medya diye ayrıştırılan bir durumun varlığı ile karşı karşıya kaldığımız günleri yaşadığımızı söylemek mümkündür. Her iki medya arasındaki en belirgin farkın, iletişimin

geribildirim unsuruna yer verip vermemesi olduğu gör÷lmektedir. Başka bir deyişle geleneksel medya yapısı ve kullandığı araçlar gereği tek y÷nl÷ iletişim ortamının doğmasına neden olurken, yeni medya ise daha çok etkileşime fırsat tanınması bakımından çift y÷nl÷ iletişim ortamına zemin hazırlamaktadır. S÷z konusu bu fark ise iki medyayı birbirinden ayıran en belirgin özellik olarak dikkat çekmektedir.

Geleneksel medya araçları olarak bilinen gazete, dergi, radyo, televizyon gibi kitle iletişim araçlarının kullanımının yerini, teknolojinin hız kesmeyen ilerlemesiyle ve internetin yaygınlaşmasıyla birlikte yeni medya araçları arasında bulunan ve sıklıkla kullanılan sosyal medya ve Youtube gibi video kanalları almıştır. Elbette geleneksel medyanın kullanımının tamamen sona erdiği s÷ylenemez; ancak kullanımının yeni medya araçları ile birlikte azaldığını ifade etmek mümkündür.

Literat÷r incelendiğinde her iki medya arasındaki farkları ele alan çalışmaların varlığı dikkat çekmektedir. Ancak ocuk ve gençlerin s÷z konu medya araçlarını kullanım amaçlarını, hangi araçları daha çok kullandıklarını, hangi araçları daha çok kullanmayı tercih ettiklerini ortaya koymaya çalışan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle bu çalışmada ocuk ve gençlerin geleneksel ve yeni medyayı kullanım amaçlarını ortaya çıkartmak amaçlanmıştır. Bu amaca ulaşabilmek için on ocuk ve on da genç olmak üzere toplam 20 kişi ile yarı yapılandırılmış gör÷şmeler gerçekleştirilmiştir. Yapılan gör÷şmelerden elde edilen sonuçlara g÷re ocuk ve gençlerin her iki medyayı kullanım amaçları arasındaki farklar, cinsiyet özelinde kız ve erkeklerde de farklılaşmaktadır. Artık televizyon izlemenin ya da gazete okumanın yerini Youtube kanalından video izlemek ya da sosyal medya hesaplarından mesajlaşmak almıştır. Çocuklar daha çok ailelerinin koruması altında kalırken, gençler ailelerine rağmen internet üzerinden oyun oynamakta ya da iletişim kurmaktadır. Elde edilen bilgilerin ortak bir noktası var ki o da, ocuk ve gençlerin gazete okumadığı; ama dergi okuduğudur. Yeni medyanın yaygın şekilde kullanıldığı bir ortamda geleneksel medya aracı olarak dergi okumanın tercih edilmesinin en önemli nedeni ise kişisel gelişimlerine katkı sağladığına inanılmasıdır. Bu anlamda geleneksel medyanın tamamen hor gör÷l÷p, yok

sayılmadığını; ancak yeni medya araçlarının gölgesinde kaldığını söylemek mümkündür.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Çalışmada bir kavramsal çerçeve oluşturmak adına literatür taraması yapılmıştır. Buna göre öncelikle çalışmada çocuk ve genç kavramlarının ayrımı yapılacaktır. Sonrasında geleneksel ve yeni medya kavramlarına açıklık getirilerek, aralarındaki belirgin farklara dikkat çekilecektir. Akabinde bu alanda yapılan çalışmalara göz atılarak, ilgili konu hakkında bir alt yapı oluşturulmuş olacaktır.

Türk Dil Kurumu'nun (2018) çevrimiçi sözlüğüne bakıldığında çocuğu; “küçük yaştaki erkek ya da kız; bebeklik ve ergenlik arasındaki gelişme döneminde bulunan oğlan ya da kız; büyükler arasında daha az yaşlı olan kişi” olarak tanımladığı görülmektedir. Çocuk kavramının Remzi Öncül'ün Eğitim ve Eğitim Bilimleri Sözlüğü (2000: 244) adlı eserinde de benzer bir ifade ile “olgunluktan önceki bir yaşta bulunan her kız ve erkek” olarak tanımlandığı görülmektedir. Her iki sözlükte yapılan tanımların ortak yanı, çocuk kavramının fizyolojik yönüne yapılan atıf olmaktadır. Kavramın psikolojik olarak tanımlanmasını ise Şimşek'in (2013: 237) “çocuk; candır, geleceğin teminatıdır, evin neşesidir, korunmaya muhtaç insan yavrusudur” şeklindeki tanımında bulmak mümkündür.

Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesi birinci maddesinde ilgili kavram “on sekiz yaşından küçük insan” olarak tanımlamış ve çocukluk döneminin başlangıç yaşı belirtilmemiştir (Hodgkin&Newel, 1998: 1). Aynı maddede çocuk için ayrıca “daha erken yaşta reşit olma durumu hariç, on sekiz yaşına kadar her insan çocuktur” tanımı yapıldığı da görülmektedir (Şirin, Oktay ve Altun, 2013: 16). Türk Medeni Hukuk Kanunu'na göre de çocuk, hak ehliyetini ana rahmine düştüğü andan itibaren kazanmaktadır. Ayrıca çocuk; ana ve babaya soy bağıyla bağlı olup, onlardan türeyen kişi olarak tanımlanmaktadır. Böylelikle çocuk 6 yaşında da 60 yaşında da olabilir. Öte yandan Medeni Kanun çocuğu, ana babanın evladı olarak tanımladığı için bir yaş aralığı yoktur (Çelik, 2005).

Genç kavramı ile neyin kastedildiğine bakılacak olursa, yine Türk Dil Kurumu'nun (2018) çevrimiçi sözlüğündeki tanıma başvurmak yerinde olacaktır. Buna göre adı geçen sözlükte genç; “yaşı ilerlememiş olan, ihtiyar karşıtı; gelişmesini tamamlamamış olan; yeni gelişmekte olan, kısa bir geçmişi olan” ifadeleri ile anlatılmaktadır.

Türkay Demir (2011: 3) “Medya ve Ergen” adlı çalışmasında genç kavramını açıklarken, şu noktaları dile getirmiştir:

Ergenlik dönemi, çocukluktan çıkılan; ama erişkinliğe varılmamış bir yaş dönemini anlatmaktadır. Bu; ne o ne öteki durumları ruhsallıkta zorlu, çoğu zaman zorunlu; olumlu potansiyelleri olan bir durumdur. Ergenlik, kişinin kendi kimliğini, kişiliğini aradığı ve kurduğu bir dönem olarak medya ortamı ve sanal dünya ile ne o ne öteki olma konusunda bir paralellik taşımaktadır.

Yukarıdaki ifadelerden de anlaşılacağı üzere gençlik dönemi; çocukluktan yeni çıkılan bir dönem olarak görülmekte; ancak kendi kişiliğini bulma yolundaki yolculuğun henüz tamamlanmadığı, bu anlamda da kimlik oluşturma konusunda henüz kendini keşfetme sürecinin devam ettiği bir dönem olarak değerlendirilebilir. Bu bağlamda genç kavramı da söz konusu serüvende arayışta olan kişiyi temsil etmektedir.

Literatürde çocuk ve genç kavramları arasındaki farklara değinildiği görülmektedir. Buna göre çocuk; insanın doğumu ile başlayan bir süreç olarak nitelenmekte ve gençlik dönemine kadar olan süreyi kapsamaktadır. Genç ise fizyolojik olarak gelişimini tamamlamış; ancak henüz erişkinlik düzeyine ulaşmış bağımsızlığını kazanamamış kişiyi anlatmaktadır (Akarşlan, 1998). Bir başka tanıma göre de çocuk; bilişsel düzeyi, kişiliği, daha doğmadan anne karnında bulunduğu dönemde farklılık gösterendir. Gençlik döneminde ise kimlik arayışı, bağımsız olma çabası, risk alma konusunda istekli olma, akranlarını önemseme, cinsel gelişim sürecinde olmadan kaynaklı cinsel konulara olan eğilimin fazla olması gibi tipik özellikler dikkat çekmektedir. (Strasburger& Wilson, 2002; Bee&Boyd, 2009; Chan, 2012; Levine, 1998'den aktaran, Okur Berberoğlu, 2015: 48). Walters ve Zwaga (2001) ise çocukların gelişimini tamamlamış insanlar olduğunu düşüncesinin yanlış bir tanımlama olduğuna dikkat çekerek, çocukların mantıksal

kavrayış düzeylerinin olduğuna ve bunun yanında kişisel deneyimleri ile hayata katıldıklarını ve pasif olmadıklarını söylemektedirler.

Çocuk ve genç kavramı üzerine literatürde verilen tanımlardan kısaca söz ettikten sonra geleneksel ve yeni medya kavramlarını açıklamak, çalışmayı daha anlaşılır kılmak adına önemli olacaktır. Bu nedenle aşağıda ilgili kavramların tanımlarına yer verilmesi uygun görülmüştür.

Geleneksel medya denildiğinde akla ilk olarak yazılı ve görsel basın gelmektedir. Buna göre gazete, dergi, televizyon gibi kitle iletişim araçları geleneksel medyanın birer aracıdır. Söz konusu araçlar aracılığıyla izleyici ve okuyuculara bilgiler iletilmekte ve bu sayede iletişim kurulmaktadır. Adı geçen araçlar, yapıları gereği tek yönlü iletişime izin vermekte, bu yönüyle bakıldığında da daha ziyade propaganda amaçlı kullanılan araçlar olmaktadır. Tek yönlü iletişime olanak vermesi ile yayın içeriklerinin, reklamların ya da duyuruların hangi kitle tarafından dikkate alındığı, onlara nasıl ulaştığı ya da bunların sonuçlarının ölçülmesi, analiz edilmediği; kısacası hedef kitle ile doğrudan iletişim ortamının kurulmadığı, onların düşüncelerinin neler olduğunun değerlendirilmediği bir durum kastedilmektedir (Avuloğlu, 2017; Karagöz, 2012; Look New Media, 2015; Tozlu Mikrofon, 2017; Holmes, 2006; Bağ, 2017).

Yukarıda verilen ifadelerde geleneksel medyanın tek yönlü oluşuna vurgu yapılmaktadır. Bu yönünün de yeni medya ile ayrılan en önemli yanı olduğu gösterilmektedir. Ancak literatürde geleneksel medyanın tümüyle tek yönlü olmadığını gösterir bilgiler de bulunmaktadır. Buna göre kitle iletişim araçları arasında gösterilen gazetelerin satış rakamlarına dair bilgilere ulaşılması, televizyon kanallarının izlenme oranlarının tespit edilebilmesi, deneme yayınlarının yapılması, izleyici ve okuyucu araştırmalarının yapılması, editöre gönderilen mektupların değerlendirilmesi, yayına alınan telefon bağlantılarının aslında hepsinin birer etkileşim olduğu belirtilmektedir (McMillan, 2006: 205; Rafaeli, 2005: 110-133; McQualiWindahl, 1982: 18; Geray, 2003: 18'den aktaran: Aktaş, 2018).

Teknolojinin hızlı ivmesi sonucunda özellikle 20. yüzyılın son çeyreğinde yeni medya denilen bir tür ortaya çıkmış ve yaygın

şekilde kullanılmaya başlamıştır. Böylelikle iletişimde de yeni dönem başlamıştır. Artık yeni iletişim ortamları, yeni medya olarak adlandırılır olmuştur. 1970’lerde sosyo-kültürel, psikolojik, ekonomik ve politik alanlarda çalışan araştırmacıların gündeme getirdiği bir kavram olan yeni medya, teknolojik gelişimin sonucu bilgisayar ve internet kullanımının yaygınlık kazanması sonucu kullanıcılarına bağımsız hareket etme ve iletişimde bulunma fırsatı tanımış ve sanal medya olarak da tanımlanmıştır. Söz konusu bu iletişim ortamı geleneksel medyada olduğu gibi tek yönlü değil, kullanıcıları ile hedef kitle arasında sürekli etkileşime izin veren çift yönlü iletişim ortamına sahiptir. Öne çıkan yeni medya araçları geleneksel medyanın araçlarından farklı olarak mobil iletişim, sosyal medya ve internet tabanlı medyadan oluşmaktadır. Bu bağlamda yeni medya ortamlarını bilgisayar oyunlarının, elektronik postanın, blogların, mobil ve multi medyanın, interaktif televizyonun, yazılımların ve web sayfalarının oluşturduğundan söz etmek mümkündür. Yeni medya, teknoloji ile olan yakın ilişkisi sonucunda sanal, dijital ve internet tabanlı olması ile çift yönlü iletişime olanak tanınması bakımından hedef kitle tarafından istenilen her an erişilebilirlik özelliğine sahiptir. Yeni medya ayrıca; her an dünyanın her yerine erişim sağlaması, içerik üretiminin zaman almadan anında olması, istenildiği anda değiştirilebilirlik durumunun bulunması, hemen her kesimin kullanımına açık olması ve kullanımının internete bağlanmak dışında başka bir zorluğu bulunmaması noktalarında geleneksel medyadan ayrılmaktadır (İletişim Psikolojisi, 2018; Yeşilyurt, 2017).

Yeni medya ile ilgili olarak anlatılanları özetler şekilde Aktaş (2018), yeni medyanın temel özelliklerini şu şekilde sınıflandırmıştır: Sayısallaşma, farklı medyaların yöndeşmesi, etkileşim, internetin kitle iletişimden ayrılması, kullanıcının içeriği etkilemedeki rolü, toplumsal kontrolün azalması, asenkron iletişim. Aktaş (2018) ayrıca, geleneksel ve yeni medya arasındaki farkları da tablo 1’de gösterildiği şekilde ayrıştırarak, detaylandırmıştır.

Tablo 1: Yeni Medya ile Geleneksel Medya Arasındaki Farklar

Durum	Geleneksel Medya	Yeni Medya
Kanal	Az sayıda	Çok sayıda
Kontrol	Gönderen	Alıcı

İletişim	Tek yönlü	İki yönlü, etkileşimli
İçerik	Sınırlı	Çeşitlendirilmiş
Kapsama Alanı	Bölgesel, küresel	Küresel
Toplumsal Kontrol	Kanunlar, meslek ve ahlak ilkeleri, halk eğitimi	Teknik aygıtlar, izleme
Zaman	Senkron	Asenkron
Yapısı	Merkeziyetçi (Bir noktadan çok noktaya)	Merkeziyetçi olmayan (Çok noktadan çok noktaya)

Kaynak: Celalettin Aktaş, (2018). Yeni Medyanın Geleneksel Medya İle Karşılaştırılması, <https://docplayer.biz.tr/8028251-Yeni-medyanin-geleneksel-medya-ile-karsilastirilmesi.html>

Söylenilenlerden yola çıkarak yeni medyanın insan hayatını kolaylaştıran unsurları bünyesinde barındırdığını ifade etmek mümkündür. Keza, W. Russell Neuman, yeni medyanın katkılarını sıralarken; coğrafi olarak uzaklık kavramının anlamını yitirdiğine, iletişim ortamlarının artarak çoğaldığına ve iletişimin hız kazanmanın yanında etkileşimli şekilde gerçekleşerek, bireylerin katılımına olanak tanıyan bir medyanın ortaya çıktığına dikkat çekmektedir. Böylelikle yeni medya ile birlikte Marshal McLuhan'ın “küresel köy” kavramı da daha anlamlı hale gelmiştir. Zira söz konusu medya; dünyada herkesin birbirine anında ulaşmasına, iletişimin çok ucuz ve kolay olmasına, kişiler arasında zaman ve mekân kavramlarının ortadan kalkmasına, etkileşim ortamının oluşmasına, daha rahat şekilde yayın yapılmasına ve zaman kaybetmeden bilgiye ulaşılmasına olanak tanımaktadır (Bağ, 2017; Altunay, 2012).

Literatürde güncel bir konu olması bakımından geleneksel ve yeni medya ayırımını yapan, bunun yanında söz konusu medya alanlarının çocuk ve gençler üzerindeki yansımalarını ele alan ve konuyu çeşitli yönlerden inceleyen çalışmaların varlığı dikkat çekmektedir.

Tüzün (2002), “Gelişen İletişim Araçlarının Çocuk ve Gençlerin Etkileşimi Üzerine Etkisi” başlıklı çalışmada söz konusu medya alanlarının çocuk ve gençlerin bilişsel, duygusal ve sosyal yönlerini farklı şekilde etkilediğinden söz etmektedir. Yurttaş (2013), özellikle yeni medyanın uzantısı olarak gündelik hayatımızın bir parçası olan internet kullanımına yönelik yaptığı çalışmada, incelemeye aldığı tüm çocukların hangi gelir grubuna sahip olursa olsun hepsinin internet kullandığı, interneti daha çok ödev ve proje yapmak için kullandığı ve bu kullanımın ailelerinin gözetiminde olduğu bilgisine ulaşmıştır.

Çizmeci (2015) “Kullanımlar ve Doymalar Yaklaşımı Bağlamında Küreselleşen Dünyada Yeni Medya ve Gençlik İlişkisi” başlıklı çalışmada özellikle gençlerin daha aktif şekilde kullandıkları yeni medya mecraları ile ilgili konuya farklı bir boyut kazandırmıştır. Ona göre gençlerin yeni medya ile kuşatılması, onların her ihtiyaçlarının buradan karşılanması, gençlerin aileleri ile olan bağlarını zayıflattığı için anne babalara; yani ebeveynlere verilecek eğitimlerle aile birliğinin sağlanması konusunda yol alınabilecektir.

Ailenin öneminin vurgulandığı “Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi: Çanakkale’de Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma” başlıklı çalışmada Demir (2016) de, gençlerin aileleri ile birlikte geçirdikleri zaman diliminde bile sosyal medyada olup bitenleri merak ettiklerini ve onlarla kaliteli zaman geçirme durumlarına gölge düştüğüne dikkat çekmektedir. Çalışmanın bulgularına göre gençler, aileleri ile birlikte zaman geçirmekten sıkılırken, sosyal medya ortamlarını daha eğlenceli bulduklarını dile getirmişlerdir.

Özel (2015), geleneksel medyanın aracı olarak değerlendirilen radyo dinleme eğilimlerini araştırdığı çalışmada, gençlerin çok fazla radyo dinlemediği bulgusuna ulaşmıştır. Sağbaş, Ballı ve Şen (2016) ise, yeni medya alanlarından olan sosyal medyanın gençler üzerine etkilerini araştırdıkları çalışmalarında ilgili medyanın olumlu ve olumsuz sonuçlara ulaştıklarını açıklamışlardır.

Gerek geleneksel gerekse de yeni medya alanlarında yapılan çalışmalarda dikkat çeken bir nokta var ki çocuk ve gençlerin yeni medya mecralarında daha fazla vakit geçirdiği ve orada buldukları zamanı, aileleri ya da geleneksel medya ile

geçirecekleri zamana tercih ettikleridir. Diğer yandan özellikle çocuklarda yeni medya kullanımı söz konusu olduğunda aile kontrolü bulunurken, gençlerde bu durum aileden uzaklaşmaya kadar gitmektedir. Literatürde geleneksel medya ve yeni medya alanlarında çocuk ve gençlere ilişkin yapılan çalışmaların daha çok nicel yönetime dayalı çalışmalar olduğu belirlenmiştir. Bu çalışma, bu konularda daha önce yapılanlardan farklı olarak nitel bir yöntemi esas alan yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın yöntemine ilişkin bilgiler yöntem başlığı altında sunulmuştur.

YÖNTEM

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi olarak bilinen yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemde araştırmacı sorularını önceden hazırlamaktadır. Görüşme sırasında da görüşmenin gidişatına göre ek sorular sorma fırsatı doğmaktadır. Bu yönüyle bu yöntem, etkileşimi sağlamasının yanında görüşmecinin araştırmacıya yakınlaşmasını sağladığı için bir güven ortamının oluşmasına da yol açmaktadır. Böylelikle araştırılmak istenen konu hakkında daha detaylı ve derinlemesine bilgilere de ulaşmak da mümkün olmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011; Ekiz, 2003).

Çalışmada geleneksel ve yeni medyayı aktif olarak kullanan 10 çocuk ve 10 genç olmak üzere toplamda 20 kişi ile Temmuz 2018’de yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeye katılım sağlayan katılımcıların isim ve soy isimleri çalışma içerisinde kodlanarak verilmiştir. Buna göre katılımcılar, isim ve soy isimlerinin baş harfleri ile belirtilmiştir. Katılımcıların her bir soruya verdiği cevap ise çalışmada alt başlık olarak sunulmuştur.

BULGULAR VE YORUM

Çalışmada gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen bilgiler anlaşılmayı kolaylaştırmak için alt başlıklara ayrılmıştır. Adı geçen başlıklar aşağıda verildiği şekliyledir.

Demografik Bilgiler:

Çalışmada görüşlerine başvuru alan katılımcıların yaşları 9-21 arasında değişmektedir. Katılımcıların 7'si ilkokul, 3'ü ortaokul,4'ü lise, 1'i üniversite öğrencisidir. Bunun yanında 1'i liseyi sağlık nedenleriyle terk etmiş, 1'i lise mezunu, 1'i üniversiteye hazırlanmakta, 2'si de üniversite mezunu durumundadır. Katılımcıların cinsiyetleri de oransal olarak dağılmış olup, 10 kız, 10 erkek katılımcı bulunmaktadır. Söz konusu katılımcılara ise kartopu modeli ile ulaşılmıştır. Çalışmada ilköğretim (ilkokul ve ortaokul) öğrencileri “çocuk”, lise ve üniversite öğrenci ya da mezunları da “genç” statüsünde kabul edilmiştir. Ayrıca katılımcılar çalışma içerisinde isimlerinin ve soy isimlerinin baş harfleri ile kodlanmışlardır.

Cep telefonu, televizyon, internet ve bilgisayar oyunlarından hangilerinin sıklıkla kullanıldığı ve neden tercih edildiği:

Bu soruya alınan yanıtlar tasnif edildiğinde çocuklar ve gençler arasında belirgin bir farkın ortaya çıktığı görülmektedir. Buna göre çocukların verdiği yanıtlarda ağırlıklı olarak internet üzerinden oynanan bilgisayar oyunlarının ön plana çıktığı görülmektedir. Sonrasında televizyon izleme alışkanlığının belirgin şekilde ağır bastığı anlaşılmaktadır. 18 yaş üzerinde bulunan katılımcılar ise bu soruyu cevaplandırırken ilk olarak akıllı cep telefonu kullanımını işaret etmişlerdir. Cep telefonlarından sosyal medya hesaplarına giriş yapmayı tercih ettiklerini belirten bu yaş grubu arasında televizyon izleme alışkanlığının bulunmadığı; hatta bir katılımcının doğrudan televizyon izlemeyi sevmiyorum diyerek, bu konudaki kesin tavrı söz konusudur.

Çocuk ve gençler arasındaki tercihler incelendiğinde, bilgisayar oyunlarının daha çok çocuklar tarafından, sosyal medyanın da çoğunlukla gençler tarafından tercih edilen alanlar olduğunu söylemek mümkündür. Her iki yaş grubunda da ortak olan nokta ise, teknolojinin sağladığı kolaylıklardan dolayı çevrimiçi alanların sıklıkla kullanılması durumudur.

Geleneksel medya araçlarını (radyo, televizyon, gazete, dergi) kullanım amaçları:

Bu başlık altında çocukların da gençlerin de verdiği cevapların benzerlik gösterdiği görülmektedir. Zira yirmi katılımcıdan sadece altısı radyo dinlediğini söylemiştir. Bu altı kişiden beşi de sadece arabada müzik dinlemek için geleneksel medya aracı olarak bilinen

radio dinlediklerini anlatmıştır. Sadece bir katılımcı annesi ile birlikte radyo dinlemekten keyif aldığını açıklamıştır. Hatta bir katılımcı hayatında hiç radyo görmediğini dile getirerek, adı geçen geleneksel medya aracı hakkında bir bilgisi olmadığını açıklamıştır. On bir yaşındaki bu katılımcının sözleri şu şekildedir: *“Hayatımda hiç radyo görmedim. Genelde çizgi film veya dizi izlemeyi tercih ederim. Dizi izliyorsam annemin takip ettiklerine bakarım. Çizgi filmlere ise kendim karar veririm. Gazete ve dergi okuyorsam genelde spor sayfalarını okumayı tercih ederim.”*

İki katılımcı televizyonu pek izlemediğini söylese de on sekiz katılımcı televizyon izlemeyi sevdiğini söylemiştir. Özellikle çocuk grubunda yer alan katılımcılar, annelerinin izlediği televizyon dizilerini izlediklerini dile getirmişlerdir. Bu durum aslına bakılırsa ailelere önemli bir görevdüşüğünü göstermesi bakımından değerlidir. Her ne kadar doğrudan çalışmanın amacına yönelik olmasa da çocukların medyayı kullanım amaçlarını yönlendirmesi bakımından ailelerin seçiminin dikkate değer olduğu anlaşılmaktadır. Çocuk grubunda kalan katılımcıların bazıları da televizyondan çizgi film izlemeyi sevdiğini belirtmiştir. Genç grubunda kalan katılımcıların televizyon ile ilgili olarak söylediklerinden en dikkat çeken başlıklar ise boş zaman geçirmek, eğlence amaçlı ve yarışma izlemek için televizyonun tercih edilmesidir.

Katılımcıların tamamına yakınının neredeyse gazete ve dergi okumadığı, bir iki katılımcının ise gazete ve dergi okuduğu saptanmıştır. Onlardan birisi de gazeteyi cep telefonundan okuduğunu açıklamıştır. Okunan gazeteler de daha çok spor sayfalarına bakılmak için okunmaktadır. Dergi ise biraz daha seçkin davranılan bir alan olarak görülmektedir. Nitekim özel amaçlı çıkan; edebiyat, şiir, pazarlama dergilerine yönelişin varlığı dikkat çekmektedir.

Bu soru altında verilen cevaplar değerlendirildiğinde çocuk ya da genç grubunda yer alan tüm katılımcıların benzer cevaplar verdiği görülmüştür. Geleneksel medya aracı olarak nitelendirilen araçların kullanımı konusunda katılımcıların çok bilinçli bir tercihte bulunmadıkları görülmektedir. Zira hayatında radyo görmeyen ve dinlemeyen katılımcılar olabildiği gibi, gazete ve dergi okumayan katılımcıların sayısı da azımsanmayacak ölçüdedir. Elbette bu çalışmada katılımcıların verdikleri cevapları

genele vurmak çok sağlıklı olmasa da en azında büyük fotoğraf hakkında fikir vermesi bağlamında bu bilgiler değerlidir. Günümüz çocuk ve gençlerinin okumadığı kişisel gözlemlerimiz sonucunda da elde edeceğimiz bir veri sonuça. Televizyon seyretme durumuna gelince de kitle iletişim araçlarının eğlendirme ve bilgilendirme özelliklerinin olduğu bilgisinin doğrulandığı, verilen cevaplarda kendisini göstermiştir. Nitekim katılımcılar eğlenmek ve boş vakit geçirmek amacıyla televizyon izlediklerini ifade etmiştir.

Yeni medya ortamlarını (mobil iletişim, sosyal medya, internet tabanlı bilgisayar oyunları) kullanım amaçları:

Çocuk ve gençlerin bu soruya verdikleri cevaplar benzer noktalarda birleşmektedir. Buna göre katılımcılardan neredeyse hepsi cep telefonu ve sosyal medya hesapları olduğundan söz etmiştir. Sadece bir katılımcının ne cep telefonu ne de sosyal medya hesabı yoktur. Bir katılımcının cep telefonu yok; ama sosyal medya hesabı varken, bir katılımcının da cep telefonu var; ama sosyal medya hesabı yoktur. Katılımcılar yeni medya araçları içerisinde sayılan akıllı cep telefonu, sosyal medya mecraları ve bilgisayar oyunları ile ilgili olarak benzer ifadelere yer vermişlerdir. Buna göre katılımcılar; arkadaşları ve aileleri ile iletişim kurmak için cep telefonu kullandıklarını, benzer şekilde arkadaş çevreleri ile iletişimlerini sürdürmek ve fotoğraflarını paylaşmak için sosyal medya kullandıklarını, daha çok video izlemek için Youtube kanalını seçtiklerini ve boş zamanlarını geçirmek için de bilgisayar oyunu oynadıklarını anlatmışlardır.

On yaşındaki katılımcı ŞY, “*Mobil iletişim sayesinde sıklıkla sınıf ve kurs arkadaşlarımla konuşma fırsatı buluyorum. Konuşma veya mesajlaşma yoluyla arkadaşlarımla sürekli iletişim halindeyim. Sosyal medya hesaplarımda var. Bu hesaplarda ailem ve arkadaşlarımla fotoğraf çekilip paylaşımında bulunuyorum. Böylece anılarım orada kalmış oluyor. Bu nedenle sosyal medya kullanıyorum. Ayrıca başkalarının paylaşımlarını da takip edip, beğeniyorum*” derken, 19 yaşındaki MB: “*Daha çok mesajlaşma yoluyla ailem ve arkadaşlarımla mobil iletişim yoluyla haberleşirim. Vaktim olsa da telefondan iletişim kurmak daha rahat geliyor. Beni rahatlattığını da söyleyebilirim. WhatsApp ve Instagram sosyal medya hesaplarına sahibim. Bu medya platformlarından da arkadaşlarımla sohbet ederim. İnternet*

tabanlı oyunları daha çok telefona indirerek oynarım. Boş vaktim olduğu müddetçe medyada saatlerce vakit geçirebilirim. Sabaha kadar oyun oynadığım zamanlar bile oluyor” diyerek, düşüncelerini açıklamıştır.

Adı geçen iki katılımcının söylediklerini farklı sözcüklerle diğer katılımcılar da tekrar etmiştir. Bu bağlamda bu başlık altında neredeyse tüm katılımcıların yeni medya ortamlarını benzer amaçlar için kullandığını söylemek mümkündür.

Medya ve iletişim arasındaki ilişkiyi yorumlayış biçimi:

Katılımcıların bu soruya verdikleri cevaplar çeşitlilik göstermenin yanında, ilgi çekici de olduğu için hemen hepsinin söylediklerine burada yer vermek uygun görülmüştür. Buna göre katılımcılardan medya ve iletişim arasındaki ilişkiyi olumlu görenlerin cevapları öncelikli olarak aşağıda verilmiştir.

ŞY, *“Yeni medya araçlarından ailemle ya da arkadaşlarımla iletişim kurabilirim. Televizyon veya radyodan iletişim kuramam. Belki geleneksel medya değil; ama yeni medya sayesinde iki taraflı bir ilişki kurabiliyoruz. Televizyon izlerken saatlerce kimseyle konuşmuyorum ya da annem, dizisini izlerken evde kimsenin konuşmasına izin vermiyor. Yeni medyada ise sürekli arkadaşlarımla iletişim kurma şansı yakalıyorum. Medya kullanım esnasında çevremdeki insanları katiyen duymam. Çünkü ben bir şeye odaklandığımda diğer her şey ile ilişkiyi keserim. Elimde tablet, oyun oynuyorsam ne kapı zilini duyarım ne de annemin sözlerini! Medya kullanımında iletişim anlamında olumsuz etkilendiğim zamanlar pek olmuyor.”*

CB, *“Medya araçları iletişimimizi genelde olumlu etkiler. Çünkü mobil iletişim sayesinde her an aile ve arkadaşlarımıza kolayca ve en hızlı şekilde ulaşım, bir araya gelebiliyoruz. Telefon olmasaydı nasıl arkadaşlarımla anında haberleşip bir yere gidebilecektim? Yalnızca mobil iletişim değil, medya araçlarının genel olarak olumlu etki ettiği fikrindeyim. Olumsuz yönü, bazen telefonda konuşurken ya da mesajlaşırken karşımdaki kişi aynı anda başka bir şeyle de ilgilenince iletişim kopukluğu yaşıyoruz.”*

MKI, *“Çoğu zaman olumlu etkilediğini düşünüyorum. Sonuçta sürekli birbirimizden haberdar olabiliyoruz, bir araya gelmek istediğimizde anında birbirimize ulaşım, toplu şekilde karar verebiliyoruz. Uzaklık diye bir şey kalmıyor. Bir arama tuşuna*

basıp istediğimiz kişiye ulaşabiliyoruz. Olumsuz yanlarının olduğunu düşünmüyorum. Medya bize çeşitli fırsatlar sunuyor. İster oyun oynuyoruz, ister başkalarıyla iletişim kuruyoruz, ister keyifli vakit geçireceğimiz diğer medya araçlarının özelliklerinden faydalanıyoruz.”

HU, *“Genel bir kapsamda olumlu etkisi olduğunu düşünüyorum. Yüz yüze gelmeden de sık sık görüşme fırsatımız oluyor. Hatta medya sayesinde arkadaşlarımla daha sık görüşme ve ilişkilerimizi güçlendirmeye fırsatımız oldu.”*

OB, *“Genelde olumlu etkiler. Medya sayesinde iletişim hız kazanıyor. Medya yoluyla en hızlı şekilde karşımızdaki kişiyle konuşup, mesajlaşabiliyoruz. Fakat yüz yüze iken yaptığımız bir şakada yanlış anlaşılma payınız az olurken, bunu medya yoluyla yaptığımızda ise karşı taraf ciddi olduğumuzu düşünabiliyor. Tabii ki yakın çevremiz yanlış anlamıyor; ama çok samimi ilişkilerimizin olmadığı insanlar bizi yanlış anlayabiliyor. Yine de genel olarak medya iletişim üzerinde olumlu bir etki yarattığı görüşündeyim.”*

KG, *“Medya iletişim arasında olumlu ilişki olduğunu düşünüyorum. Şimdiye dek olumsuz etkilendiğim bir durum olmadı. Hatta birine ulaşmam gerektiğinde en hızlı ulaşım yolu telefon oluyor. Ailemin istemediği bilgisayar oyunu ve videolarından bile iletişim anlamında fayda görebiliyorum. Mesela oradan öğrendiğim bilgiler de oluyor. İngilizce kelimeler öğrenip, yabancılarla karşılaştığımda bu kelimeleri onlara söylüyorum, beni anlıyorlar.”*

Medya ve iletişim arasındaki ilişkiyi olumlu olarak değerlendiren katılımcıların ortak noktası, söz konusu medya araçlarının iletişime olanak tanınmasıdır. Buna göre cep telefonu, sosyal medya mecraları gibi alanlar karşılıklı konuşma, yazışma ve görüşme etkinliklerine olanak tanıdığı için iletişimin devamına izin vermesi bakımından katılımcılar tarafından önemli görülmektedir. Televizyon gibi görsel bir araç da pek çok bilgiyi sunması bakımından katılımcılar tarafından olumlu karşılanmaktadır.

Medya ile iletişim arasındaki ilişkiyi olumsuz yorumlayan katılımcıların görüşlerine de aşağıda yer verilmiştir.

EK, *“Medya yoluyla arkadaşlarımla konuşabiliyorum. Oyun oynarken yeni insanlarla tanışabiliyorum. Video izlerken ise sık sık küfür içeren konuşmalara rastlıyorum. Televizyondaki iletişime*

baktığımda hiç öğretici olduğunu düşünmüyorum. Aksine sürekli şiddet hâkim oluyor. Eskiden izlediğim çizgi filmlerden etkilenerak etrafa zarar verdiğim zamanlar oluyordu. Neyi görür duyarsak, onu öğreniyoruz. Medya araçlarının içerisinde en verimli aracın dergi olduğunu düşünüyorum. Başından sonuna öğretici içeriğe sahip oluyor. Ailem de bu yüzden dergi almayı asla ihmal etmiyor. Aklıma gelmişken şunu da söyleyeyim: Televizyonda kötü örnek oluşturabilecek bir hareket izleyip tekrar ettiğimde, kız kardeşim de aynısını yapıyor. Mesela ben bağıırıp çağırdığımda bakıyorum ki kardeşim de aynısını yapıyor. Medya o kadar bağlayıcı bir unsur ki kullanım esnasında etrafımı ne görüyorum ne de duyuyorum. Zaten ailemin de en kızdığı şey, bu oluyor.”

EG, “Medyadan iletişim kurmanın olumsuz yanlarının fazla olduğunu düşünüyorum. Tartıştığım durumlar olmuyor; ama medyadan iletişim yürümüyor. Bir şey eksik kalıyor karşı tarafla sizin aranızda. Mesela içten bir iletişim kuramıyorum. Sözler uzuyor, olur olmadık anlamlara çıkabiliyor. En iyisi ihtiyacın olmadığı müddetçe medya üzerinden iletişim kurmamak!”

GK, “Medya üzerinden sohbet anlamında kimse ile iletişim kurduğum olmuyor. Televizyon ve tablet üzerinden izlediklerimde ise söylenenlerden etkilendiğim oluyor. Medya araçlarını kullanırken çevremdeki insanları görmediğim ve duymadığım durumları sık sık yaşıyorum. Bu anlamda medya, çevremdeki insanlarla iletişimime zarar veriyor. Ayrıca medya da tek taraflı bir konuşma oluyor. Orada ne söylenir, ne izletilirse ona odaklanıyoruz.”

NY, “Telefondan iletişim kurmak uzaktaki insanlarla bağları koparmamızı sağlıyor. Bazen de kendimizi yanlış ifade edip tartıştığımız durumlar da oluyor. Televizyondan iletişim anlamında genelde olumsuz beslendiğimi düşünüyorum. Kötü örnek oluşturabilecek her şey mevcut oluyor. Çizgi filmde bile kötü karakterlerin yaptığı hareketleri örnek alabiliyoruz. Ben iyiyle kötüyü ayırt edecek yaşta değilmişim, o yüzden anne ve babam medya kullanımımı kontrolü altında tutuyor. Onlar bir yana, abim de sık sık müdahale ediyor. Yani iletişim anlamında olumsuzluklara maruz kalabiliyorum ve bu durumda ailem müdahale ediyor.”

KY, “Özellikle olumsuz olduğunu düşünüyorum. İletişim anlamında çevremdeki arkadaşlarımdan gördüğüm kadarıyla

medyanın bir tane faydası varsa yüz tane zararı var. Belki tableten, telefonda ya da bilgisayardan oyun oynamak, sohbet etmek, video izlemek daha keyifli oluyor. Ama çevremizdeki insanları görmüyoruz, duymuyoruz. Medya anlatıyor biz dinliyoruz, izliyoruz.”

SI, “Bazen ailemle konuşuyorum. Annem-babam beraber çalışıyor. Bu sürede ailemle görüşmek için medya araçlarını kullanıyorum. Yine de bu yolla çok iyi iletişim kuramıyorum. Mesela arkadaşlarımla yüz yüze konuşurken iyi anlaşıyoruz. Ama ailemle telefonda konuşurken bazen anlamadığım ya da ailemin dediklerimi anlamadığı durumlar oluyor. Eğer annemden bir yere gitmek için izin alacaksam telefonda arayıp, izin istediysen ikna olmuyor. Ama yüz yüze iken izin istediğimde kolayca kabul ediyor. Medyadan iletişim kurmak bana göre değil.”

MB, “Medya iletişimimizi olumsuz etkiler. Çünkü medya yoluyla iletişim kurarken gereksiz yere cümleleri uzatıyoruz. Yanlış anlaşıldığım ya da anladığım bir durum da olabiliyor. Genelde emojiler kullanarak konuşuyoruz. Bu da yanlış anlaşılmalara sebep oluyor. Bir de yüz yüze konuşmayı, medya aracılığı ile iletişim kurunca çok samimi olduğum arkadaşlarımla bile tartışabiliyorum. Yüz yüze iken derinlik kazanan iletişim nerede, emojilerle konuşmak nerede?”

YM, “Medyadan iletişim kurduğumda çevremdeki insanlara karşı pasif oluyorum. Medya kullanımında kendime sınırlar koymasam mutlaka medyanın iletişim anlamında zararlarına rastlarım; ama olabildiğince kontrolüm altında tutmaya çalışıyorum. Günümüze bakarsak medya, iletişimi bir yönüyle sahiplenmiş görünüyor. Genç grubun iletişimini nasıl etkileyeceğini çok iyi bilen bir medya sahipleri var karşımızda. Ne kadar dışında durmaya çalışsak bile yaşadığımız toplum içinde medyadan soyutlanmak boş bir çaba. Yine de ben ve çevremdeki insanların medyadan korunmak için elinden geleni yaptığını görüyorum.”

AA, “Medya beni avucunun içine almıyor; ama çok fazla vakit harcıyorum. Medyanın bize sunduğu tek taraflı iletişimin boyutu bir şekilde insanları kışkırtıyor. Sonuçta diğer adı etki aracı! Babam Kurtlar Vadisi dizisinin başladığı dönemlerde herkesin uzun kaşe kaban giyip, elinde tesbih ile dolandığını söylemişti.

Televizyondan gördüğümüz bir konuşma şeklini, giyim tarzını ya da bir hareketi örnek alabiliyoruz. Benim dönemimde örümcek adama özenip balkondan aşağı atlayarak hayatını kaybeden bir çocuk olmuştur. Medya nasıl bir yönde etkilemek istiyorsa, bizi o şekilde etkiliyor. Kaçabilmek mümkün değil.”

Medya ve iletişim arasındaki ilişkiyi olumsuz şekilde yorumlayan katılımcılar, medya araçlarının kişilerin birbirleriyle yüz yüze iletişimine engel olduğunu ifade etmişlerdir. Yüz yüze gerçekleştirilen kişilerarası iletişimde sağlanan başarının medya ile gerçekleşen iletişimden daha etkili olduğunu dile getiren katılımcılar, medyanın bir aracı olan televizyon ve özellikle internet tabanlı bilgisayar oyunları sırasında gerçekleşen iletişimin kalitesizliğine de vurgu yapmaktadırlar. Keza, adı geçen ortamlarda küfürlü ifadelerin sıklıkla kullanılmasını doğru bulmayan katılımcılar bulunmaktadır. Bu ortamlarda yoğun şekilde şiddete maruz kalma durumunun iletişim için uygun olmadığı da yine katılımcılar tarafından dile getirilen bir başlık olmuştur. Bunların yanında televizyon dizileri ya da karakterlerinin de izleyicileri olumsuz yönde etkilediğine dair bilgiler mevcuttur. İzlenen kötü görüntülerin izleyicileri kötü davranışa sevk edebileceği düşüncesi de katılımcıların söyledikleri ifadelerde yer alıyor.

Katılımcılardan bazıları da iletişim ve medya arasındaki ilişkinin hem olumlu hem de olumsuz yanlarına dikkat çekmiştir. Söz konusu görüşler aşağıda verildiği gibidir.

YÖ, “Medya ve iletişim arasında çevremden gözlemlediğim kadarıyla olumlu etkilerin yanı sıra olumsuz etkiler de mevcut oluyor. Ben medyayı iletişim aracı olarak da kullanan biriyim. Dozajında kullandığım için medyanın olumsuz etkilerine maruz kalmıyorum. Birçok insanı düşünce ve davranış olarak etkileyen bir ortam olduğunu düşünüyorum. İletişim anlamında az çok hepimiz etkileniyoruz.”

MSÇ, “Medya sayesinde uzaktaki insanlarla rahat bir şekilde iletişime geçebiliyoruz. Türkiye’de şuan için bakıldığında asıl amacından sapan bir medya kullanımı söz konusudur. Belki medya iletişim arasında olumlu yönde bir ilişki vardır ama biz daha çok olumsuzluklarını görüyoruz. Mesela medya kullanımı esnasında çevremizdeki insanları görmüyor ve duymuyoruz. Aynı şekilde ortamda bulunan herkes bir medya aracıyla ilgilendiği için kendi

içimizde iletişimsizlik oluyor. Medya ne kendisi iletişime olumlu etki edebiliyor ne de kullanıcılarının kendi arasında sağlıklı bir iletişim kurmasına ortam hazırlayabiliyor. Keşke varlığından yoksun olsa idik!”

BS, “Diğer insanlarla internet üzerinden oyun oynarken ya da sosyal medya üzerinden iletişim kurmak olumlu yönde bir etki sağlıyor. Televizyondan ise iletişim anlamında olumlu etkiye maruz kaldığımızı söyleyemem. Medya kullanımı esnasında çevremdeki insanları duymuyor ve görmüyorum. Beni uyardıklarında gülüp geçiyorum. Bence medya ve iletişim arasındaki anahtar kelime kişinin kendisidir. Medyayı ne amaçla, ne düzeyde ve ne kadar süre kullandığı ise yardımcı noktalarıdır.”

DC, “Medyanın iki yönlü bir ok olduğunu düşünüyorum. İletişimi ne yönde isterse o yönde etkiliyor. Medyada bu kadar fazla zaman geçiren ben ve benim gibi genç nesil iletişim bağlamında medyadan mutlaka etkileniyor, diye düşünüyorum. Mesela televizyonda izlediği diziden etkilenip, onlar gibi giyinen ve onlar gibi davranan bir sürü arkadaşım var. Medyadan olumsuz yönde etkilenip, ölümden dönen bile oldu. Mesela medyada mum yakarak sakinleşen kızı izleyen arkadaşım evde yangın çıkması nedeniyle büyük bir kazayı atlattı. Medyanın iletişim aracılığıyla sunduğu bilgiler, her zaman ışık saçmıyor. Telefonda internete bağlı oyun oynayıp, oradaki oyunu örnek alarak odasında intihar etmiş bir gencin haberini izlemiştim. Gerçekten boşluğa düşmeye hazır insanları, kolaylıkla içine alabilen bir şey medya!”

BU, “İletişim artık medya yoluyla sağlanıyor. Çok uzun süredir bu böyle. Her koşulda arkadaşlarımıza ulaşabiliyoruz. Olumsuz yönü de bizzat yanımızdaki insanları görmez, duymaz hale gelmemiz oluyor. Telefonda 7/24 arama ya da mesajlaşma yoluyla konuşan; ama çevresindeki insanlara tek cümle kurmayan insanlar var. Medya bir tercih; ama iletişim ihtiyacını % 100 karşılar, diyemem. Çünkü yüz yüze konuşma esnasında sahip olabileceğimiz avantajlardan yoksunuz. Mesela beden dili, mimik ve jestler telefonda görüşürken sahip olamadığımız şeylerdir. Görüntülü konuşma var; ama bu konuşma esnasında karşı taraf ile temas kuramıyoruz. Arkadaşım sıkıntıda olduğu bir durumu benimle paylaştığında sırtını sıvazlarım, ya da sarılır destek olurum. Ama telefonda tek desteğim ‘Üzülme!’ gibi bir cümle kurmak olur. Hiçbir medya aracının iletişim ihtiyacımızı tamamıyla karşıladığını

düşünmüyorum. Şöyle de bir durum var, arkadaşımınla üzerinde konuştuğumuz bir konuda tartışabiliyoruz. Çünkü yanlış anlaşıldığım ya da anlaşılmadığım durumlar oluyor. Mesajda iyi niyetle yazdığım bir cümleyi çok yanlış anlayıp uzun süre dargın kaldığı oluyor.”

Yukarıda verilen ifadelerden de anlaşılacağı üzere medya ve iletişim arasında olumlu ve olumsuz yanlar ön plana çıkabilmektedir. İletişimi kolaylaştıran medya araçları her zaman iletişimin sağlıklı şekilde sürdürülmesine olanak tanımamaktadır. Nitekim katılımcıların da ifade ettiği gibi internet üzerinden gerçekleştirilen bir iletişim ile yüz yüze kurulan bir iletişimin etki düzeyi aynı olmayabilir. Öte yandan internet tabanlı iletişim ortamları uzaklardaki yakınlarımızla görüşüp konuşmamızı; kısacası iletişim kurmamıza olanak tanıdığı için de önemli olarak görülebilmektedir. Bir başka medya aracı olan televizyonda karşılaşılan olumsuz durumlar kişileri de olumsuz davranmaya sevk edebilir. Katılımcıların söylediklerinden yola çıkarak medya ve iletişim arasındaki dengeleri kurmak kullanıcının kendisinin elindedir. Bu bağlamda olumlu ve olumsuz yanları iyi belirleyip, olumsuz olabilecek durumlardan sakınabilmek, belki de medya araçlarını topyekûn görmezden gelmekten daha iyi olacaktır.

SONUÇ

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte hayatımıza giren medya araçları yaklaşık 100 yıllık aşkın geçmişi boyunca çeşitlilik göstermiştir. 1900’lü yılların öncesinde yazılı basınla başlayan kitle iletişim araçlarının varlığı 1920’li yıllarda radyonun, 1960’lı yıllarda televizyonun, 1990’lı yıllarda internetin ve 2000’li yıllarda da sosyal medya vb. mecraların yaygınlık kazanmasıyla farklı boyutlar kazanmıştır. Gazete, dergi, televizyon gibi daha çok tek yönlü iletişimin ağırlıklı olduğu geleneksel medya araçları, zamanla çift yönlü iletişimin yoğun şekilde kullanıldığı sosyal medya mecralarını da içine alan yeni medya denilen sürece evrilmiştir.

Bu çalışmada çocuklar ve gençler üzerinden geleneksel ve yeni medya kullanımı arasındaki durum incelenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla Temmuz 2018’de toplam 20 kişinin içinde bulunduğu çocuk ve gençlerle yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Çalışmada ilkokul ve ortaokulda okuyanlar “çocuk”, lisede ya da üniversitede okuyanlar ise “genç” olarak kabul edilmiştir. Gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen sonuçlara göre çocuk ve gençler arasında olduğu kadar, kızlar ve erkekler arasında da geleneksel ve yeni medya kullanımı arasında farklılıklar olduğu ortaya çıkmıştır. Buna göre çocuklar, geleneksel medyayı çok kullanmıyorlar. Kız çocuklarından bazıları annelerinin alışkanları nedeniyle onlarla birlikte radyo dinliyorlar ya da dizi film izliyorlar. Erkek çocuklar ise televizyonda daha çok çizgi film izliyorlar; ama dergi ya da gazete okumuyorlar. Bunun yerine sokakta arkadaşlarıyla oyun oynuyorlar. Çocukların verdiği cevaplara göre çoğunda cep telefonu yok ve genellikle annelerinin akıllı telefonunu kullanarak, arkadaşlarıyla iletişim kuruyorlar ya da sosyal medya hesaplarını takip ediyorlar. Çocukların en büyük sıkıntısı, özellikle sosyal medya hesaplarının aileleri tarafından takip ediliyor olması ve gerek geleneksel gerekse de yeni medya kullanım sürelerine kota uygulanmasıdır. Erkek çocuklar özellikle geleneksel medyanın olumsuz etkilerinin varlığına dikkat çekmişlerdir. Yeni medya kullanımında ise ağırlıklı olarak Youtube kullanımı olduğu; bunun daders içeriklerine ulaşmak, ödev yapmak ve eğlence amaçlı oyun videolarına ulaşmak için kullanıldığı anlaşılmıştır. Bunun yanında erkekler için bilgisayar oyunları da önemli olmaktadır. Gençlerde ise geleneksel medya kullanımı söz konusu olduğunda erkeklerin gazete okuma ve televizyon izleme alışkanlıklarının olmadığı yönünde bilgilere ulaşılmıştır. Genç kızlar ise özellikle belli temaları olan dergileri takip edip, okuma alışkanlıkları olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca dizi izleme alışkanlığı olan kızlar da bulunmaktadır. Gençlerin daha yaygın şekilde yeni medya kullandığı ortaya çıkmıştır. Hemen hepsinin akıllı telefonu olması, sosyal medyada kendi hesaplarının bulunması ve takiplerinin bizzat bu telefonlardan yapılması durumu söz konusudur. Gençlerde özellikle erkekler tarafından geleneksel medya kullanımı söz konusu olduğunda, televizyon içeriklerinin olumsuz etkileri olduğunun birinci dereceden gözlemlendiği anlaşılmıştır. Bu yönde bir farkındalık dikkat çekmektedir. Kızların yeni medya kullanımı daha çok sosyal medyada kim ne giymiş, nereye gitmiş, takipçiler neler yapmış yönünde olurken, erkeklerde ise daha çok Youtube kanallarında video izleme ve oyun oynama alışkanlığı ön plana çıkmaktadır. Gençlerde yeni medya ile uğraşırken zaman kavramının unutulduğu ve kişisel ihtiyaçlara

zaman ayrılmadığı yönünde de bilgilere ulaşılmıştır. Sonuç olarak çocuk ve gençlerde geleneksel ve yeni medya kullanımında amaç, süre ve etkilenme bakımından farklılıklar olduğu görülmüştür.

Bu çalışmada elde edilen bulgular, bundan sonra benzer çalışmalara referans olabileceği gibi, araştırmacılara bu konunun farklı boyutlarını incelemeleri için de bir kapı aralayabilir. Çünkü son dönemlerde literatürde yeni medya üzerinde çok sayıda çalışma yapıldığı görülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akarşlan, Mediha (1998). Ana Hatlarıyla Çocuk Hakları ve Çocuk Hakları Mevzuatı, İstanbul: Alfa Basım- Yayın- Dağıtım.
- Aktaş, Celalettin (2018). Yeni Medyanın Geleneksel Medya İle Karşılaştırılması, <https://docplayer.biz.tr/8028251-Yeni-medyanin-geleneksel-medya-ile-karsilastirilmesi.html>, Erişim Tarihi: 17 Ağustos 2018.
- Altunay, Alper (2012). “Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya: Görüntü Yüzeyi”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 27/2012, ss.: 34-44.
- Avuloğlu, Pelin (2017). Geleneksel Medya ve Yeni Medya, <http://dijitalmedyauzmanligi.com/>, Erişim Tarihi: 16 Ağustos 2018.
- Bağ, Sadullah M. (2017). Yeni Medya, Geleneksel Medya, Dijital Yayıncılık, <https://dijitalite.com/yeni-medya-geleneksel-medya-ve-dijital-yay%C4%B1nc%C4%B1l%C4%B1k-d0b765978228>, Erişim tarihi: 17 Ağustos 2018.
- Çelik, Cemil (2005). “Çocuk Kavramı ve Medeni Hukuk Açısından Çocuk Haklarının Tarihi Gelişimi”, *e-Akademi, Hukuk, Ekonomi ve Siyasal Bilimler Aylık İnternet Dergisi*, Şubat: 2005, Sayı: 36, <http://www.e-akademi.org/incele.asp?konu=%C7OCUK%20KAVRAMI%20VE%20MED%20EN%DD%20H%20UKUK%20A%C7ISINDAN%20C7OCUK%20HAKLAR%20ININ%20TAR%DDH%DD%20GEL%DD%DE%DDM%DD&kimlik=-1854485512&url=makaleler/ccelik-1.htm> Erişim Tarihi: 15 Ağustos 2018.

- Çizmeçi, Esra (2015). “Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Küreselleşen Dünyada Yeni Medya ve Gençlik İlişkisi”, *Uluslararası Yeni Medya Yeni Yaklaşımlar Konferansı Bildiri Metni*, Ekim 2015, ss.: 299-312.
- Demir, Türkey (2011). “Medya ve Ergen”, *Türk Pediatri Araştırmaları*, 46 Özel Sayı: 22-4, ss.: 22-24.
- Ekiz, Durmuş (2003). *Eğitimde Araştırma ve Yöntem Metodlarına Giriş*, Ankara: Anı Yayınları.
- Hodgkin, Rachel; Newel, Peter (1998). *Çocuk Haklarına Dair Sözleşme, Birleşmiş Milletler Çocuk Fonu: Uygulama Elkitabı*.
- İletişim Psikolojisi (2018). *Yeni Medya Nedir?*, <https://iletisimpsikoloji.com/yeni-medya/>, Erişim Tarihi: 17 Ağustos 2018.
- Karagöz, Seda (2012). *Geleneksel Medya ve Yeni Medya*, <https://prezi.com/flkb3ewao0z-/geleneksel-medya-sosyal-medya/>, Erişim Tarihi: 17 Ağustos 2018.
- Holmes, D. (2006). *Communication Theory: Media, Technology, Society*, London: Sage Publications.
- Look New Media (2015). *Geleneksel Medyadan Sosyal Medyaya Geçiş*, <https://prezi.com/flkb3ewao0z-/geleneksel-medya-sosyal-medya/>, Erişim Tarihi: 17 Ağustos 2018.
- Okur Berberoğlu, Emel (2015). “Çocuklar-Ergenler medya Bağımlılığı ve Sınıf Dışı Eğitim”, *Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi*, Cilt: 12-2, Sayı: 24, 2015-2, ss.: 45-57.
- Öncül, Remzi (2000). *Eğitim ve Eğitim Bilimleri Sözlüğü*, İstanbul: MEB Yayınları.
- Özel, Sedat (2015). “Çok Çeşitli Medya Ortamlarında Gençlerin Geleneksel radyo Dinleme Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma”, *Selçuk İletişim Dergisi*, Cilt: 8, Sayı: 4, ss.: 281-320.
- Sağbaş, Ensar Arif; Ballı, Serkan ve Şen, Faruk (2016). “Sosyal Medya ve Gençler Üzerindeki Etkileri”, *Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı*, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, ss.: 153-163.

- Şimşek, Sedat. (2013). “Duygusal Zekâ Bağlamında Medyada Yayınlanan Reklamların Çocuklar Üzerinde Oluşturabileceği Davranış Biçimleri” *I. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı-1*,(s.235-254), Hazırlayanlar: Haluk Yavuzer ve Mustafa Ruhi Şirin, İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.
- Şirin, Mustafa Ruhi; Oktay, Necmettin ve Altun, Adnan (2013). *I. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi, I. Türkiye Çocuk ve Medya Stratejisi ve Uygulama Planı 2014-2018*, İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.
- Tozlu Mikrofon (2017). *Geleneksel Medya ve Yeni Medya*, <https://www.tozlu mikrofon.com/geleneksel-medya-ve-yeni-medya/>, Erişim Tarihi: 17 Ağustos 2018.
- Türk Dil Kurumu (2018). <http://www.tdk.gov.tr>, Erişim Tarihi: 15 Ağustos 2018.
- Tüzün, Ümran (2002). “Gelişen İletişim Araçlarının Çocuk ve Gençlerin Etkileşimi Üzerine Etkisi”, *Düşünen Adam*, Cilt: 15, Sayı: 1, ss.: 46-50.
- Walters, Reece&Zwaga, Wiebe (2001). *The Younger Audience*, New Zealand: Dunmore Printing Company.
- Yeşilyurt, Alper (2017). *Yeni Medya Düzeninde Bilgi Güvenilirliği ve Toplumsal Etkileri*, Araştırma Raporu, STM teknolojik Düşünce Merkezi, https://thinktech.stm.com.tr/uploads/raporlar/pdf/14122017_151236296_stm_yenimedya-duzeni_.pdf, Erişim Tarihi: 17 Ağustos 2018.
- Yıldırım, Ali ve Şimşek, Hasan (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, 8. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yurtaş, Gamze Oskay (2013). *İnternet Kullanım Alışkanlıkları Açısından İlköğretim 5,6,7 ve 8. Sınıf Öğrencilerinin Durumu – İnternet Kullanımı İle İlgili Ailelerin Değerlendirmeleri*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.