



e-ISSN: 2630-631X

Article Type
Research ArticleSubject Area
Fine Arts EducationVol: 8 Issue: 66
Year: 2022 November
Pp: 2544-2553Arrival
14 November 2022
Published
31 December 2022
Article ID 67058Doi Number
<http://dx.doi.org/10.29228/smryj.67058>**How to Cite This Article**
Çelik, A. & Kuru, A. (2022). "Kitap Resimleme ve İlk Öğretim 8. Sınıf Öğrencilerinin Resimleme Yolu İle Sosyal Medya Algılarının İncelenmesi", International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal, (Issn:2630-631X) 8(66): 2544-2553

Social Mentality And Researcher Thinkers is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Kitap Resimleme ve İlk Öğretim 8. Sınıf Öğrencilerinin Resimleme Yolu İle Sosyal Medya Algılarının İncelenmesi

Book Illustration and Examination of Social Media Perceptions of 8th Grade Students by Illustration

Altuğ Çelik¹ Alev Kuru² ¹ Doktora Öğrencisi., Gazi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Resim İş Eğitim Bölümü, Ankara, Türkiye² Prof. Dr., Gazi Üniversitesi/Gazi Eğitim Fakültesi/Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, Ankara, Türkiye

ÖZET

Bu çalışmanın hedefi İlk Öğretim 8. Sınıf Öğrencilerinin sosyal medyaya bakış açıları görmek ve sosyal medyayı nasıl ifade ettiklerini yapmış oldukları resimler ile belirlemektir. Bu doğrultuda, öğrencileri sosyal medyayı ele alma biçimleri, sosyal medyayı hangi temalar çerçevesinde düşündükleri yapmış oldukları resimlerle belirlenmeye çalışılmıştır. Yöntem: 8. kademedeki okuyan rastgele seçilecek 15 kız ve 15 erkek öğrenciden oluşmuştur. Çalışma grubunun 8. Kademe öğrencilerinden seçilmesindeki en büyük etken bu yaş grubundaki öğrencinin sosyal medya hakkındaki düşüncelerini özgür bir irade ile daha rahat ifade edebilmeleridir. İlk öğretim 8. Sınıf öğrencilerinin sosyal medyaya yönelik algılarını belirlemek ve öğrencilerden sosyal medyanın kendileri için ne ifade ettiğini anlamak için "öğrencilerin resimlerle sosyal medyaya ilişkin düşüncelerini belirleme formu" geliştirilmiştir. Öğrencilere özgür bir şekilde ve serbest teknikle (Kuru boya, Pastel boya, Sulu boya) resimlerini çizmeleri için 35*50 cm ölçülerinde resim kağıtlarından hazırlanmış formlar verilmiştir. Bu formlar üzerinde "sosyal medya (Facebook, Twitter, Instagram) logoları bulunmaktadır. Sonuç: Öğrencilerden sosyal medyaya ilişkin görüşleri sorulduğunda en çok bağımlılık teması üzerinde durdukları görülmüştür. Buradan sosyal medyayı kullananları hem bu medyaya hem de telefona bağımlı kıldığı ve insanların sosyalleşmelerini engelleyen bir mecra olduğu sonucuna varılmaktadır Öğrencilerin sosyal medyayı eğlence bilgi toplama aracı olarak kullandıkları göze çarpmaktadır. Sosyal medyada yer alan oyunlar ve insanları bilgilendirmek için açılan sayfalar bunun en büyük kanıtıdır. Yine sosyal medyanın insanların birbirlerinden haberdar olabildikleri, mesajlaşabildikleri ve kendilerini birbirlerini ifade etmek için kullandıkları bir iletişim aracı olduğu sonucuna da varılmıştır.

Anahtar Kelimeler:

ABSTRACT

The aim of this study is to determine the perspectives of 8th Grade Elementary School Teachers on social media and how they express social media through their pictures. In this respect, the ways in which students deal with social media are tried to be determined by the pictures they have made in which context they think social media. Method: The study consisted of 15 girls and 15 boys. The most important factor in the selection of the study group from the 8th grade students is that they can express their thoughts about social media more freely with a free will. In order to determine the perceptions of 8th grade students on social media and to understand what social media expresses for them, a form of determining the thoughts of students on social media through pictures has been developed. In order to draw the students free of charge (dry paint, pastel paint, watercolor), 35 * 50 cm sized paints were prepared. There are social media (Facebook, Twitter, Instagram) logos on these forms. Conclusion: When asked about the opinions of the students about social media, it was observed that they focused on the most addictive theme. It is concluded that the users of social media make them dependent on this media and phone and it is a channel that prevents people from socializing. It is noteworthy that students use social media as a means of gathering entertainment. The games in the social media and the pages opened to inform people are the biggest proof of this. Again, it is concluded that social media is a communication tool where people can be aware of one another, can communicate and use to express themselves.

Keywords:

GİRİŞ

Çoğunlukla görsel içerikli ve yazısal iletişimin baskın olduğu nispeten bu sessiz dünyada bireylerin en temel algılarından biri devreye girmektedir buda görsel algıdır. Dünyanın en eski mesleklerinden olan resim çizme sanatı da insanlığın var oluşundan bu yana görsel algının ne denli önemli olduğunu bizlere göstermektedir.

İnsanlığın ilk varoluş zamanları olarak görebileceğimiz mağara dönemlerinden bu yana iletişim kurmak ve hikayelerini aktardıkları bir araçtır resimleme. Resimleme kuşaktan kuşağa aktarılan malumatların, tarihsel kültür birikimlerinin, inançlarının, öğrenme enstrümanı olma işlevini sürdürmüştür (Kaya, 2020).

Öğrenmeyi destekleyen ve insanın ilgisini ateşleyen en bariz özellik görme eylemidir (Ocak, 2004:21).

Parsa (2004) Okunan veya işitilen bilgiler den ziyade insanların gördüklerine daha çok inandıklarını ifade etmektedir. Görsel öğrenme süreci yazılı metin öğreniminden daha az vakit ve emek gerektirdiği için akılda daha rahat çözümlenmektedir. Görsel unsurlar bireyin konuya alakasını da dinamik tutmaktadır.



Çocukların bilişsel dünyalarında geliştirdikleri fikirler, duygusal süreçler resimlerinde görülmektedir. Resimler; çocukların yaşamlarında çevrelerine uyumlanma ve düşünsel hayatlarıyla ilişkili görüntüleri de ortaya koyarlar. Çocukların içsel dünyalarında yaşadıkları korkuları, çelişkileri ve istekleri vardır. Bu dünyaya ilişkin anlatımlarında her zaman dil yeterli olamayabilir (Kırıçoğlu, 2003). Bu duruma göre görsel imajların, resimlemelerin bireyin öğrenme ve öğrendiklerini yorumlama konusunda ne denli önemli olduğunu söylemek yanlış olmaz.

Bilişsel kuramcılar bireylerin eğitimleri ve öğretimleri boyunca edilgen alıcılar olmadıklarını, kendi teknikleri ve bakış açıları ile yorumlama yapan öğrenciler olduklarını düşünmektedirler (Açıkgöz, 2002).

Bu açıdan bakıldığında bilişsel öğrenme sürecinde resimleme ve görselleştirmenin insanın zihninde yer alan görüntüler ile dışarıdan edindiği görsel bilgileri birleştirerek yeni bir yorum ve bakış açısı geliştirdikleri söylenebilir.

W.J.T Mitchell'a (1995) göre; Yaşadığımız çağın en önemli problemleri arasında görseller yer almaktadır. Yazılı kaynakların baskın olduğu günümüz dünyasında artık bu durum değişmektedir. Günümüz dünyasında kişiler artık daha çok görmek istemektedir (Kress, 2003).

Yazılı kaynakların tüketimi sırasında bireylerin bu kaynakları destekleyen ve bilişsel sistemlerinde yer alan imgeleri zihinlerinde eşleştirecek görselleri daha sık aradıklarını söyleye biliriz.

Öğrenmeyi etkileyen faktörleri hazır bulunuşluk, olgunlaşma, motivasyon, dikkat, pekiştirme, zaman ve aktif katılım olarak sıralayabiliriz. Bunların içinden aktif katılımı bireyin çeşitli yollarla öğrenmesi olarak tanımlayabiliriz. Bu çeşitli yollar dinleme, okuma, konuşma, görme ve aktif katılım şeklinde ifade edilir. Belirtilen bu yollardan birkaç tanesinin kullanımı öğrenmenin daha etkili bir şekilde gerçekleşmesini sağlayacaktır (Şişman, 2016). Ders kitabı ve resimleme ikilisinin kullanımı da okuma ve görme yollarının birlikte kullanıldığı bir öğrenim aracıdır.

Özellikle Türkçe gibi metinlerin çok olduğu ders kitaplarında öğrencilerin bilgileri öğrenmesini kalıcı kılmak kimi zaman zor olabiliyor. Bunu daha kolay hale getirmek ve dikkat çekiciliği arttırmak için metinlerin hatırlanabilirliğini ve bilgilerini kalıcılığını arttırmak amaçlı resimlemelerden yararlanılır. Ders kitaplarında kullanılan resim ve metin ilişkisi bu nedenle birbirinden ayrılmadan bütünsel bir şekilde incelenmelidir. "Resimler, çocuğun öğrenme ihtiyacını karşılayarak kavram dünyasını zenginleştirmeli, onları metin üzerinde düşündürmeli, heyecanlandırmalı, yaratıcı güçlerini harekete geçirmelidir" (Kaya, 2011).

Teknolojinin gelişimi ile metinlerin görselle olan ilişkisini daha birçok alanda görmekteyiz. Bunlardan en yaygın olanları hiç şüphesiz sosyal mecra platformlarıdır.

Günümüz teknolojileri sosyal sınırlarımızı sanal ortamlara kaçınılmaz olarak taşırmaktadır. Yeni sosyal kimliklerin oluşmasına imkân tanıyan, topluluk ya da birebir sosyalleşmeye sanal olarak izin veren bu teknolojiler hayatımızın her alanına dokunmaya devam etmektedir. Günümüz yaşamının birçok sınırlılıklarını ortadan kaldıran sanal iletişim; mimik, düşünce, fikir, duygu, vb. İletişim dillerine yazı, görüntü ve ses kullanımlarıyla imkân verebilmektedir. Teknoloji ve internet uygulamaları ve sosyal medya teknoloji ilerledikçe daha çok gelişmekte, iç içe girmekte ve şekil değiştirmektedir. Facebook bu gelişmelerin ışığında dünyada en çok kullanılan sosyal ağlardan bir tanesidir. İletişim araçları geliştikçe yetişen yeni nesil bu kavramlar içerisinde büyümekte ve onlar için sıradan bir yaşam unsuru olmaktadır. Bu bağlamda bu iletişim ve etkileşim ağını geliştiren bizlerin çocukların gelişim ve kullanım alanlarını belirleme noktasında nasıl kararlar vereceğimiz onların gelişim süreçlerini kaçınılmaz olarak etkileyecektir. Önemsemelidir ki, bu teknolojiye orta yaş gurubunda dahil olmuş biri ile doğduktan sonra yüzleşmiş bir birey çok farklı noktalarda bu teknolojiye hâkim olma gücüne sahip olacaktır. Gençlerin doğduğu günden bu yana çocukluk çağlarında açtıkları hesaplarından tutun gelişme çağı süresince tüm değişimlerini kendilerinin gözlemleyebildiği ve dünyayla sürekli iletişim ve etkileşimde oldukları bir ortamda değişimin de daha hızlı gerçekleşeceği söylenebilir.

Facebook, Twitter ve Instagram gibi uygulamalar; yaşantımızı, dünya algımızı ve yaşam biçimimizi hiç şüphe yoktur ki birçok alanda değiştirmiştir. İnsanların hayatlarıyla daha çok etkileşim içerisinde olmaya başladık ve görsel bir bombardıman şeklinde her gün karşılaşmaktayız. Teknolojik olarak bu hızlı geçişler toplum için aynı hızda gelişmemekte ve farklı yaş kitlelerinin, bu teknolojilere alışkın olmayan neslin uyum sorunu yaşamasına neden olabilmektedir. Bu sebeple bu teknoloji ile doğmuş bireylerin kontrolü ve anlaşılması zorlaşmaktadır. Bu farklı nesil gruplarının algısı, alışkanlıkları, insanlarla etkileşimleri, adetleri yaşam tarzları medya okur yazarlık yetenekleri hepsi bu sosyal medya yaşamına uyumda birer faktördür. Bunlar birçok insan için sonradan edinilmeye çalışılıyor gibi görünmektedir.

Resim insanın aklındaki imgelerin yansımalarını sunan içgüdüsel, psikolojik, sosyolojik birçok detayı ve yansımaya içinde barındıran bir dış vurum yöntemidir. Özellikle çocuklarda saf, naif ve dış düşüncelerden etkilenmeyen bir şekilde içten geldiği gibi yansımaktadır. Sadece içerindeki zihinlerindeki, düşünceleri, hayalleri veya problemleri kâğıda aktarırlar. Onlar bunu tek taraflı bir iletişim aracı olarak kullanırlar.

Bu çalışma da çocuklara verilen herhangi bir konunun bilinç altı yansımaları veya dile getiremedikleri durumları gözlemlememize, bizlerin daha sonradan maruz kalıp alışmaya çalıştığımız facebook, Twitter, Instagram ve benzeri sosyal medya oluşumlarının çocukların gözünde ne gibi bir görsel sonuca ulaştığı, bu olguyu görsel açıdan nasıl yansıttıklarını görmek çocukların gözünden gerçekten önemli sosyal medya platformlarının ne anlam ifade ettiğini bizlere gösterecek ve onları nasıl etkilediğini görmemizi sağlayacaktır.

SOSYAL MEDYA KAVRAMI

Teknolojinin hızla gelişmesi ve internet kullanımının yaygınlaşması birçok alanda olduğu gibi insan hayatını da birçok yönden etkilemekte ve değiştirmektedir. İnternet ve sunduğu olanaklar, insanların hızlı ve etkin bir iletişim süreci içerisine girmelerini sağlamakta; Çalışma alanlarındaki, ilgi alanlarındaki güncel olayları, gelişmeleri takip etmelerine, kendi deneyimlerini ve görüşlerini paylaşmalarına olanak tanımaktadır. Sosyal medya da bu açıdan internetin önemli bir unsuru olarak görülmekte ve günümüz toplumlarında insanların iletişim kurma ve bilgi paylaşma şeklini önemli ölçüde değiştirmektedir. Sosyal medya, insanlara kendilerini yansıtmaları, topluluklar oluşturmaları, iş birliği yapmaları ve paylaşmaları için fırsatlar sunar (Murray, 2008).

Bu tür sosyal etkileşim platformları, kullanıcılar ve kullanıcıların memnuniyet duyacakları bir şekilde iletişime geçtikleri kişiler yoluyla, talepte bulunanlar arasında giderek çoğalan bir etkileşim ortamı oluşturmaktadır. Bu etkileşim ortamları; fotoğraf, medya, metin ve videonun karışık oluşumlarını içerecek şekilde değişir. (Komito & Bates, 2009).

Sosyal medya terim olarak kullanıcıların ağ teknolojilerini kullanarak etkileşimde bulunmalarını sağlayan araç, hizmet ve uygulamaların bütünüdür (Boyd, 2008).

Bireylerin internet ortamında birbirleri ile yaptıkları diyaloglar ve paylaşımlar sosyal medyayı oluşturmaktadır. Sosyal ağlar, bloglar, mikrobloglar, anlık mesajlaşma programları, sohbet siteleri, forumlar gibi insanların birbirleriyle içerik ve bilgi paylaşmalarına olanak sağlayan web siteleri ve uygulamalar sayesinde internet kullanıcıları aradıkları içeriğe ulaşma imkânı bulmaktadır. İlk bakışta bireyler ya da küçük gruplar arasındaki diyaloglar gibi görünse de paylaşılan bilgi ya da içeriklerle ilgilenen kişilerin sayısı çok hızlı bir şekilde artmaktadır. Sosyal medya için önemli bir araç olan sosyal paylaşım siteleri, 2002 yılından itibaren klasik anlamda internetin dönüşmesi ile online ortamda geri dönülmez bir şekilde değişmeye başlamıştır. Sosyal paylaşım siteleri (SAS) (Myspace, Orkut, Twitter, Facebook, Friendster, LinkedIn) kişilerin açık veya yarı herkese açık profil oluşturmalarına, farklı kişilerle link paylaşmasına ve belirli limitler dahilinde diğer kişileri bir sistem içerisinde listelemesine olanak tanır. Onunla ilgili. Hizmetlerin bir listesini de sağlayan web tabanlı hizmetler olarak tanımlanmaktadır (Boyd ve Ellison, 2007). Çoğu sosyal ağ sitesinde kullanıcılar, yeni insanlarla tanışıp iletişim kurmanın ötesinde, mevcut arkadaşları veya tanıdıkları ile iletişimi sürdürmeyi amaçlar (Boyd ve Ellison, 2007).

Bireyler, diğer sosyal ortamlarda olduğu gibi sosyal paylaşım sitelerinde de kendileri hakkında sunumlar yaparak diğer bireylerle ilişkilerini gerçekleştirirler. Bireyler, sosyal etkileşimlerde belirli rollere uygun davranırlar. Sunumları rollere uygun yapmanın yanı sıra diğer insanların gözünde de belirli kimlikler oluşturmaları gerekmektedir (Demir, 2002). İnternette kimliğin akışkan olduğu fikrine katılanlar, kimliğin insanların "ideal insan" yaratma ve sosyal olarak kabul gören ve arzu edilen bir kimlik yaratma motivasyonu ile şekillendiğini savunurlar (Binark, 2005). Tüm bu çabalar, özellikle ideal olarak sunulan bir kimlik oluşturmak için literatür incelendiğinde bizi kendini-sunum kavramına götürmektedir. Web 2.0. Kişisel web sayfalarında, sosyal paylaşım sitelerinde, sanal oyunlarda, sanal dünyalarda ve bloglarda sosyal bilgilerin paylaşılması mümkündür. Bu sayede etkileşimin varlığını artırmak için insanların izlenimlerini yönetmesi yüz yüze ortamlara göre daha kolaydır.

SOSYAL MEDYA PLATFORMLARI

Facebook

Bireylerin internet erişimli sanal mecralarda topluca bir araya geldikleri, etkileşime girebilecekleri ve topluca keyifli zaman geçirebilecekleri bir sanal ortam sağlayan mecralardan biri de Facebook.com'dur (Kobak ve Biçer, 2008). Bu etkileşimin ilk adımı kabul edilebilecek hareket 2004 yılında Harvard Üniversitesi'nde bilgisayar bilimleri alanında öğrenim görmekte olan Mark Zuckerberg tarafından kendisi ile aynı kampüste yer

alan öğrencilerle birlikte aralarında sanal etkileşimde bulunmak amacı ile geliştirilen bu yazılım, günümüzde dünya çapında en çok tercih edilen sosyal mecralardan bir tanesine dönüşmüştür (Lim, 2010). 2012 yılının Ekim ayı ile birlikte 1 milyardan fazla kullanıcısı (URL1) olan, popülaritesi her geçen gün çoğalan ve yoğunlukla genç yaş kesimi tarafından kullanılan (Nielsen, 2009) Facebook'un yazılımsal önemli bir ayrıcalığı da kişisel veya genele açık paylaşım seçeneği olması ve bunu farklı izin düzeyleriyle gerçekleştirmesidir. (Gonzales ve Vodicka, 2010). Oldukça tercih edilen bu esnek ve kullanımı kolay arayüzü ile geniş çapta birçok üniversite özgün kurumsal Facebook sayfalarını yaratmıştır. Türkiye'de yaşamakta olan genç bireyler arasında kullanım sıklığına göz atıldığında bakıldığında Facebook kullanımının günlük bir rutin davranışa dönüştüğü, genellikle mevcut arkadaşlıkları sürdürmek amacı ile kullanıldığı, kullanıcının kendi kontrolleri ölçüsünde şahsi verilerini paylaşabileceğine inandığı gözlemlenmiştir ve bu aşda kendi gönderilerinden çok arkadaşlarını takip etmelerinin daha önemli olduğu görülmüştür (Şener, 2009). Bu konunun haricinde ülkemiz üniversite öğrencilerine yönelik bazı araştırmalar sosyal iletişim platformlar içerisinde çoğunlukla Facebook'un talep gördüğü (Öztürk ve Akgün, 2012; Göker, Demir ve Doğan, 2010; Genç, 2010) ve tercih oranının yüksek olduğu tespit edilmiştir (İşman ve Hamutoğlu, 2013; Öztürk ve Akgün, 2012; Göker, Demir ve Doğan, 2010). Facebook'un bu kadar yüksek bir tercih oranına sahip olmasının birçok nedeni vardır. Kullanıcılara zengin çeşitlilikte multimedya ortamı sağlamak, diğer sitelerle bağlantı kurarak paylaşımını kolaylaştırmak, topluluk kurma, aktivite oluşturma gibi imkanlar sağlayarak büyük kitlelerin etkileşim kurabilmesi, çevrimiçi veya çevrim dışı iletişim olanağına imkân vermesi, bir çok oyunu çalıştırmak adına mobil alt yapı ve desteğe sahip olması ayrıca yerel dil desteği de sağlaması bu nedenler arasında gösterilebilir (Karademir ve Alper, 2011).

Facebook üyelerinin bu platformu seçmelerinin çeşitli psikolojik nedenleri de vardır. Yapılan araştırmalarda çevrimiçi ortamlardaki iletişimin bireyleri fiziksel iletişimde var olabilecek çeşitli kaygılardan uzak tutarak farklı kişilerle daha rahat etkileşimde bulduklarını ve bu sebeple bu mecraları tercih ettikleri gözlemlenmiştir. (Sheeks ve Birchmeier, 2006; Kraut ve diğerleri, 2002). Bu çalışmalara ek olarak, Türkiye'de yaşayan ve üniversite eğitimi alan öğrencilerin katılımı ile gerçekleştirilen araştırmanın sonucuna göre, etkileşim de çeşitli kaygılara sahip bireyler, arkadaşlarıyla iletişim kurmak için yüz yüze iletişim kurmak yerine sosyal ağlar yolu ile iletişime geçmeyi tercih etmekte ve bu sosyal ağlar vasıtası ile kurdukları arkadaşlıklardan sosyal anlamda kendilerine destek sağlamaktadırlar. (Baltacı, İşenler ve Özdemir, 2012).

Instagram

İnsanların paylaşımında bulunduğu bir diğer platform olan Instagram, 2010 yılında Kevin Systrom ve Mike Krieger ile birlikte kuruldu. Bu platform ilk kurulduğu dönemlerde yalnızca iPhone, iPad, iPod Touch cihazlarda faaliyet göstermekteydi. Ancak 2012 yılından itibaren Android tabanlı işletim sistemi kullanan cihazlarda da etkin olmaya başlamıştır. Instagram kendini şu kelimeler ile ifade etmektedir: "Yaşantınızı dostlarınızla ve sanal dünya ile keyifli, çabuk bir biçimde paylaşmanıza olanak tanıyan bir platformdur". Instagram adı, İngilizcede anında anlamına gelen "instant" ve telgraf anlamına gelen "telegram" kelimelerinin birleşiminden türeyen bir kelimedir (WEB_2). Bizstart'a göre; bu sosyal mecra daha sonra Windows Phone üzerinde de hizmet vermeye başlamıştır. 2012 yılına gelindiğinde Facebook'un kurucusu Mark Zuckerberg tarafından bu sosyal ağ satın alınmıştır (Lopes, 2017). Instagram, Facebook tarafından satın alındıktan sonra Facebook'un değerinin yaklaşık 35 kat arttığı söylenmektedir (Tutgun, 2015: 56). Yalın ve basit kullanımlı arayüzü, bir çok yaş gurubundan insanın kullanımını kolaylaştırmış, dolayısıyla bir çok kişinin kullanımına imkan sağlamıştır (Tutgun, 2015: 61). Uygulamada çeşitli filtre seçeneklerinin yer alması fotoğraflardaki görüntüye bir profesyonel bir fotoğrafçının elinden çıkmış izlenimi vermektedir. Çektiğimiz bu fotoğrafları farklı sosyal iletişim araçlarında da (Facebook, Twitter) yayınlayıp paylaşabiliyoruz. Instagram'da paylaşılan çeşitli fotoğraflara yorum yapma yapabileme, paylaşılan fotoğrafı beğenebilme, beğenilen fotoğrafları veya gönderileri kayıt altına alabilmek ve arşivleme gibi özellikler kullanıma sunulmaktadır. Buna ek olarak herkesin bu platformda bir profil yaratma hakkı vardır. Kullanıcılar tercih ettikleri, ilgilendikleri başka bireyleri veya sayfaları takip edebilirler. Bu özellik sayesinde benzer fikirlere ve zevklere sahip kişiler etkileşimde bulunabilmektedir. Instagram'ın bu çalışma sistemini fark eden firmalar olası hedef kitlelerine erişebilmek için ve onlarla iletişim kurmak amacı ile bu sosyal platformlarda varlıklarını sürdürmeye başlamışlardır. Instagram'a hashtag (#) isimli özelliğin gelmesi ile birlikte kullanıcı sayısında artış gözlemlendi. Hashtag özelliği sayesinde fotoğraflar sınıflandırılarak daha rahat ulaşılabilir hale gelebilmektedir. Hashtag var olan fotoğraflar için bir anahtar kelime oluşturulmasına imkan vermektedir. Arama yapıldığında o hashtag altındaki fotoğraflar kategorilerde var olduğu için daha basit bulunabilir. Instagram gün geçtikçe yeni özellikleri bünyesine ekleyerek pazardaki konumunu güçlendirdi. Alışveriş kavramı 2015 yılında Instagram'da da yer alarak hayatımıza girmiştir ve pazarlama stratejileri geliştirerek farklı bir yöne de kaymıştır. (Yavuz, 2017).

Twitter

Etkileşim seviyesinin oldukça yukarıda olduğu ve içeriğin üyelerin yönlendirmesi ile ilerleyen Twitter, son dönemlerde gerçekleşen sosyal olaylarda ki etkinliği ile önemli bir mecra haline gelmiştir (Kwak vd., 2010: 1). Twitter'ı sosyal medya platformları arasında dikkate değer ve eşsiz kılan, mesajların hedef kitlelere en basit ve kolay şekilde direk kaynaktan iletilmesini sağlamasıdır (Kuyucu ve Karahisar, 2013:131). Twitter'ı benzersiz kılan bir başka özelliği ise kullanıcıların rastgele bir konu için belirli kelimelerle tarama yaparak bilgi sahibi olmalarına ve kullanıcıların konu ile ilgili attıkları tweet'lere anında ulaşmalarına imkan vermesidir (Bakshy vd., 2011: 3). Bu özellikte birlikte kullanıcılar, dünyanın çeşitli bölgelerinden o an meydana gelen durumlar hakkında bilgi edinebilmektedirler. Aynı zamanda da Twitter sayfasının (Trending Topic) bölümünde dünyada ya da bir bölgede en fazla konuşulan konuların listesi bulunmaktadır. Kullanıcılar burada yer alan listedeki konulara bakarak güncel haberler hakkında bilgi sahibi olabilir. Trend Olan Konu, kullanıcıların bir konuyu kelimelerden önce bağlantı haline gelen hashtag'ler aracılığıyla tartışmasına dayanır. Belirli bir tartışma yüzdesine gelindiğinde Trendler listesinde yer almaktadır (Kwak ve diğerleri, 2010: 2).

Twitter, insanların gerçek hayatta yaptıklarını kısa mesajla özetledikleri ve durumlarını paylaştıkları bir platformdur. “Şu an yemek yiyorum”, “Sahildeyim”, “Dergi okuyorum” gibi mesajlarla internet üzerinden mevcut durumu duyurmakla ilgilidir. İnsanlar bir aradaymışçasına “ne yapıyorsun” sorusuna anında cevap verebilen bu teknolojide, erişim kolaylığı açısından da iletişim kurmak oldukça kolay. Toplumun bu kadar yoğun kullandığı bir ortamı etkin bir şekilde kullanmak eğitime büyük katkı sağlar. Twitter eğitim uygulamasının yaygınlaştırılması, öğrenci, veli ve öğretmenin eğitim süreci kapsamında pasif bir alıcı değil, aktif bir aktör ve talep eden olarak iletişim sürecine dahil edilebilmesi açısından verimi yüksek bir alandır (Bayraktutan vd., 2009. al., 2014: 67).

SOSYAL MEDYA ve EĞİTİM İLİŞKİSİ

Sosyal medyanın etkilediği alanlardan biri de şüphesiz eğitim alanıdır. Özellikle hayat boyu öğrenme anlayışı, öğrenme ve öğretme sürecinde sosyal medyanın yerini daha da önemli bir konuma getirmektedir. Farklı yaş gruplarından ve seviyelerden öğrenene sunulan çeşitli, kolay erişilebilir ve ücretsiz kullanım imkanları, sosyal destek sağlama ve işbirliğini artırma, akran desteği sağlama, daha esnek öğrenme alanı sunma, öğretim ve değerlendirme süreçlerinde çeşitli sanal uygulamalara olanak sağlama, araştırma içerisindeki süreci destekleme, birçok üniversite de eğitime ihtiyaç duymadan kullanılabilmesi gibi özellikleri sosyal medyayı eğitimde önemli bir araç konumuna getirmektedir (Blackey ve Chew, 2009: aktaran Jones, Blackey, Fitzgibbon ve Chew, 2010). Özetle sosyal medya, öğrenme-öğretme ortamlarının yapısını değiştirmekle kalmayıp, bu ortamların zaman ve mekân kısıtlaması olmaksızın daha geniş kitlelere ulaşmasını da kolaylaştırmaktadır.

RESİM SANATI

Resimsel sanat; bazı düşünceler, amaçlar, durumlar, olaylar; beceri ve hayal gücü kullanılarak ifade edilmesi ve başkalarına iletilmesini sağlayan yaratıcı bir insan etkinliğidir. Sağlıklı bir duygusal gelişim için kendini sanat yoluyla ifade etmek temel bir öneme sahiptir. Resim; aynı zamanda çocukların gelişim ve yeteneklerinin yaygın bir göstergesi olması yönünden; çocukların düşünme biçimlerini ve diğer akranları ve yetişkinlerle olan iletişimlerini gösterir ve ipuçları verir.

Çocuk resimlemelerinde çocuğun kâğıt kullanımı, kompozisyon ve renkler bu alanda eğitim almış uzman kişilerce anlam ifade etmektedir. Çocuğun resimleme yaparken kendini bir oyun oynadığı bir ortamında hissetmesi ve gerçek hislerini aktarması doğaldır. Çocuğun ürettiği çalışmaların asıl önemi; çocuğun düşüncesini, düşünce biçimini, yaşamını, koşullarını ve duygularını yansıtmasıdır. Diğer bir deyişle çocuk resmi, kültürel ve toplumsal normları değerlendirme olanağı da sağlar.

Resim; pedagojik olarak çocuğu tanıtmayı sağlayan bir ölçüttür; Zekâ, kişilik ve yakın çevresinin özellikleri ile iç dünyasını yansıtmaya imkân veren bir araçtır. Çocuk yaptığı resimlemeler ile kendinden bir parçayı yansıtır. Bu yansıtmayı ortaya çıkarırken, yaratıcı çalışma amacıyla herhangi bir özel uyarana ihtiyaç duymazlar. Her çocuk kendi yaratıcı dürtüleriyle hiçbir engele takılmadan resimlerini oluşturur.

Çocuk resmine ilişkin önemli bakış açılarının başında, çocuk resmini gelişim dönemlerine göre kategorize eden görüşler gelmektedir.

Kersheiner (1905), Almanya'daki binlerce okul çocuğunun resmini incelemiş ve yaşlarını dikkate alarak beş temel kategori oluşturmuştur. Bunlara. Karalama aşaması (2-4 yaş), Şema öncesi dönem (4-7 yaş), Şema dönemi (7-9 yaş), Gerçeklik gruplama dönemi (9-12 yaş) ve Görme doğallığı dönemi (12-14 yaş).

Çalışmada ele alınan evren ve örneklem dikkate alındığında önemsenmesi gereken dönem, natüralizm dönemidir. Bu dönemin özelliklerine baktığımızda ergenlik çağına başlangıcına denk gelen bu dönemde çocukların giderek doğal çevrelerinin farkına varmaları dikkat çekicidir. Bu dönemde çocuk nesnelere orantılarını ve derinliklerini çizgilerine yansıtır. Bu aşamada insan figürünün çok detaylı çizildiği ve tahmin edilebileceği gibi cinsel özelliklere yönelik farkındalığın oldukça arttığı ve bunların resme yansıdığı gözlemlenir.

ÇALIŞMANIN AMACI

Bu çalışmanın amacı, İlkokul 8. Sınıf öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin algılarını yapacakları resimler üzerinden incelemektir. Bu amaca ulaşmak için aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır.

1. Öğrencilerin yaptıkları resimlerde hangi sosyal medya türü yer almaktadır
2. Öğrencilerin yaptıkları resimlerde hangi temalar yer almaktadır ve bu temalara ilişkin yorumları nelerdir.

YÖNTEM

Çalışma Grubu

8. kademedeki okuyan rastgele seçilecek 15 kız ve 15 erkek öğrenciden oluşmaktadır. Çalışma grubunun 8. Kademe öğrencilerinden seçilmesinde ki en büyük etken bu yaş grubundaki öğrencinin sosyal medya hakkındaki düşüncelerini özgür bir irade ile daha rahat ifade edebilmeleridir.

Ölçme Aracı

İlk öğretim 8. Sınıf öğrencilerinin sosyal medyaya yönelik algılarını belirlemek ve öğrencilerden sosyal medyanın kendileri için ne ifade ettiğini anlamak için “öğrencilerin resimlerle sosyal medyaya ilişkin düşüncelerini belirleme formu” geliştirilmiştir. Öğrencilere özgür bir şekilde ve serbest teknikle (Kuru boya, Pastel boya, Sulu boya) resimlerini çizmeleri için 35*50 cm ölçülerinde resim kağıtlarından hazırlanmış formlar verilmiştir. Bu formlar üzerinde “sosyal medya (Facebook, Twitter, Instagram) logoları bulunmaktadır.

Verilerin Toplanması

Bunun için ilk olarak çocuklara “sosyal medya (Facebook, Twitter, Instagram) sizce ne ifade etmektedir. Bu medyalar size yakın olanını işaretlemenizi ve çizmenizi istiyoruz.” şeklinde bir yönerge verilecektir. Öğrenciler önce bu medyalarla kendilerine yakın olanını işaretleyecektir.

Resimlerinizi size verilen zamanda bitirdikten sonra resmin üst tarafında yer alan sosyal medya ikonlarından hangisini resmettiğinizi işaretlemenizi ve daha sonra kâğıdın arka yüzüne bu resim de neyi anlatmak istediğinizi kısaca anlatmanızı istiyoruz.” Öğrencilerin resimlerinin arka yüzünde yaptıkları resimleri anlatmak için yazdıkları düşünceleri daha sonra resimler değerlendirilirken kullanılacaktır.

Çalışmaya başlamadan önce çalışmanın yapılacağı okulun yönetimi ile görüşülecek ve çalışmanın amacı açıklanacaktır. Daha sonra okulun haftalık ders programında resim derslerinin saatleri ve yeri belirlenecektir. Öğrencilerin resim yaparken birbirlerinden etkilenmemeleri için farklı sıralara birer kişi oturacak şekilde yerleştirilecektir. Öğrencilere resimlerini tamamlamaları için 60 dakikalık süre verilecektir. Her öğrenciye resimlerini yaparken kullanmaları için seçecekleri boya malzemeleri ve 35*50cm ölçülerinde resim kâğıdı verilecektir. Resimlerini tamamladıktan sonra resmin arka yüzüne resimde ne yapmak istediklerini kısaca yazmalarını istenecektir. Çalışma bitirildikten sonra resimler toplanacak ve analiz edilecektir.

Verilerin Analizi

Çalışmada, öğrencilerin çizmiş oldukları resimler anlamsal açıdan incelenecek ve içerik analizi yöntemi kullanılacaktır.

BULGULAR VE YORUM

1. Öğrencilerin çizdikleri resimlerde hangi sosyal medya türü yer almaktadır.

Öğrenciler çizdikleri resimlerde sosyal medya türlerinden Facebook, Twitter ve Instagram yer almaktadır.

2. Öğrencilerin çizdikleri resimlerde hangi temalar bulunmaktadır.

Araştırma 8. kademedeki rasgele seçilecek 15 yaş grubundaki 15 kız ve 15 erkek öğrenci üzerinde yapılmıştır.

Araştırma bulguları içerik analizinde belirlenen sekiz temaya göre ele alınmıştır:

Temalar	Frekans (%)
Eğlence	20
İletişim	17
Bağımlılık	57
Fanatik ve Spor	4
Bilgi toplama	10
Hatıra	4
Aşk-Sevgi	4
Tehlike	4

Resimler incelendiğinde öğrencilerin yapmış oldukları resimlerden sosyal medyayı **eğlence** aracı olarak gördükleri belirlenmiştir. Bu öğrencilerin %20'sini oluşturmaktadır. Bu resimlerde öğrenciler eğlenceyi; ellerinde Instagram ikonu, gülen emoji ile çizerek anlatmışlardır. Öğrenciler eğlendiklerini şu söylemlerle belirtmişlerdir: “ Facebook bana göre komedi videoları ve oyunlarla paylaşıldığı ve bizi eğlendiren bir alandır.”, “Sosyal medyayı eğlenmek için kullanıyorum” ve “Sıkıldığımda Instagram’a giriyorum”. “Komik paylaşımlar yapan sayfalarda geziyorum”. Buradan hareketle, araştırmaya katılan öğrencilerin çoğunun sosyal medyayı eğlence aracı olarak gördükleri söylenebilir.

Resimler incelendiğinde öğrencilerin yapmış oldukları resimlerden sosyal medyayı **iletişim kurma** aracı olarak gördükleri belirlenmiştir. Bu öğrencilerin %17'sini oluşturmaktadır. Bu resimlerde öğrenciler iletişim kurmayı; konuşan iki arkadaş, birbirlerinin paylaşımlarını beğendiklerini gösteren emoji, birbirlerine arkadaşlarının paylaştığı fotoğrafları telefonlarından göstererek ve birbirleriyle mesajlaşmalarını çizerek anlatmışlardır. Öğrenciler iletişim kurduklarını şu söylemlerle belirtmişlerdir: “ Ben genellikle Instagram’ı arkadaşlarımla konuşmak için kullanıyorum.” “Sosyal medyayı başkalarına o anki durumumu paylaşmak ve mesajlaşmak için kullanıyorum.” ve “Facebook bana göre arkadaşlığı anlatıyor. Yeni arkadaşlarla tanışıyor, onlarla yeni içerikler ve haberler paylaşıyorum”. Bu doğrultuda öğrencilerin çoğunluğunun sosyal medyayı iletişim kurma aracı olarak kullandıkları düşünülebilir.

Yine resimler incelendiğinde öğrencilerin yapmış oldukları resimlerden sosyal medyayı **bağımlılık yapan bir** araç olarak gördükleri belirlenmiştir. Bu öğrencilerin %57'sini oluşturmaktadır. Bu resimlerde öğrenciler bağımlılığı; sürekli telefona ya da bilgisayara bakan insan figürlerini, yan yana olmalarına rağmen iki arkadaşın sosyal medya üzerinden mesajlaşmalarını ve araba kullanırken telefonundan sosyal medyaya bakan insan figürü çizerek anlatmışlardır. Öğrenciler bağımlılığı şu söylemlerle belirtmişlerdir: “Sosyal medya bence çeşitli bilgiler ve eğlenici konular içeriyor. Fakat fazla kullanımı bağımlı ediyor” ve “2 tane resim yaptım. Birincisinde Instagram’a bakmayan karşısındakile konuşmak için geliyor. Fakat diğer resimde ise iki arkadaş bir kafeye gelmiş birbirleriyle hiç ilgilenmiyorlar”. Bu bağlamda araştırmaya katılan öğrencilerin çoğunun sosyal medyayı bağımlılık yaratan bir araç olarak gördükleri söylenebilir.

Resimler incelendiğinde öğrencilerin yapmış oldukları resimlerden sosyal medyayı **fanatik sporu anlatan bir** araç olarak gördükleri belirlenmiştir. Bu öğrencilerin %4'ünü oluşturmaktadır. Bu resimlerde öğrenciler fanatik sporu; iki farklı takımın amblemini çizerek anlatmışlardır. Öğrenciler fanatik spor temasını anlatırken bir söylemde bulunmamış sadece “basketbol” yazmışlardır. Buradan hareketle, araştırmaya katılan öğrencilerin çok azının sosyal medyayı fanatik spor kavramıyla özdeşleştirdikleri düşünülebilir.

Aynı şekilde resimler incelendiğinde öğrencilerin yapmış oldukları resimlerden sosyal medyayı **bilgi toplama** aracı olarak gördükleri belirlenmiştir. Bu öğrencilerin %10'nunu oluşturmaktadır. Bu resimlerde öğrenciler bilgi toplamayı; fitness salonu ve dövme, telefon üzerinde ilgin bilgilerin yer aldığını yazarak, Instagram ikonu çizip çevresine ok çıkarıp yazılar koyup çizerek anlatmışlardır. Öğrenciler bilgi topladıklarını şu söylemlerle belirtmişlerdir: “Sosyal medyayı bilgi almak ve eğlenmek için kullanıyorum. Hobilerim ve sevdiğim şeylerle ilgili sayfaları takip ediyorum. Eminim ki herkeste böyle yapıyordur.”, “Dünyanın merkezine gitmek imkansızdır gibi faydalı bilgileri öğrenmek için kullanıyorum,” ve “Futbol, takı, dövme fitness konularından haberdar olmak için kullanıyorum.” Bu doğrultuda, araştırmaya katılan öğrencilerin belirli bir kısmının sosyal medyayı bilgi toplama aracı olarak gördükleri söylenebilir.

Yine resimler incelendiğinde öğrencilerin yapmış oldukları resimlerden sosyal medyayı **hatıra saklama** aracı olarak gördükleri belirlenmiştir. Bu öğrencilerin %4'ünü oluşturmaktadır. Bu resimlerde öğrenciler hatıra saklamayı; Instagram’da bir fotoğraf albümü çizerek anlatmışlardır. Öğrenciler hatıra saklamayı şu söylemlerle belirtmişlerdir: “Bence bu tip sosyal medya araçları insanlarla yazılı, sesli ve görüntülü iletişim eğlence ve diğer insanların gündelik yaşamları kendi hatıralarını, anılarını biriktirmek için kullanılmaktadır.” Bu bağlamda, araştırmaya katılan öğrencilerin çok az bir kısmının sosyal medyayı hatıra saklama aracı olarak gördükleri düşünülebilir.

Resimler incelendiğinde öğrencilerin yapmış oldukları resimlerden sosyal medyayı **aşk ve sevginin anlatıldığı** bir araç olarak gördükleri belirlenmiştir. Bu öğrencilerin %4'ünü oluşturmaktadır. Bu resimlerde öğrenciler aşk ve sevgiyi; sevgilisiyle mesajlaşan iki aşık çizerek anlatmışlardır. Öğrenciler aşk ve sevgiyi söylemlerle belirtmişlerdir: *“Aşkı mesela ben sevgilimle mesajlaşıyorum.” “Ben sevgilimin fotoğraflarını beğeniyorum”*. Buradan hareketle, araştırmaya katılan öğrencilerin az bir kısmının sosyal medyayı aşk ve sevginin anlatıldığı bir araç olarak gördükleri söylenebilir.

Son olarak resimler incelendiğinde öğrencilerin yapmış oldukları resimlerden sosyal medyayı **tehlikeli bir araç** olarak gördükleri belirlenmiştir. Bu öğrencilerin %4'ünü oluşturmaktadır. Bu resimlerde öğrenciler tehlikeyi; birbirini tanımayan küçük bir kız çocuğu ve onu kandırmaya çalışan yaş olarak kendisinden büyük bir adamı çizerek anlatmışlardır. Öğrenciler tehlikeyi şu söylemlerle belirtmişlerdir: *“Bu resimimde küçük yaştaki çocukların sosyal medyada yalnız dolaşırken tehlikede olduğunu ve bu yüzden kandırılıp kaçırıldıkları, taciz edildikleri ya da organları çalınıp satılabildiği anlatmaya çalıştım.”* Bu bağlamda, araştırmaya katılan öğrencilerin az bir kısmının sosyal medyayı tehlikeli bir araç olarak gördükleri düşünülebilir.



Şekil 1. Öğrencilerin yapmış oldukları resimlerden örnekler

SONUÇ

Bu araştırmada, 8 kademe öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin algılarını ortaya çıkarmak ve kendilerini daha serbest olarak ifade edebilmeleri için resim yaptırma yoluna gidilmiştir. Bu yöntemle öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin görüşleri hakkında daha kapsamlı ve doğal bilgiler elde edilmesi olanaklı hale gelmiştir. Öğrencilerden sosyal medyaya ilişkin görüşleri sorulduğunda en çok bağımlılık teması üzerinde durdukları görülmüştür. Buradan sosyal medyayı kullananları hem bu medyaya hem de telefona bağımlı kıldığı ve insanların sosyalleşmelerini engelleyen bir mecra olduğu sonucuna varılmaktadır.

Öğrencilerin sosyal medyayı eğlence bilgi toplama aracı olarak kullandıkları göze çarpmaktadır. Sosyal medyada yer alan oyunlar ve insanları bilgilendirmek için açılan sayfalar bunun en büyük kanıtıdır. Yine sosyal medyanın insanların birbirlerinden haberdar olabildikleri, mesajlaşabildikleri ve kendilerini birbirlerini ifade etmek için kullandıkları bir iletişim aracı olduğu sonucuna da varılmaktadır.

Ayrıca öğrencilerin sosyal medyayı anılarını saklayabildikleri, birbirlerine sevgilerini gösterebildikleri bir araç ve en önemlilerinden birisi olup küçük bir kısmında olsa öğrencilerin bu medyaların tehlikeli olduklarının bilincinde olduklarının sonucuna varılmıştır.

KAYNAKÇA

1. Bakshy E., Hofman J. M., Mason, W., Watts D. (2011). Everyone's an Influencer: Quantifying Influence on Twitter, WSDM 11, China, <http://misc.si.umich.edu/media/papers/wsdm333wbakshy.pdf> Erişim Tarihi: 24.12.2018.
2. Baltacı, H. Ş., İşleyen F. ve Özdemir, S. (2012).Eğitim fakültesi öğrencilerinin romantik ilişki durumları ve sosyal ağ kullanımlarına göre etkileşim kaygısı ve sosyal destek algılarının incelenmesi. Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 8(2), 25-36.
3. Bayraktutan, G., Binark, M., Çomu, T., Burak, D., İslamoğlu G., ; Telli A. (2014). “Siyasal İletişim Sürecinde Sosyal Medya ve Türkiye’de 2011 Seçimlerinde Twitter Kullanımı”, Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi, 2014, No:68, 59-96.
4. BELET, Ş.D. ve TÜRKKAN, B. 2007 “İlköğretim Öğrencilerinin Yazılı Anlatım ve Resimsel İfadelerinde Algı ve Gözlemlerini İfade Biçimleri (Avrupa Birliği Örneği).” VI. Ulusal Sınıf Öğretmenliği Eğitimi Sempozyumu’nda sunulmuş bildiri. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
5. BIGGS, A. L. 2007 “Identifying Visual Competencies For Developing A Visually Literate Individual”.
6. Binark, M. (2005). Kimlik(lenme), Dipnotsuz İletişim ve Etnik Laflama Odaları İnternet Toplum Kültür (Ed: M. Binark ve B. Kılıçbay). Ankara: Epos Yayınları
7. Boyd, D. (2008). American Teen Sociality in Networked Publics. Unpublished Doktoral Thesis, University of Berkeley.
8. Boyd, D.,ve Ellison, N. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, 13 (1), article 11. http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd_ellison.html Erişim Tarihi: 02.12.2018.
9. Demir, K. (2002).Türkiye’deki Resmi ve Özel Lise Öğretmenlerinin İzlenim Yönetimi. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi.
- 10.Gonzales, L. ve Vodicka, D. (2010). Top ten internet resources for educators. *Leadership*,32-37.
- 11.İşman, A. ve Hamutoğlu, B. (2013).Sosyal ağların eğitim-öğretim sürecinde kullanılması ile ilgili karma öğrenme öğrencilerinin görüşleri: Sakarya Üniversitesi örneği. International Journal of New Trends in Arts, Sports &Science Education 2(3).
- 12.Jones, N., Blackey, H., Fitzgibbon, K., & Chew, E. (2010). Get out of my space! Computers & Education 54 (3), 776–782.
- 13.Karademir, T. ve Alper, A. (2011). Öğrenme ortamı olarak sosyal ağlarda bulunması gereken standartlar. 5th International Computer&Instructional Technologies Symposium, Fırat University, Elazığ.
- 14.Kaya, S.E. (2020). *Disiplinler arası ilişkiler bağlamında medikal illüstrasyonun nazal cerrahi eğitimindeki yeri – fotoğraf ve yazılı anlatım ile karşılaştırması*. Doktora Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Ana Bilim Dalı Resim-İş Eğitimi, Samsun.
- 15.Kaya. (2003). *Çocuk Kitabı Resimlerinde Klise Yaklaşımlar*. Mart Sayısı
- 16.Kırıçoğlu, O. T. (2003). Sanatta eğitim görmek anlamak yaratmak, Pekim Yayınları, Ankara.
- 17.Kobak, K. & Biçer, S. (2008). Facebook sosyal paylaşım sitesinin kullanım nedenleri,*8th International EducationTechnology Conference*, 567-571.
- 18.Komito, Lee ve Bates, Jessica (2009), Virtually Local: Social Media and Community Among Polish Nationals in Dublin, Aslib Proceedings: New Information Perspectives, Vol. 61 No. 3.
- 19.Kress, G. (2003). Literacy in the new media age. New York, NY: Routledge.
- 20.Kuyucu M., Karahisar T. (2013). Yeni İletişim Teknolojileri ve Yeni Medya, İstanbul, Zinde Reklam Yayıncılık.
- 21.KUYUCU, Mihalis; KARAHİSAR, Tuba (2013). Yeni İletişim Teknolojileri ve Yeni Medya, İstanbul, Zinde Reklam Yayıncılık.
- 22.Kwak H., Lee C., Hosung P., Moon S. (2010). What is Twitter, a Social Network or a News Media? International World Wide Web Conference Committee (IW3C2), North Carolina, USA.

- 23.Lim, T. (2010). The use of Facebook for online discussions among distance learners. *Turkish Online Journal of Distance Education-TOJDE*.11(4).
- 24.Lopes, I. L. (2017). “Brezilya’da Kozmetik Endüstrisi Sosyal Medyada Müşteri Sadakatı oluşturan Faktörler: Instagram’a Dayalı Bir Çalışma”, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, İzmir.
- 25.Lowenfeld, V. —Britain, L.W., Creative and Mental Growth, 5 .baskı, The Macnillan Campany, New York, 1971.
- 26.Mitchell, W. J. (1995). Picturetheory: Essays on verbal and visual representation. University of Chicago Press.
- 27.Murray, C. (2008). Schools and social networking: Fear or education? *Synergy Perspectives:Local*, 6 (1), 8-12.
- 28.Nielsen, J. (2009). *Social networking on intranets*. Erişim Tarihi: 15.12.2018
- 29.Öztürk, M ve Akgün, Ö. E. (2012). Üniversite öğrencilerinin sosyal paylaşım sitelerini kullanma amaçları, bu sitelerin olumlu-olumsuz etkileri ve eğitimlerinde kullanılması ile ilgili görüşleri. *Sakarya University Journal of Education*, 2(3), 49-67.
- 30.PARSA, A.F. 2004 “İmgenin Gücü ve Görsel Kültürün Yükselişi”. *Ana Dili Dil Kültürü ve Eğitim Dergisi*. 33:59-67. <http://www.tdkkitaplik.org.tr/kutup/anadili33.html> adresinden indirilmiştir. (15.08.2007).
- 31.Sheeks, M. & Birchmeier, Z. (2007). Shyness, sociability, and the use of computer-mediated communication in relationship development. *Cyber Psychology & Behavior*, 10 (1), 64–70.
- 32.Şener, G. (2009).Türkiye’de Facebook kullanımı araştırması. XIV. Türkiye’de İnternet Konferansı. İstanbul.
- 33.Şişman, M. (2016). *Eğitim Bilimine Giriş*. Ankara: Pegem Akademi.
- 34.Tutgun, A. (2015). “Sosyal Medya Bağımlılığı Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi Gazeetecilik Anabilim Dalı Bilişim Bilim Dalı, İstanbul.
- 35.Yavuz C. (2017). “Instagram’da Alışveriş ve Materyalizm” Pamukkale Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Denizli.