

Bandora platformên medyaya civakî li pergala nîrxeyî ya ciwanan

(Lêkolîneke pratîk a li ser çîna ciwanan li bajarê Qamişloyê ye)

Osman Elî – Lêkoler li navenda Firat a lêkolînan

Wergera ji erebî: Mistefa Mistefa

Pêşgotin:

Platformên medyaya civakî êdî bûne navnîşaneke pîvana raya giştî ya hundirîn û derveyî û meydana xwe azad ji bo derbirîn û belavkirina ramanan, her wiha ji her kesî re belî û zelal e bê çawa îro pêşketina teknîkî li meydana ragihandin û hevpêwendiyê bûye xwedî bandoreke mezin, hemwextî vê pêşketinê, bikaranîna xelkê ji medyaya dijîtalê ya piçûk re, li şûna navgînên ragihandinê yên hevpêwendî û girêdanê yên teqlîdî, mezin û ji hêla dem û erdnîgariyê ve sînordar, ku ev medya -çî bi erênî be û çî jî bi neyînî be- têgih, alî û baweriyên cûrbecûr û ne li ser hev bi xwe re anîn, ew jî bi rêya teknîk û alavên herî pêşketî yên balkêş, razîkirin û pejiwandinê.. li gel vê yekê çawaniya proseya hevpêwendiyê û gelek têgihiştinên teoriyên ragihandinê yên girêdayî avakirina civakî, paşeroja têkiliyên mirovî û aliyên nîrxeyî yên bikaranîna xelkê ji platformên medyaya dijîtalê hatine guhertin.

Ew tora ku li Dewletên Yekbûyî yên Amerîkayê di dawîya Şerê Sar de hatî çêkirin, di xebatên xwe yên balkêş û sosret de xwe sîparte îdolojiyê li ser esasê hevpejiwandin, azadî û danûstandineke çalak a di navbera kesan, koman û gelan de.

Li rex vê yekê, internetê dikarîbû gelek sûdê bide mirovan û dikarî bi qasî xebatên sedsalan, xebatekê ji hêla zanînan û pêwendiyê ve di çend salan de encam bide, lê hemwextî vê yekê; çar xeterî jî bi xwe re anîn, yek jê zêde-xwesipartina li ser torê ku ji aliyê hin kompaniyên amerîkî ve tê keys pazîkirin, ya duyan peydabûna jêrzemînekê ji bibandorbûna bi

çalakiyên zerermend û xeternak ji hêla ewlekariya ferdî û taybetmendî, her wiha ya sêyan jî rêgirtina li ber bendkirin û kontrolkirinê, û ya çaran jî ew e ku îrroj ev tor bûne yek ji alavên şer, pevçûn û destwerdana li karûbarên dewletan.(1)

Lewra weberhênan kesên wergir ji van torên civakî re êdî bûye xwedî karvedanên bibandor li ser aliyên reftarî, wijdanî û zanînê û bi xêra balkêşî, rengerengiya alavên xwe û naveroka xwe ya têrker bûye rêyeke bibandor ji bo piştgiriya hegemoniya çandî, çavdêriya civakî û pêkanîna guhertinên bingeîn di şêweyên jiyânê de û guhertina adetên wergirê nameya ragihandinê.

Di encamê de beşeka baş a wergiran ji qonaxa baldan, bikaranîna neyînî û teneğihiştina agahiyê vediguhere qonaxa parvekirin û tegeriyanê û çêkirina ajendeyên taybet bi xwe; ku bi rêya wan gelek caran bijarteyên pejirandin û weşandina di cih de li ser navgînên ragihandinê ferz dike, nemaze di wextekî de ku cemawer û xelk êdî nema mîna gilokeke hevgerî ya ji kesên hevbeş in, bi taybet ji milê taybetmendî û sîmayan, her wiha êdî nema milkê tu kesî ye jî, lê belê ji bo her kesekî êdî cîhanek û şêweyekî jiyânî yê taybet hene, ev kesê ku bichanîna pêwîstiyên xwe bi rêya navgîna ragihandinê nebîne û xwestekên wî neyên cîbicîanîn, wê demê dikare, bêyî ku xwe biwestîne û heqekî deyinê, berê xwe bide navgîneke din a ragihandinê.

Her wiha li vir tu guman li dora rola cewherî ya medyaya civakî tune ye, bi taybet di derbarê pêkanîna geşpêdana aborî û piştgiriya hepêwendiyê, her wiha azadî û pêşketina zatî ya bikarhêneran.

Bandor û kûrahiya lêgiritinên ku ji ber nûjenkirina evan medyayên dijîtalî çiqasî mezin bin, bê guman ew dê her navgînên herî baş yê xwegihandina gelan û çînên paşguhkirî bin, ew jî bi armanca derbirîna nêrîn û giştîkirina maf û pirsgerêkên xwe, her wiha jê zêdetir, xwexilaskirina ji keysbaziya kesên neqandî û yê xwedî bandor di qada belvakirinê de û peydakirina pencereyeke cîhanî ya ji bo yekirina gotara hevbeş.

Helbet ji sedî sed em nikarin xwe bispêrin vê nêrîna erênî, çimkî di dawiyê de bandora medyaya dijîtal li ser taybetmendiyan cemawer – çi

kesek be û çî jî komek be- yê tîgîhandînî, tîgîhaştînî, çandî û nîrxên
cîhgirtî dimîne, li rex wê jî, atmosfera giştî. Ev faktor bikaranîna erênî û
neyînî yê medyaya dijîtal kontrol dîkin, bi taybet mebesta me li vir, çîna
ciwanan a ku medyaya civakî ya nû bi rê ve dibe.

Aliyê Metodolojîk (Rêbazî)

Yek: Pirsgirêka Lêkolînê

Îrroj medyaya civakî bûye parçeyekî bingeîn û çalak a jiyana rojane ya kesan, her wiha bûye lêveger û pîvanek ji reftar, alî û dilbijiya ber bi çarçoveya civakî, aborî û exlaqiyeke armancên wê ne zelal ve, ha vê yekê hiştiye ku bibe cihê gengeş û balkêşiyê, ku li ser esasê wê gelek nîqaş tên vekirin, hem derbarê bandora platformên dijîtal –erênî û neyînî- li ser nîrxên di civakî de rûniştî, hemwextî wê başkirina rê û rêbazên nîşandan, perwerde û arastekirinê ji aliyekê ve û çarçovekirin û bişêwekirina adet, çand û reftarên -ji hêla neyînî ve- ji aliyekê din ve.

Di vê lêkolîna me de, em ê hewl bidin ku adetên rasthatina ciwanan ji medyaya civakî re destnîşan bikin û bandora wê li ser pergala nîrxeyî ya ciwanan vekolin, li rex wê jî deranîna encaman ji guhertinên ku bandora wan li gera proseya hevpêwendîya navbera platformên dijîtal ên civakî û wergirê ciwan heye, lê divê li ber çavan bê derbaskirin ku bikaranîna dijîtal ji civakên me yê xwecihî re hîna nû ye, lewra bandora valatiya hevpêwendiyeyî ya li ser hemû aliyên civakê, pirr mezin bû.

Lê bi awayekî giştî, pirsgirêka lêkolînê di çarçoveya bersivdayîna pîrsa sereke de dimîne ew jî ev e: **Gelo bandora platformên medyaya civakî li ser pergala nîrxeyî ya ciwanan çî ye?**

Du: Girîngiya Lêkolînê: Girîngiya lêkolînê ji van xalan tê:

1- Rola bandora çalak û bingeîn a platformên medyaya civakî li ser bînesaziya nîrxeyî ya civakan û aramiya berpirsyariyên civakî yê kesên wê, nemaze piştî ku navgînên ragihandinê ji yê kilasîk bûne gelêr û tegeriyani, ku cîhan tev di ekrana telefonekê yan kompûterekê de hatiye komkirin.

2- Rola girîng a platformên medyaya civakî di jinavbirin an afirandina karînen têgihandin, zanîn û çandî li cem bikarhêneran û rûniştandina şêweyên fikirî, rexneyî yan jî sivik di derbarê dosyayan de.

3- Hilbijartina çîna ciwanan a ku weke enerjîyeke dînamîk ji bo pêkanîna guhertinên erênî yan neyînî di civakê de tê dîtin.

4- Nirx roleke sereke di avakirina kesayet, reftar, aliyê zanînê û dilzîziya mirovan de dilîze û ew (nirx) nîşaneke cewherî ya bipêşketin an jî bipaşketina civakan in.

5- Bikaranîna ciwanan ji internetê re dibe ku gengaziya geşbûna aliyên gelekî bikarhatî û tirsê teqilîdkirinê li şûna afirandinê zêdetir bike, her wiha bipêşxistina tecrîd û radîkaliyê, nemaze ku rêkarên birêxistinkirin û arastekirinê di weberhênanên saxlem de ku ji armancên internetê ne nemane, lewra pêwîst e dahûrandin bi rêbazeke zanistî be.

Sê: Armancên lêkolînê: Ev lêkolîn girîngiyê dide cîbicîanîna van armancan:

1- Nasîna platformên medyaya civakî yê bijarte li cem ciwanan.

2- Nasîna dema ku ciwan li ser platformên medyaya civakî derbas dîkin.

3- Nasîna armanca ciwanan ji bikaranîna platformên medyaya civakî re.

4- Nasîna bandora erênî û neyînî ya platformên civakî li ser pergala nirxeyî ya ciwanan.

Çar: Pirsên lêkolînê:

1- Platformên medyaya civakî yê bijarte li cem ciwanan çi ne?

2- Ciwan çiqasî dema xwe li ser van platforman derbas dîkin?

3- Çi dihêle ku ciwan berê xwe bidin van platformên medyaya civakî?

4- Bandora erênî û neyînî ya platformên civakî li ser pergala nîrxeyî ya ciwanan çî ye?

Pênc: rêbaza Lêkolînê

Ev lêkolîn, lêkolîneke wesfî ye ku "agahiyên berfireh û piştrast di derbarê diyardeyekê yan civakekê yan jî çalakiyekê de kom dike û hin encamên ku çakirinên civakî û çalakiyên pê ve girêdayî li ser esasê wan ava dibin, rêz dike". (2)

Her di vê lêkolînê de wê mestereyek ketûber ji civaka cihê lêkolînê bê destnîşankirin ku ev mestere jî nûnertiya ciwanan dike û tê pêşbînîkirin ku hejmara wan dê derdora (200) kesî û ji herdu zayendan be, temenê wan di navbera 18-30 salî de be, çimkî ev temen bi awayekî giştî yê herî înternetê bi kar tîne û bi awayekî taybet platformên medyaya civakî. Navgînên lêkolînê jî dê bi rêya rapirsîneke ku pirsên wê (vekirî û girtî) bin, li rex wê jî dê hevdîtinên lêkolînî yên taybet bi xwediyên pîşe û karên taybet re bên kirin.

Şeş: Sînorên Lêkolînê

Ev lêkolîn di navbera 5`ê çîle heta 15`ê adarê ji sala 2022`an encam daye, sînorên wê yên cografî li bajarê Qamişloyê yê Sûriyayê ye, her wiha ji hêla sînorên mijarî ve jî behsa bandorên berbiçav ên platformên medyaya civakî li ser pergala nîrxeyî ya ciwanan dike.

Heft: Hin têgihên Bingehîn

- Platformên Medyaya Civakî: Ew hin aplikasyonên ku bi înternetê ve girêdayî ne û xwe dispêrin bingehên îdyolojîk û teknolojîk ên înternetê, her wiha rê li ber dan û standina naverokên ku bikarhêner wan çê dikin vedike, li rex wê, têgeriyên di navbera kesan û naverokê de (tiştên hatiye pêşandan) hêsan dike.(3)
- Pergala Nîrxeyî: Ew komek ji pîvan, hukim, zagon, raman û aliyên ku bi mezinbûna mirov û têgeriyana wî bi hawîrdorê xwe re şîn

dibin, êdî dibine çarçoveyeke lêveger a kirin û danûstandinên mirov bi derdor re. (4)

- Nirxên Siyasî: Ev nirx li cem her kesî hene û di fêmkirina siyasetê de bi her awayî ji mirov re dibin alîkar, ev yek dihêle ku kesekî destnîşankirî, piştgiriya îdolojiyeke destnîşankirî bike ku azadî, ewlehî û wekheviyê di nava xwe de dihewîne. (5)
- Nirxên Aborî: Ev bi xwe girêdayî xwestekên mirov ên danehevî û komkirina pereyan û peyda kirina jiyanêke xweş e. (6)
- Nirxên Civakî: Ev komek nirxên ku civak danpêdanê pê dike û reftarê civakî yê kesên ku civak ji wan pêk tê destnîşan dike û armanca wê xurtkirina têkiliyên mirovî û pêkanîna hevsengiyêke xweşiya civakî ye, ew jî bi rêya sîfetên ku erênî tîne dîtine pêk tê, her wekî rêzgirtin, dadmendî, hevaltî û hwd... (7)
- Nirxên Derûnî: Ew komek nirxên ku ciwanan hazir dikin da ku bi awayekî baş xwe fêm bikin, ji ber ku xwefêmkirin destpêka fêmkirina kesên derdor û pêkvejiyanê ye, her wekî: xweisbatkirin – Dilxwazî. (8)
- Nirxên Mirovî: Ev jî tê wateya metodên binesaz ên pergala exlaqî ya hevgerî ku tê de xwezaya mirovî ya hişk bi rêya ramanên çaksaziyê û xebatên hunerî tê destnîşankirin. (9)

Heşt: Guhêrbarên Lêkolînê

Guhêrbara Serbixwe:

- Platformên medyaya civakî û bernameyên tegeriyani (Facebook, YouTube, Twitter, Instagram...).

Guhêrbara Alîgir:

- Pergala nirxeyî ya ciwanan wekî (şêweyên reftarî, alî û bawerî...)

Guhêrbara Navbeynkar:

- Dema ku ciwan li ser platformên medyaya civakî derbas dikin.
- Seqaya derdora bikarhêneran.
- Asta zanîn û xwendinê ya beşa bikarhêneran.

Neh: Çavkaniya Agahiyan

Agahî û data ji çavkaniyên sereke û duyem hatine komkirin, her wekî:
(Analîz, lêkolînên berê, pirtûk, kaxezên lêkolînî, nivîsar û nûçe).

Aliyê Teorîk

Yek: Şoreşa dijîtal û derketina platformên medyaya civakî

Medya û hevpêwendî ji berhemên herî xuyayî yên teknolojiya û şoreşa teknîkî bûn, ku bandoreke mezin li ser jiyana mirovan kir, guhertinên bingeîn di awa û xwezaya têkiliyên mirovî yên navbera kes her wiha di navbera gelan de bi xwe re anîn, û gelek dem, hêz û lêçûna darayî ji bo pêkanîna armancan vehiştin û pirr adet, hişmendî û awayên reftarî di binesazî û nasnameya wergirên ji hêla cografî, piştgirî û alîgiriye ve cihêreng in de peyda kirin, bê guman ev hemû encama şoreşa dijîtal a li cîhana ragihandinê bû, ku bi xêra navgînên hevpêwendiyê û girêdana nûjen; ji çarçoveya komî veguhezî ya takekesî, her wiha ji sînore dewletî ber bi yê gerdûnî ve di milê bandor û bichkirina çandî de çû, di encamê de rola navgînên ragihandinê yên klasîk (teqlîdî) weke televizyon, êstgeh û rojnameyan berûpaş vegeriya.

Dîroka derketina torên civakî vedigere salên notî ji sedsala borî, di wan salan de torên wekî (Sixdegrees.com) derket, ku rê da kesan kurtejiyana xwe biweşînin û hevalên xwe jî vexwînin, her wiha di sala 1995`an de "Randy Conrads" malpera (Classmates.com) çêkir, ew jî ji bo ku alîkariya hevkar û hevalên xwe yên xwendinê bike. Li aliyekî din û di sala 2000`î de, bi peydabûna Nifşê Sêyem **G3** ji torên hevpêwendiya bêtêlî (lasîkî), zêdebûna karîna guheztina datayan û hevpevyînên zindî yan bi dîmen navê gelek bername û aplikasyonan di vê pêvajoyê de derket her wekî (Yahoo Messenger, û Hotmail), paş jî malpera amerîkî *My Space*.

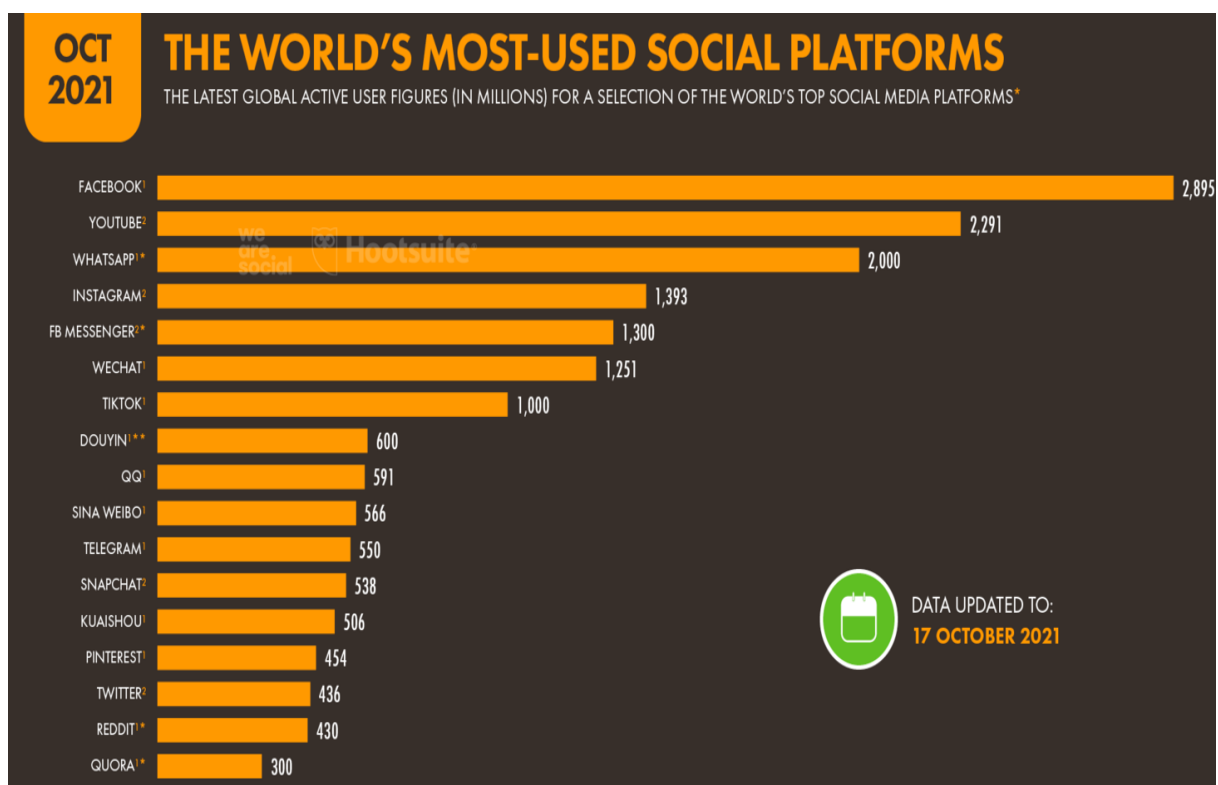
Li rex vê yekê û bi derketina Nifşê Çarem **G4** ji torên hevpêwendiya bêtêlî di sala 2010`an de, pêkhatyên madî û bermecî yên binesaziya înternetê bi pêş ketin û Nifşê Sêyem yê webê ku bi jîrîtiya çêkirî (*artificial intelligence*) û karîna webkirin û dabeşandina agahiyan tê nasîn derket, her wiha înterneta bi rêya telefona destî bi awayekî berfireh belav bû, ji lewra torên civakî dikarîbûn sûdê ji van taybetmendiyan bibîne û navgînên pêwendiyê di navbera bikarhênerên xwe de bipêş bixe, îcarê pê re bazara wê firhetir bû û aplikasyonên hevpêwendiya civakî ku xwe dispêrin telefonên pêşketî belav bûn, weke: (WhatsApp, Wechat, Line, û Bottom û ji bilî wan..).

Ev ji bilî bernameyên ku bêhtir guh didan naveroka dîtbar, bi taybet wêne û vîdyo, weke: Instagram, Snapchat û ji bilî wan ji bernameyên ku di navbera 2010 û 2020`ê de navekî xwe çêkirin.(10)

Du: Hin rastî û hejmarên di derbarê platformên medyaya civakî de

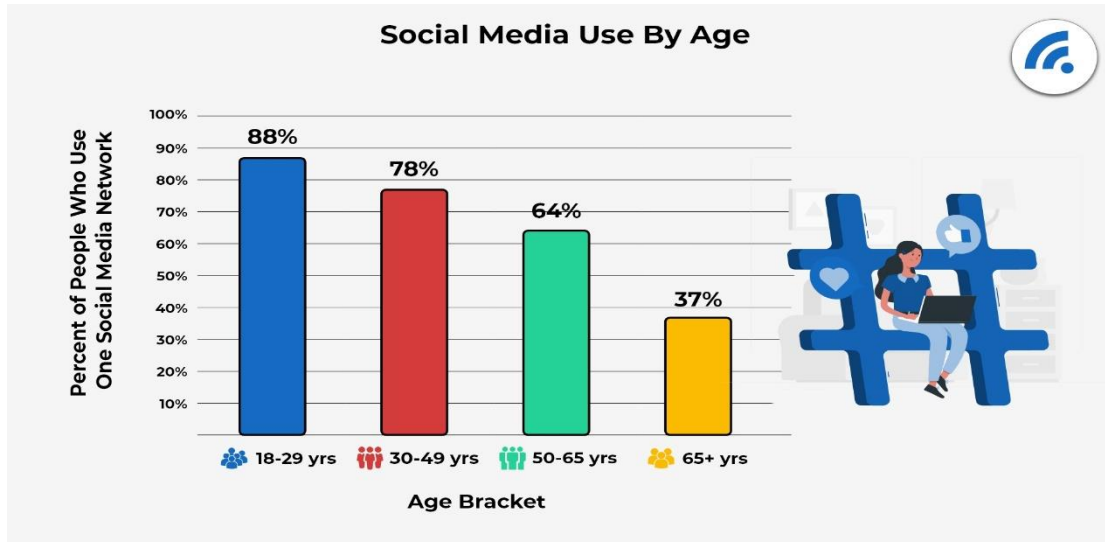
Di vî beşê lêkolînê de, em ê hin xişteyên serjimarî û nexşeyî bidin pêşandin , di wan de em ê platformên medyaya civakî yê ku bêhtir tîr bikaranîn, hejmarên dema bikaranînê û temenên ku bêhtir wan bi kar tînin, rêz bikin.

1) Platformên Medyaya Civakî yê ku Bêhtir di Sala 2021`ê de Hatine Bikaranîn.



Formê hejmar (1) – Jêder: Data reportal

2) Temenên ku bêhtir platformên medyaya civakî bi kar tînin.



Forma hejmar (2) – jêder: Broadband Search

3) Hin rastî di derbarê nexşeya bikaranîna navgînên medyaya civakî de.



Forma hejmar (3) – Jêder: Malpera Cizîrê ku ji Data Reportal girtiye

Sê: Torên civakî û pergala nirxeyî ya ciwanan

Ji hîmên bingeîn ên bipêşketina çî civakekê –bêyî ol, nijad, ziman û rengê wê di ber çavan re bîn derbaskirin- pergala nirxeyî û rêgezên bilind ên hakim li civakê ne. çimkî ne gengaz e ku civakeke mirovî bêyî hebûna pergaleke ji nirx û nimûneyên bilind peyda bibe, ev pergala ku wê civakê bi rê ve dibe, kontrol dike û reftarên giştî û taybet û pêşhateyan dinirxîne, ha ew pergala bi xwe ya ku dihêle civaka mirovî ji ya lawirî (hewanî) bê cudakirin, ew civaka (ya lawirî) ku azwerî (xerîzet) wî dibe û tîne, ji ber vê yekê pergala nirxeyî ya civaka mirovî çiqasî pak, paqij, hevgirtî û xwedî çavkaniyeke saxlem be, her wiha çiqasî kes û komên civakê pê bawer bin –çî bi gotin û çî jî bi xebat- civak dê bi pêş bikeve, bilind bibe û bibe xwedî taybetmendiyeke şaristanî û navneteweyî ku rê li berê veke ji bo serkêşîya mirovatiyê.(11)

Bi rastî jî şoreşa teknolojiyayê û bi bernamicên xwe yên cûrbecûr bandorek li pergala nirxeyî bi hemû awayên wê kir, weke pergala nirxên civakî, olî û takekesî (zatiya kes), anku her tiştê bi nêrîna kes a derbarê zat û civaka wî ve girêdayî, ev nirx gelek taybetmendiyan xwe hene ji wan, "bi demeke destnîşankirî ve negirêdayî ne, anku raborî, dema niha û paşerojê derbas dike, û taybet bi mirovan in û nisbî, ne jêner in, her wiha pîvaneyî ne ku ji bo hukim û şîrovekirina reftar dibin pîvan, li rex vê yekê ev nirx bi hewandina wênene dijhev, rikhev û ji ber saziyên çêbûna civakî hatine der tînin nasîn, ji bilî wê jî, ev nirx zatî ne û giraniya wan ji kesekî heta kesekî dîtir cuda ye, ev yek li ser civakê bi hemû beşên wê, xwedî karvedanên ewlekarî, aborî, çandî, siyasî û civakî bû. Li aliyekî din ev nirx bi gelek peywiran radibin her wekî: 1- Avakirina kesayeta ferd û destnîşankirina armancên wî, karîna xweguncavkirin û hevsengiyê û başkirina têgihiştinê, 2- Parastina hevgirtina civakî, destnîşankirina armancên wê û rûbirûbûna guhertinên ku çê dibin, 3- Karîna derbirînkirina di derbarê nasname û berjewendiya niştimanî de xurt dike. (12)

Eger pêvajoya ciwaniyê hewcedara hevsengî û aramiyê ye û bi coş û pêşdakevtineke zêde tê zanîn, dêmek dê valatiya navbera ciwan –eger di rewşa nakok a navbera nirx û bikaranîna li ser erdê de ma- û nirxên wî

yên olî û niştimanî de kûrtir bibe û dê bi hêsanî xwe radestî reftarên ku di ber hestên wî re drbas dibin bike, heta asta helîna kesayeta wî û birêveçûna li gorî wan (reftaran).

Çar: Teoriyên bandora medyayî

Teoriyên hevpewendiyê, yek ji amûrên zanistî yên hûrbîn in ji destnîşankirina qas û asta bandora navgînên ragihandinê li cemawer, ew jî ji aliyê: siyasî, aborî, civakî, perwerdeyî û hînkariyê ve.. her wiha asta têgeriyana ku encama proseya pêwendiyê ye jî dipêve, hêmanên vê proseyê jî ev in: (nûçegihan, name, navgîn, wergir û berteka dengvedanê), ev hêman di naveroka xwe de ji hev cuda ne, ew jî li gorî cûreya bandora yekser an ne yekser a navgînên pêwendiyê ye.

Em ê niha bi kurtasî behsa hin teoriyên teqlîdî weke teoriya Danîna Ajendeyan, û yên nû ku bi pêşketina rola pêwendiya dijîtal re derketine weke teoriyên (rasthevhatin an jî tevlihevkerin, torên civakî û qada giştî) bikin û di dema dahûrandina nexşeyên serjimariyê de, em ê wekî paşxaneyên zanistî sûdê ji wan bibînin.

1) Teoriya Danîna Ajendeyan "Agenda-Setting Theory":

Bi navê teoriya Rêza Tercîhan (*Salience Transfer*) jî tê nasîn, ev teorî ji aliyê McCombs û Shaw ve di sala 1968`an bi lêkolînekê hat ragihandin, naveroka wê jî bandora navgînên ragihandinê li cemawerên ku rastî wan navgînan tên e, li gora vê teoriyê; navgînên ragihandinê nikarin tevaya mijar û dosyayên ku li civakê rû didin bihwîne, lê belê tenê çend mijar tên bijartin ku zêde balê dikişînin ser wan û xweza û naveroka wan tên kontrolkirin, ev mijar gelekî bala cemawer dikişînin û dihêlin ku ew (cemawer) di wan de bifikirin, lewra ji mijarên din bêhtir ev cure-mijara ku me behsa wê kirî wê cihê pûtepêdanê bin ji mijarên ku navgînên ragihandinê behsa wan nakinin. (14)

2) Teoriya Rasthevhatin an Tevlihevkirinê "Convergence Theory":

Ev teorî ji gavên herî nûjen ên ku dixwazin têgihaştineke temamî û plansaziyekê ji torên civakî re pêşkêş bike ye, ev teorî bi xwe weke puxteya xebatên "Henry Jenkins", "John Pavlik", û "Frederick Kettler" e, ku ev kes weke navdarên vê diyardeyê tên zanîn, ji xwe hinek girîmaneyên (feredî) sereke di naveroka vê teoriyê de hene, ji wan: hin guhertinên mezin hene ku teknolojiya medyaya nû di xwezaya hevpêwendiya mirovî de çêkirine, ev guhertin ji hêla rêyên pêwendiyê û hemû aliyên jiyanê ve ne. (15)

Li gorî "Jenkins" sê têgihên sereke yê vê teoriyê hene, ew jî ev in:

- Rasthevhatin an tevlihevkirin.
- Jîrîtiya Komî.
- Çnada Beşdariyê.

Mebest ji têgiha Rasthevhatinê ew e ku hemû cûreyên naverokan ji metin, vîdyo, wêne û çalakiyên cemawer bi hev re û di nav hev de diherikin e, ev çalakiyên cemawer ku îraroj dikarin di nava torên civakî yê cûrbecûr de bibin berhemdar û naverokan bineqînin. (16)

3) Teoriya Torên Civakî "Social Networks Theory":

Ev teorî weke cara yekem sala 1800`î Z ji aliyê "David Emile Durkheim" û "Ferdinandtonis" hatiye pêşkêşkirin, wan weke yekem car mijara "gelo hebûna ferd bûnewerekî serbixwe ye yan parçeyek ji tora civakî ye" nîqaş kir, her wiha gotin ku civaka nûjen tenê ji blokeke organîk "OrganicSolidarity" pêk tê, ku ew bi xwe encama têkilî û hevgirtinên navbera kesên ji aliyê reftar û adetan cuda ne, lê tora civaka ku tê de dijîn wan digihîne hev e.

Ev teorî ji dawiya salên heftêyî yê sedsala borî heta serdema înternetê bipêş ket û aliyên bîrkarî û teknoloji li xwe zêde kirin, her wiha malperên civakî dikarîbûn vê teoriyê li ser erdê pêk bînin, ku hemû xelk bi cudahiya ziman, çand û baweriyên wan di bin siha hevpêwendiyê de bi rêya torên

civakî li hev bicivîne, û bi vê yekê dikarî mezintirîn civaka elktronîk ava bike, ku heta niha ti navgîneke din nedikarî tişteki wisa bike û ewqas xelk di meydanekê de kom bike, ji xwe hêza rast ya vê teknîkê ji vê derê dixuye. (17)

4) Teoriya Qada Giştî "Public Domain Theory":

Ev teorî ji me re şirove dike bê çawa navgînên ragihandinê nîqaş ji qada giştî bire qada taybet, ku di encamê de karîbin rojnamevanekî hêza wî hebe derbasî mejiyan bibe, wan tevlihev û dûrî rastiye bike derbixin, her wiha ev teorî teqez dike ku navgînên ragihandina elktronîk rewşeke gengeşeyê di navbera cemawer de diafirîne ku rê li ber bandoreke mezin a li ser dosyayên giştî vedike û bandorê li ser çîna bijarte ya giştî û cemawer bike, ev tê wê wateyê ku çanda înternetê êdî bûye xwedî cemawer û cihekî xwe çêkiriye, helbet ev berevajî xwendina rojname û pirtûkan ji ber gelek sedeman roj bi roj bipêş dikeve, li gorî amarên vê dawiyê derketî 80% ji ciwanan dixwazin ragihandina elktronîk bi kar bînin, ji ber ku li gorî wan; derfetên têgeriyane weke hevpeyvîn, şirovekirina bi lez û hemwext ji wan re peyda dike, ev yek ji me re piştrast dike ku paşeroj dê ji ragihandina elktronîk re be.

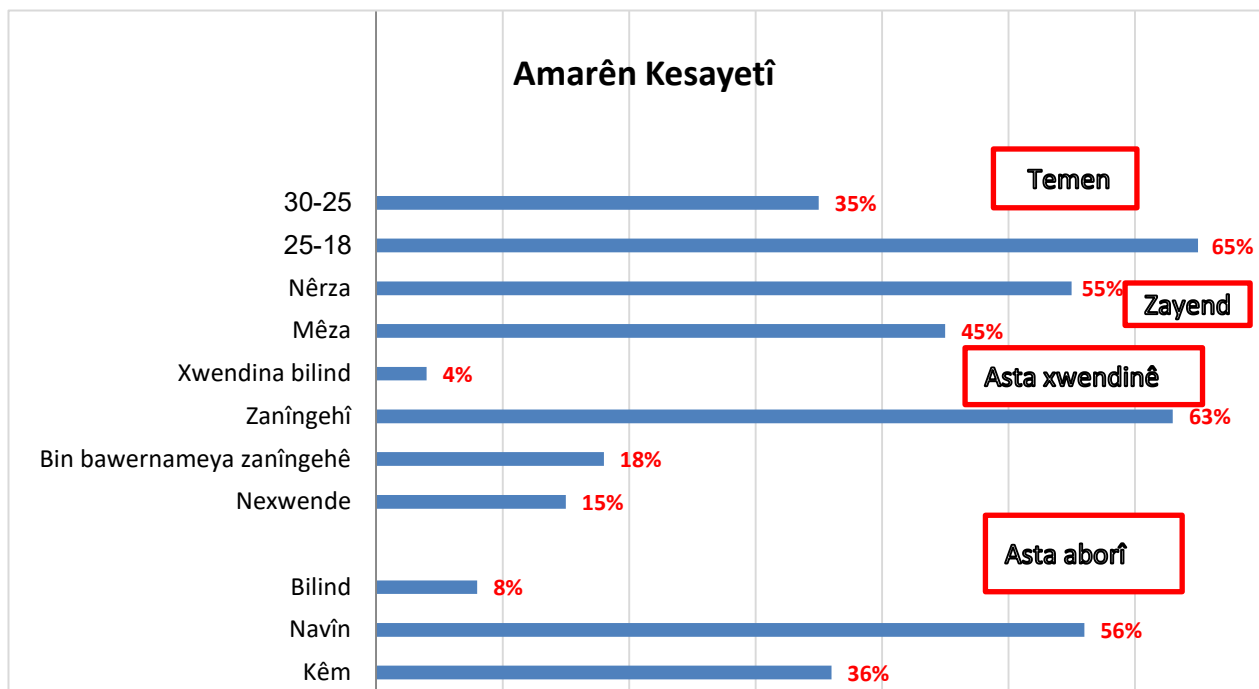
Habermas –ku ev teorî bi pêş xistiye- li ser rola mezin a navgînên ragihandinê di qada giştî de teqez dike, çimkî navgînên ragihandinê (weke qadên giştî) bi roleke dubend dilîzin û derfetê didine kesan nêrîn û dyalogên xwe biparve bikin, lê em ji bîr nekin ku ne tenê nêrîna kesan, lê belê ya desthilatdariyê û giştînameyên wê yên ji welatiyan re jî bi par ve dike. (18)

Aliyê Meydanî: Encamên giştî yê lêkolîna meydani

Di vê beşê lêkolînê de em ê data û agahiyên ku encama rapirsînên li ser ciwanan hatine belavkirin, bi nexşe û şiroveyên wesfî û temamkirî bidin pêşandan.

Taybetmendiyên mestereya lêkolînê

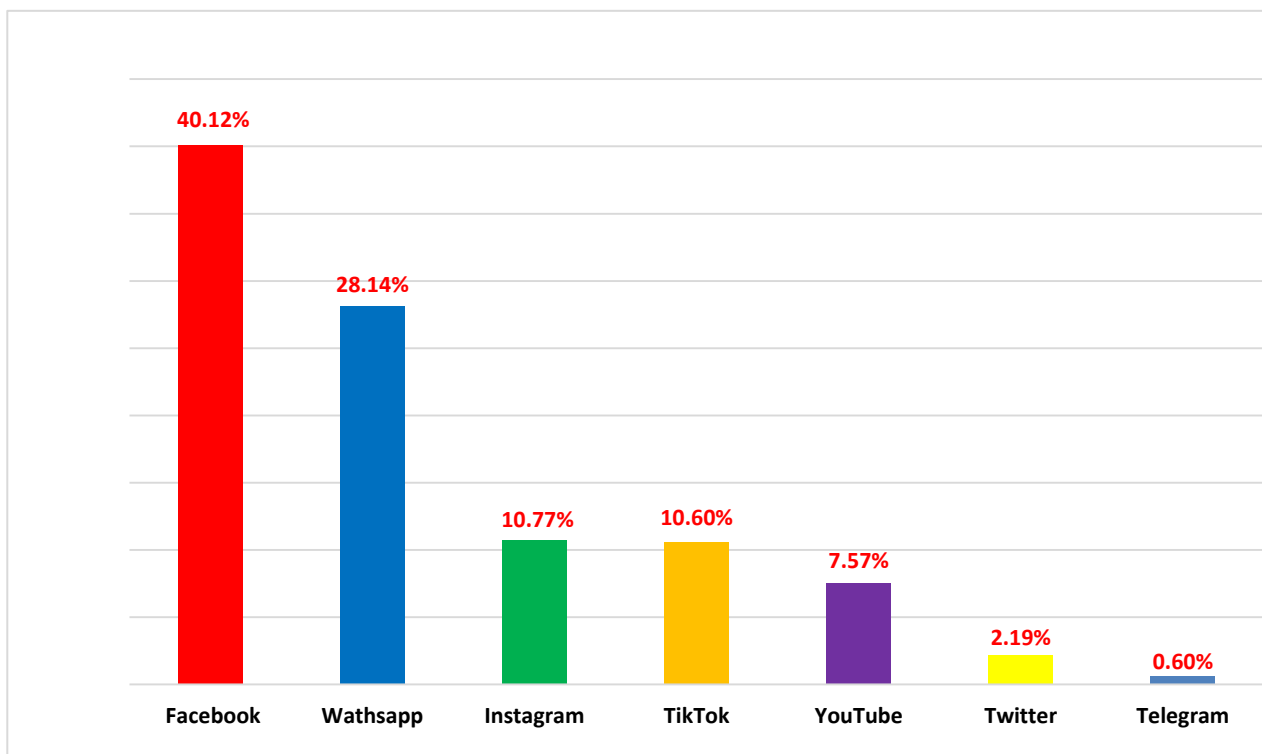
Agahiyên Kesayetî	
Rêje	Temen
65%	18-25
35%	25-30
Rêje	Zayend
%45	Mêza
%55	Nêrza
Rêje	Asta Xwendinê
%15	Nexwende
%18	Jêr bawernameya zanîngehê
%63	Zanîngehî
%4	Xwendina Bilind
Rêje	Asta Aborî
%36	Kêm
%56	Navîn
%8	Bilind



1) Platformên bijarte yê medyaya civakî li cem ciwanan

%40.12	Facebook
%28.14	Wathsapp
%10.77	Instagram
%10.60	TikTok
%7.57	YouTube
%2.19	Twitter
%0.60	Telegram

Xiştaya jimar (1)



Nexşeya jimar (1)

Li gorî encamên xişteya jimar (1), dixuye ku aplikasyonên ku ciwan bêhtir bi kar tînin rêza wan wisa ye: Di destpêkê de Facebook e bi rêjeya 40.12% , paşê Whatsapp 28.14%, Instagram 10.77%, TikTok 10.60%, YouTube 7.57%, Twitter 2.19% û di dawiyê de Telegram 0.60% ye.

Helbet di her qonaxekê de aplikasyonek derdikeve pêş, lewra serkêşiya Facebookê ji lîsteya borî re meseleyeke ji rêzê ye, ew jî ji ber cemaweriya ku li Rojhilata Navîn piştî "Şoreşên Bihara Erebi" bi dest xist, her wiha tiştên dîtbar û tegeriyan ku bar dike û pê bala ciwanan dikêşe da bi par ve bikin û malperan bişopînin, ev malperên ku xwestekên wan bi cih tînin û derfetê didin ku heval û hevkarên xwe zêde bikin, û eger bi awayekî erênî be yan neyînî be sûdê ji madeyên dîtbar û agahiyên barkirî di pêvajoyeke pêwendîdar û hemwext de bibînin.

Lê bernameya herî girîng a ku li herêmê berbelav e û şûna Skype û Yahooyê girtiye, bernameya Wathsappê ye, ji taybetmendiyan vî aplikasyonê ku girîngiyek danê, ewlehiyê ji bikarhînerên xwe re peyda dike bi rêya şîfretkirina hevpeyvînên kesayetî û komî, awayê danûstandinê bi rêya wê cihê baweriyê û hêsan e ye, her wiha bê bermaber e û tu datayên kesayetî yê taybet weke temen, zayend û E-mail, mîna Facebookê naxwaze, û ji vê yekê zêdetir ku odeyên beşdariyê yê dîtbar pêşkêş dike, ku di encama wan de bikarhênerê xwecihê lêçûneke zêde li ser pêwendiyên navdewletî danayne.

Li aliyekî din di van demên dawîn de êdî Instagram jî bû cihê girîngiyê li cem nîşên nûhatî û ciwanan ji bo tiştên xwe yê rojane bi awayekê balkêş bi par ve bikin, û êdî ji bo gelek kesan bû rêya derbasbûna cîhana navûdengî, navdêrî û bazirganiyê, ew jî bi rêya hin taybetmendiyan vî bernameyê her wekî effect, filter, weşana zindî û nîşaneyê Goomerang a ku dîmenkêşana pêrepêre ye, dema kêşana vî dîmenê 2 çirkeyan derbas nake, lê dema leza wê tê kêmkirin bi awayekî hêdî dibe 6 çirke "Loop" û dikare rapirsînê jî derbarê wê de çêbike û bide pêşandan, ev yek li şûna bikaranîna bernameyê Hyperlapse yê ku vîdyoyan bi lez dike.. ev hemû jî bilî çêkirina vîdyoyên pêşketî, biparvekirina story, wêne, linkên elketronîk li ser tevaya platformên medyaya civakî.

Li rex wan, TikTok jî êdî di nava ciwanan de bi awayekî bi lez belav dibe, ev bername parçeyekî mezin ji wextê xwe ji bo xemrevînê û dûrketina ji bandorên şeran a li ser ciwanan veqetandîye, her wiha gelek kes belavokên kesên bi nav û deng û xwedî bandor ên dirêjahiya wan 3 xulekan derbas nakin dişopînin, lê pirrê caran ev belavok (vîdyo) dîmenên tazî dihewînin "ên ne li gorî nîrxên exlaqî û civakî li herêmeke di derbarê van dîmen û naverokan de girtî ye", lê dîmenên herî xeternak ku tên pêşandan; ên xwekuştin û dawîanîna li jiyana xwe ne (intîhar), ku di encama wan de gelek kes jî bi şêwazine dîn û tehlûke dawî li jiyana xwe tînin, em dikarin vê yekê weke sedemeke belavbûna diyardeya xwekuştinê di nava ciwanan de li ser asta herêmên Rêveberiya Xweser û herêmên

dîtir ên Sûriyayê destnîşan bikin, ha li vir valatiyek di navbera tiştên tîn belavkirin û rastiya li ser erdê derdikeve pêş, ku rewşên aborî, ewlehî û derûnî bi rewşên jînavçûyî tîn binavkirin û rê nadin nîfşê ciwan ku armancên xwe pêk bîne û di paşerojeke ewle û domdar de bifikire û di cîhaneke dîstopîk a berevajî utopyaya naveroka îftîradî (Veqetîna ji xwe) bijî.

Gelek ciwan hene jî ku hez dikin YouTube'yê ji bo zêdekirina hevalên xwe û temaşekirina vîdyoyên ji aliyê dirêjbûnê ve cuda bi kar binin, yan jî bi armanceke bazirganî ku ji aliyê kompanyaya YouTube'yê bi xwe ve tîn dabînkirin, ew jî li gorî hejmara aboneyên kenalên wan ên takekesî û rêjeya belavbûn û temaşekirinê.

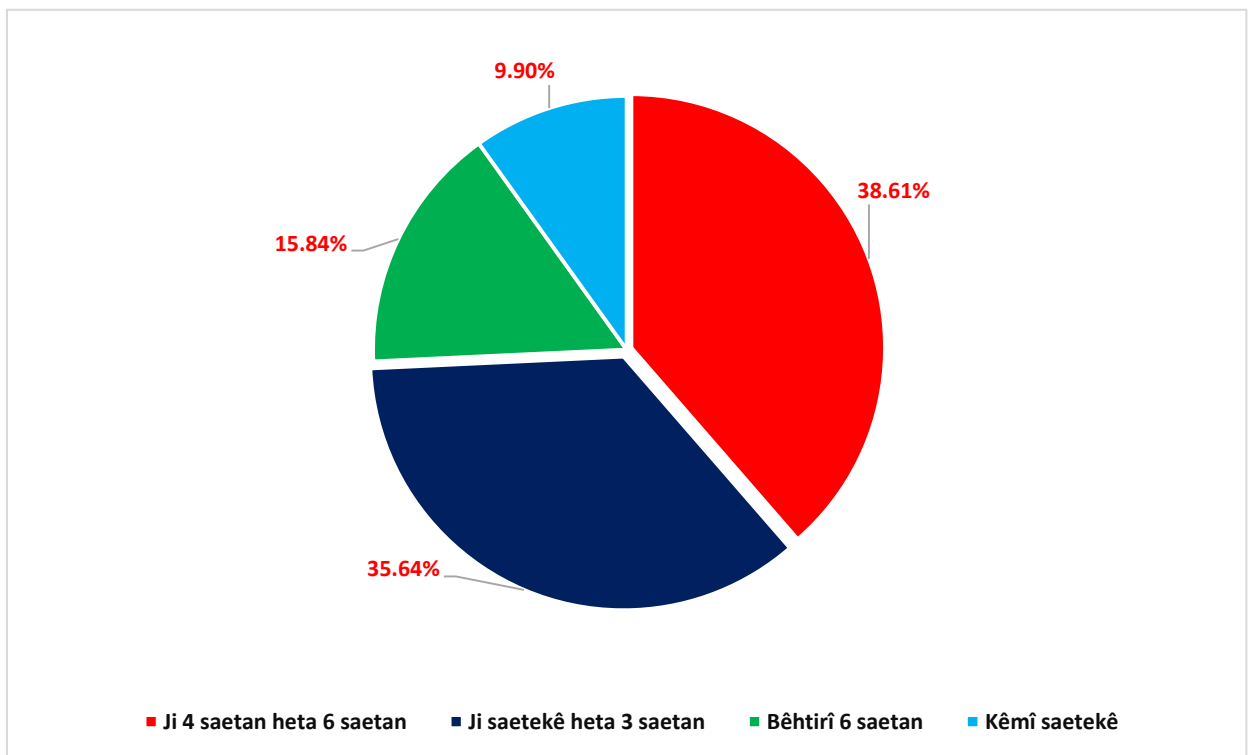
Lê bernameyê ku bi awayekî kêr û teng tê bikaranîn-tevî navdariya wê û hêsaniya metinên wê ku bi haştagan tîn belavkirin- bernameya Twitter e (tora nivîsên kurt), lê ev bername di nava kesên navdar û rojnamevanan û kesên wekî wan de (ku xwedî reqemên navdewletî ne) çalak e.

Di wextekî de ku gelek kes ji bo pêwendiyên, berê xwe dane Wathsappê, pê re şensê bernameya Telegramê jî, tevî taybetmendiyan wê yên wekî şandina vîdyoyan bi giraniyeke mezin û hebûna girûpên rahînan û perwerdeyê yên ji aliyê pêşandan û hevpêwendiya pîşeyî ve de çalak in, li kêrê ketiye.

2) Hejmara saetên ku rojane li ser platformên medyaya civakî tîn derbaskirin.

%38.61	Ji 4 saetan heta 6 saetan
%35.64	Ji saetekê heta 3 saetan
%15.84	Bêhtirî 6 saetan
%9.90	Kêmî saetekê

Xiştaya jimar (2)



Nexşeya jimar (2)

Li gorî datayên xiştaya jimar (2), hejmara herî mezin ji mestereya lêkolînê platformên medyaya civakî ji 4 saet heta 6 saetan bi rêjeya (38.61%) bi kar tînin, her wiha (35.64%) ji saetekê heta 6 saetan bi kar tînin, lê (15.84%) ji mestereyê êdî bernameyên elektronîk bûne parçeyek ji jiyana wan a rojane, lewra nikarin rêje û saetên ku li ser înternetê diqedînin destnîşan bikin, pirraniya wan kesan jî yan bê kar in an jî xebatên ragihandinê dikin (li gorî datayên kesayetî yên beşdarî rapirsînê bûne), li aliyekî din kesên ku saetên kêr ji roja xwe li ser platformên medyaya civakî derbas dikin rêjeya wan tenê (9.90%) bû ji mestereya lêkolînê, pirraniya wan jî di nava rewşeke zehmet a jiyana de dijîn, het asta ku nikaribin lêçûnên bikaranîna torên înternetê bidin.

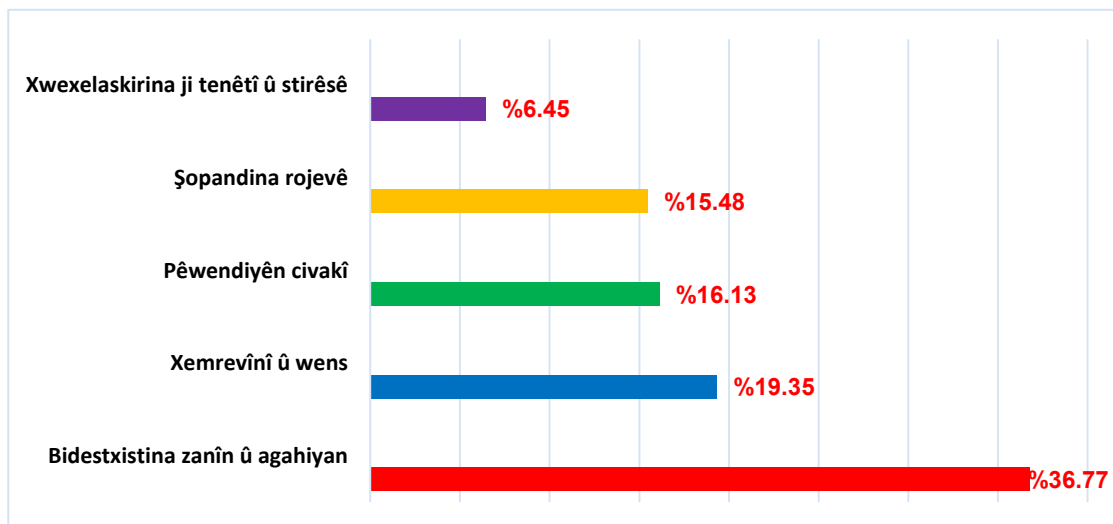
Hêjayî gotinê ku tevî ewqas taybetmendiyên platformên medyaya civakî yên erênî, lê dema mirov bêtir ku haya wî jê hebe û bi awayekî ketûber bi kar bîne û bengî wan bibe (nema karibe xwe ji wan xelas bike), dê guhertinên bingeîn û nebaş di derbarê

xwezaya hevpêwendiya mirovan de bi xwe re bîne, her wiha bandorên wê yên neyînî li ser hemû hêlên jiyanê hene, çimkî bikaranîna wê ya zêde dibe ku bibe reftarekî ne ji rêzê û şaxên bandorên wê bigihin têkiliyên civakî û selametiya tenduristiya mejî û pîskolojiyê, ne tenê wisa lê heta bi têgihiştina rastiya heyî ya li ser erdê û tiştê li ser van platforman dibîne li ser erdê nebîne, îcarê di encamê de têkeve rewşeke jixwedûrketina derûnî û çandî û xwe xerîb bibîne.

3) Armancên bikaranîna ciwanan ji platformên medyaya civakî re.

%36.77	Bidestxistina zanîn û agahiyan
%19.35	Xemrevînî û wens
%16.13	Pêwendiyên civakî
%15.48	Şopandina rojevê
%6.45	Xwexelaskirina ji tenêti û stirêse
%5.81	Şikandina rotîna rojane

Xiştaya jimar (3)



Nexşeya jimar (3)

Ji xiştaya jorîn diyar dibe ku pêwistiya ciwanan a bidestxistina zanîn û agahiyan, her wiha fêrbûna pîsporiyên nû di gelek qadan de, serkêşiya

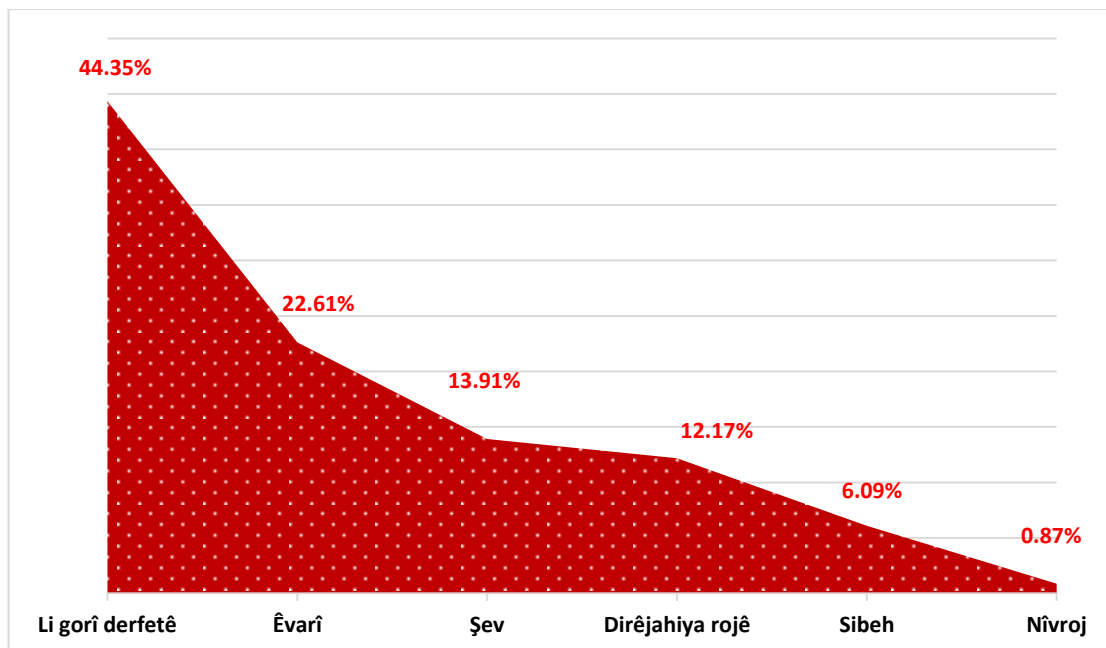
lîsteya armancên bikaranîna platformên medyaya civakî bi rêjeya (36.77%) dikin, ev rêje dibe ku li gorî geşedan û bûyerên li herêmê kêman zêde bibe, nemaze ku zêdebûna biparvekirina van mijaran li ser platforman ber bi çêbûna rayeke giştî ve diçe û bi xurtî serî hildide.

Paşê armancên xemrevînî û wensê û revîna ji fişarên jiyanê yê rojane û daxwaze rehetiyê bi rêjeya (19.35%) tînin, her wiha (16.13%) ji mestereya lêkolînê hewl dide bi rêya platformên medyaya civakî danûstandinê bi hawirdora xwe ya giştî re bike, her wekî heval, xizm û hevkar, piştî wê rêjeya kesên ku dixwazin rewşa heyî nas bikin û rojevê bişopînin û hin bûyeran zelal bikin bi (15.48%) tê, û di dawiyê de bi rêjeyên (6.45%) û (5.81%) platformên medyaya civakî bi armanca xwexelaskirina ji strê û tenêtiyê û şikandina rotîna rojane bi kar tînin, çimkî meydana elektronîk weke stargeheke bi ewle, dabînkirina rehetiyê û pencereyeke hevûdinnasiyê dibînin.

4) Çaxên bijarte yê rojane li cem ciwanan ku platformên medyaya civakî bi kar tînin.

%44.35	Li gorî derfetê
%22.61	Êvarî
%13.91	Şev
%12.17	Dirêjahiya rojê
%6.09	Sibeh
%0.87	Nîvroj

Xiştaya jimar (4)



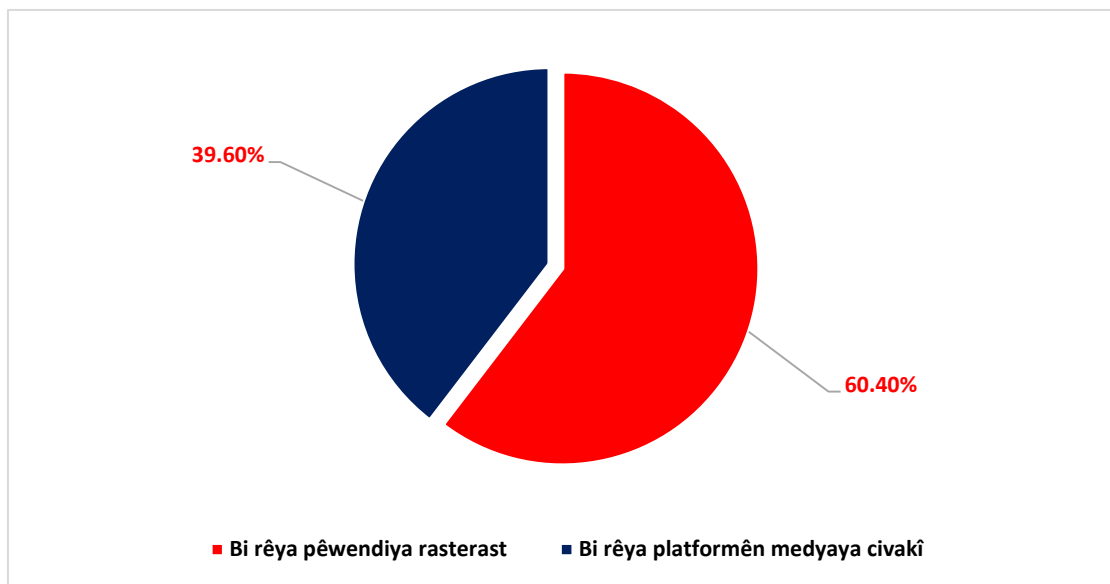
Nexşeya jimar (4)

Li gorî encamên xîşteya jimar (4), ciwan bi rêjeya (44.35%), hez dikin ku di derfetên guncav de li ser platformên medyaya civakî rûnin, her wiha (22.61%) ji mestereya lêkolînê platforman êvarê bi kar tînin û (13.91%) bi şev bi kar tînin; anku ji derveyî saetên kar ên sibehê û birojê, lê rêjeya kesên ku tevaya roja xwe li ser platformên medyaya civakî derbas dikin (12.17%) ye, bêtir ku li gorî demeke destnîşankirî û rêgezên hişyariyê tev bigerin, helbet ev yek gelek bandorên derûnî, tenduristî û xwendinê bi xwe re tîne, ev ji bilî lawazbûna berhemdanîna wî kesî û zexelbûna wî. Li rex vê yekê rêjeyên kesên ku înternetê di demên lûtke û çalak de (Sibeh û nîvroj) bi kar tînin (6.09%) û (0.87%) ne.

5) Rêyên bijarte yên ciwanan ji bo peyvîna bi xelkê re.

%60.40	Bi rêya pêwendiya rasterast
%39.60	Bi rêya platformên medyaya civakî

Xîşteya jimar (5)



Nexşeya jimar (5)

Li gorî xiştaya jimar (5) heta astekê rêjeya kesên ku dixwazin bi rêya pêwendiya rasterast (rûbirû) (60.40%) û kesên ku dixwazin bi rêya platformên medyaya civakî danûstandinê bi derdora xwe re bikin (39.60%) nêzî hev in.

Pirrê caran bikaranîna meydana elektronîk ji bo hevpêwendiya mirovî bandorên neyînî yên li ser bînesaziya nîrxê bi xwe re tînin û têkiliyên civakî, têgeriyên û biserxwebûna xwe ya kesayetî ji dest dide, her wiha bandorê li ser xweyîbûna civakî ya ku pergaleke dewlemend ji nîrx, pîvan û baweriyên ku şeweyên bingeîn di çand, erif û adetên ku civak dixwaze; dide kesan dike, ev jî li gorî "Teoriya Hînbûna Civakî".

Li aliyekî din û heta asteke dûr, platformên medyaya nû di bijartina aliyê zîz de û neqandina wê bi zanebûn, bi ser dikeve, her wekî mijarên ku li deriyê hestên mirovan didin, ew jî ji ber ku weke tê zanîn rêya herî guncav ji bo bindestkirina mejiyê bikarhêner, dilê wî ye.

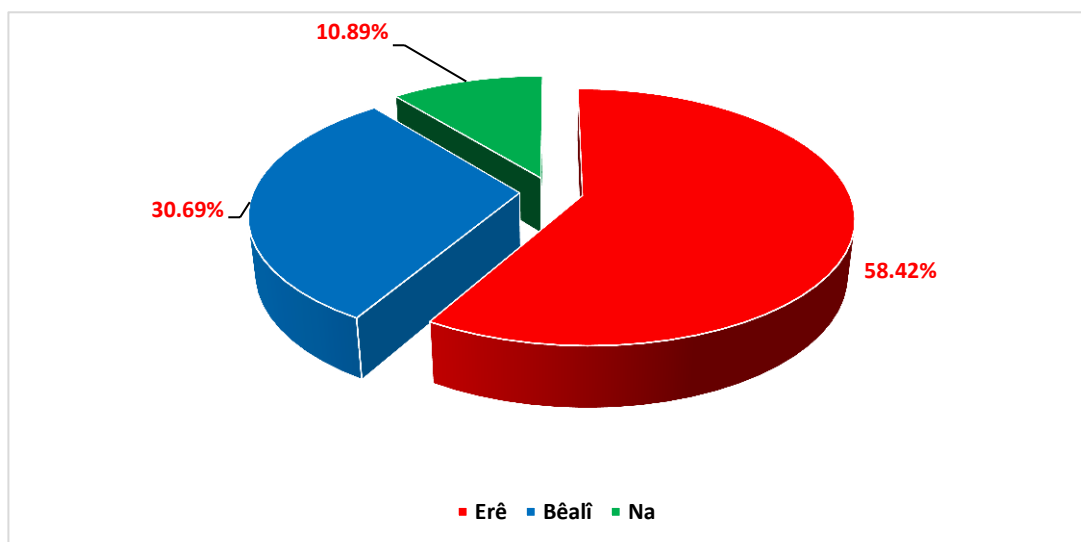
Xalid Ehmed (şewirmend û rahînerê medyaya civakî) di hevdîtineke televizyonî de behsa bikaranînên platformên civakî dike û balê dikişîne ser meseleya veguhêziya ji rewşa heyî ya li ser erdê bo ya girîmanî (default), li gorî Ehmed mesele girêdayî bawerî, lawazî û bihêziya kesayeta bikarhêneran e, û çiqas mirov dûrî rêzgirtina ji xwe re (zatê

xwe) ket û seqaya wî ya giştî rageş û tevlihev be, ewqasî ew bikarhêner dê li gorî naveroka platformên medyaya civakî ya hatiye pêşandan tev bigere, eger zanibe ku ev naverok dikevin xizmeta ajendeyên ji derveyî baweriyên wî jî.

6) Platformên medyaya civakî dihêlin ku têkiliyên civakî bi malbat û hevalan re bîn paşguhkirin.

%58.42	Erê
%30.69	Bêalî
%10.89	Na

Xiştaya jimar (6)



Nexşeya jimar (6)

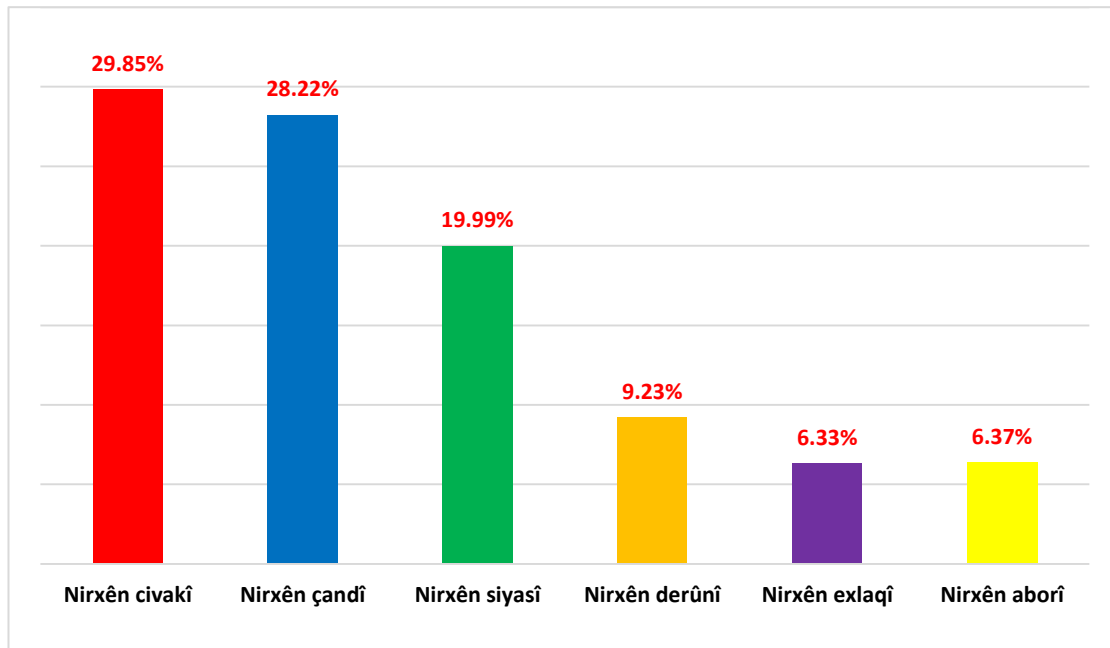
Li gorî datayên xiştaya jimara (6), pirraniya ciwanan li ser bandorên neyînî yên platformên medyaya civakî li têkiliyên civakî û paşguhkirina pêwndiyê bi malbat û hevalan re, li hev dikin û rêjeya wan (58.42%), her wiha li ser sîfeta (cudabûna civakî) ya ku di nava civakan de belav bûye teqez dikin, çimkî îrroj endamên yek malbatê belawela bûne û di cîhaneke girîmanî de hatine zindankirin û taybetmendî, exlaq, adet û teqalîdên bavûkalan hatine bînpêkirin, ev ji bilî hilweşîna têkiliyên hevjinîtiyê. Sylvie Protasev, zaniyar û şirovekara derûnî dibêje: "

Xwekêmdîtîr rengê ji rengên lêgerîna li rehetî û dilaramiyê ye, em ji kesên din dixwazin ku dilê wan bi me bişewite, alîkariya me bikin û ji me hez bikin, weke ku bixwazin hestê bavîtiya ku di zaroktiya xwe de me nedîtî, li cem wan şiyar bikin û li dilrehetiyê bigerin, lê ev rehetiya ku em bi dest dixin, rehetiyêke demkî ye", ha ev e ya ku gelek bikarhênerên înternetê lê digirin û dixwazin heta ji wan bê xwe ji fişarên jiyanê rizgar bikin. Li aliyekî din (30.69%) ji mestereya lêkolînê didin zanîn ku hem bandorên erênî, hem jî yên neyînî yên bikaranîna dijîtalê hene, anku yan mirov dê ji jîngeha xwe ya civakî bê tecrîdkirin, an jî têkiliyên civakî dê xurtir bibin, li gorî xwedyên vê nêrînê; mesele girêdayî bikaranîna ciwanan ji platformên dijîtalê re ye, yan dê baş bikar bînin yan xerab, her wiha li ser bîrewerî, zanîn û perwerdeya wî dimîne, li hember vê yek (10.89%) dibêjin ku platformên dijîtalê têkiliyên civakî paşguh nakin, vê yekê jî li rola wan a nêzîkirina kom û kesan ji hêla erdnîgarî û demî ve, çêkirina hevaline nû, ji netewene nû û xwedî nasnameyên cuda, her wiha pêwendiya li gel hevaline kevin ku ji zû ve pev re têkilî nekirine, vedigerînin.

7) Nirxên ku ciwan bi rêya platformên medyaya civakî bi dest dixin.

%29.85	Nirxên Civakî
%28.22	Nirxên Çandî
%19.99	Nirxên Siyasî
%9.23	Nirxên Derûnî
%6.33	Nirxên Exlaqî
%6.37	Nirxên Aborî

Xîşteya jimar (7)



Nexşeya jimar (7)

Li gorî encamên xiştaya jimar (7), nirxên civakî serkêşiya lîsteya nirxên ku ciwan ji bikaranîna platformên medyaya civakî bi rêjeya (29.22%) bi dest dixin, dike û paşê nirxên çandî bi rêjeya (28.22%) tê, piştî wê û bi rêjeya (19.99%) nirxên siyasî, û (9.23%) nirxên derûnî, û (6.33%) nirxên exlaqî û bi rêjeya (6.37%) nirxên aborî dawiya lîsteyê digire.

Di rûpela bê de em ê nirxên herî girîng (civakî, çandî, siyasî, derûnî, exlaqî û aborî) ku ciwan ji bikaranîna platformên medyaya civakî bi dest dixin, rêz bikin.

Nirxên siyasî yên erênî ku bi rêya bikaranîna platformên medyaya civakî tu bi dest dixî çi ne?		
	%29.09	Beşdariya siyasî
	%28.18	Wekhevî
	%21.82	Azadî
	%20.91	Layengirî
Nirxên civakî yên erênî ku bi rêya bikaranîna platformên medyaya civakî tu bi dest dixî çi ne?		
	%37.19	Hevaltî
	%23.97	Alîkarîkirin
	%23.14	Xweberpirsdîtin
	%15.70	Rêzgirtin
Nirxên aborî yên erênî ku bi rêya bikaranîna platformên medyaya civakî tu bi dest dixî çi ne?		
	%52.48	Kêmxercî
	%26.73	Hevkariya diravî
	%20.79	Bidestxistina Feydeya madî
Nirxên derûnî yên erênî ku bi rêya bikaranîna platformên medyaya civakî tu bi dest dixî çi ne?		
	%29.60	Xelasiya ji tecrîdê
	%20.00	Hêvî
	%18.40	xweîsbatkirin
	%16.00	Hogirî
	%16.00	Afrînerî
Nirxên çandî yên erênî ku bi rêya bikaranîna platformên medyaya civakî tu bi dest dixî çi ne?		
	%37.76	Nasîna çanda gelan
	%22.38	Fêrbûna zimanan
	%18.18	Nasîna irf û adetên
	%11.19	Bêalî
	%10.49	Pêşengdîtina wêjevanên bi bandor

Nirxên exlaqî yên erênî ku bi rêya bikaranîna platformên medyaya civakî tu bi dest dixî çi ne?		
	%39.20	Dostanî
	%22.40	Rastbêjî
	%19.20	Dadwerî
	%12.00	Destpakî
	%7.20	Comerdî

Heta demeke nêzîk jî, agahî li jêrdestiya sazî û biryargehan bû, lê platformên medyaya civakî dikarîbûn vê hev kêşeyê biqulipînin û êdî em weke cemawerê wergirê naveroka dijîtal bûne hêmaneke erênî ya proseya pêwendiyê, îcarê bikarhêner ji wergiriyê bû berhmdarê naverokê (cemawer rêber e), her wiha êdî bi saya wan em dikarin pêwendiyên li gel biryarderan bikin, nêrîn û xemên xwe bi par ve bikin û dengê xwe bigihînin kesên berpirs û raya giştî, evê yekê hişt ku sazî û rêxistinên têkildar nêrînên bikarhêneran derbarê çi pirsekê de binasin, li rex wê jî êdî îroroj amûrên pêkanîna guhertinê siyasî, jinavbirina tirsê û derbirînkirina veşartiyên kesayeta mirov hatine afirandin.

Bi gotineke din em dikarin bibêjin ku platformên medyaya civakî îroroj bûne amûrên xurtkirina xweserî û kolektîvê ji kes û koman re, her wiha bûne amûra gihandina dengê çîna paşguhkirî bo tevaya cîhanê.

"Roz Elî", lêkolera di derbarê karûbarên derûnî û civakî de, balê dikişîne ser vê mijarê û dibêje: " van malperan dikarî hemû temenan ber bi xwe ve bikêşe, bi taybet kesên ciwan, çimkî bi nirx, reftar û naveroka van malperan, çi bi awayekî erênî be û çi jî neyînî be, bi bandor dibin, sedem jî ew e ku her xwestekên guhertinê li cem wan peyda ne, ew jî bi rêya xwendin, teqlîdkirin û derketina ji rêzê, ha li vê derê asta bandora van malperan li ser pergala nirx, reftar, reakîsyon û rêbaza hizirînê li cem ciwanên îro dixuye, lê tevî vê yekê jî em nikarin çavên xwe ji ser rola wan a erênî di meseleyên xwenasîn û pevguherîna pisporî, zanîn û nêrînan de bi derdor re û danûstandina bi derve re, bigirin.. li rex wê jî sedemên ku dihêlin ciwan bêhtir berê xwe bidin wan malperan, her wekî xemrevîn û derbaskirina demê.

8) bandorên neyînî yên ji ber bikaranîna ciwanan a platformên medyaya civakî.

Bidûrketina çandî	
%34.65	Bêalî
%31.68	Erê
%30.69	Na

Xiştaya jimar (9)

Tecrîda civakî	
%55.45	Erê
%22.77	Na
%19.80	Bêalî

Xiştaya jimar (8)

Çavlêkirina li reftarekî ji aliyê civakê ve nayê qebûlkirin	
%42.57	Erê
%30.69	Bêalî
%26.73	Na

Xiştaya jimar (11)

Tevlihevbûna kesayetê û goşegîrî	
%39.60	Erê
%32.67	Bêalî
%26.73	Na

Xiştaya jimar (10)

Windabûn û werbûna di cîhana nîgaşê de	
%54.46	Erê
%25.74	Bêalî
%19.80	Na

Xiştaya jimar (13)

Hilweşîna têkiliyên malbatî	
%42.57	Erê
%29.70	Bêalî
%27.72	Na

Xiştaya jimar (12)

Zirkesîkirin (Xwediyarkirina bi kesayeteke din)	
%43.56	Bêalî
%32.67	Erê
%22.77	Na

Xiştaya jimar (15)

Bengî û windakirina demê	
%56.44	Erê
%27.72	Bêalî
%15.84	Na

Xiştaya jimar (14)

Bidestxistina zaniyarî û agahiyên şaş	
%38.61	Erê
%35.64	Bêalî
%24.75	Na

Xiştaya jimar (17)

Şantaj, gef û sîxurî	
%44.55	Bêalî
%34.65	Erê
%20.79	Na

Xiştaya jimar (16)

Zêdebûna devavêtin û qalibgiriye	
%49.50	Erê
%26.73	Bêalî
%22.77	Na

Xiştaya jimar (18)

Têkçûna tenduristiya derûnî û mejî	
%36.63	Erê
%33.66	Bêalî
%26.73	Na

Xiştaya jimar (19)

Binyadkirina reftarê xercane	
%35.64	Bêalî
%32.67	Erê
%30.69	Na

Xiştaya jimar (21)

Bichkirina sivikhizirînê	
%38.61	Erê
%35.64	Bêalî
%25.74	Na

Xiştaya jimar (20)

Xiştaya jimar (22)

Peydabûna reftarê dijminatiyê	
%36.63	Bêalî
%34.65	Na
%28.71	Erê

Xiştêya jorîn ji me re bandorên neyînî yên ji ber bikaranîna ciwanan ji platformên medyaya civakî ji hêla (derûnî, civakî, çandî, fikirî, zaniyarî û heta bi ewlehiya kesayetî) destnîşan dikin.

Li vir û ji derdora xwe em dikarin paşverûtiyên kûr ên ji ber bikaranîna neyînî ya teknîka elektronîka nûjen têne der bibînin, ji paşveçûna berhemdariyê û desteseriya zexeliyê li ser gelek aliyên kar bigire, het tu di tenêtiya civakî û melûliya ji ber bidûrketina ji jîngeha xwe û werbûna di cîhana nîgaş û dilwasî ve derkevî, ku di encamê de jîngeh dibe jiîngeheke çêkirî û tenê ew wêneyê nimûneyî û mînakî yê ku platformên medyaya civakî di serê me de çandine li ber çavên me diçin û tîn, ha ev e ya ku em navê wê dikin "Hêbitîna Elektronîk", ku pirrê caran gefan di paş xwe de vedişêre û bandorê li aramiya têkiliyên malbatî û selametiya tenduristiya derûnî û mejî ya wergir dike, her wiha dibe ku hin kes di xwekuştinê (intîhar) de bifikirin, an jî reftarên tundrew encam bidin û ji xwe û ji kesên li dora xwe re bibe gefek.

Li nik wê, rola neyînî ya hin platformên medyaya civakî yên sawêr dê keysbaziyê li têkçûna rewşa derûnî ya ciwanan bikin, an jî bihêle ku ciwan li beramberî pereyan kirinên terrorîst pêk bînin, bê guman ev yeka han di jîngehên feqîr û paşguhkirî de berbelav e, ku di van jîngehan de ti pêdiviyên jiyanê wekî çavkaniyekî darayî ya domdar, perwerde, tenduristî, deverên bêhnvedanê û şînkayî peyda nabin, îcarê di encamê de bi awayekî neliserhiş ev ciwan tîn birêvebirin, her wiha ti karîn li cemê namînin ku di paşerojê de di derbarê dosyayên girîng de xwedî nêrînek serbixwe be, ji ber ku di nava rengerengiya naverokên tîn pêşandan de, mijarên ne girîng bêhtir derdikevine pêş, ev yek hemwextî pêşketina pîvanên "Trend"ê li ser malperên şîn li ser hesabê pîvanên exlaqî, nemaze pîvanên ku kîn û êrîşên li ser beşekî civakê gur û sor dikin.

Her wiha, lêkolera derûnî û civakî Roz Elî behsa hin zererên din ên bikaranîna torên civakî dike û balê dikişîne ser bandora wan a neyînî li ser tenduristiya derûnî û tegeriyana civakî, Roz dibêje: "Bê guman bikaranîna zêde bandoreke mezin li pêwendî û beşdariya di nava endamên malbatê de li malê dike, têkiliyên civakî bi derdorê re kêm dike û rewşên melûlî, tenêti û tecrîda civakî bi xwe re tîne, her wiha bandoreke neyînî li ser aliyê zanistî û awayên hizirînê yên li beramberî

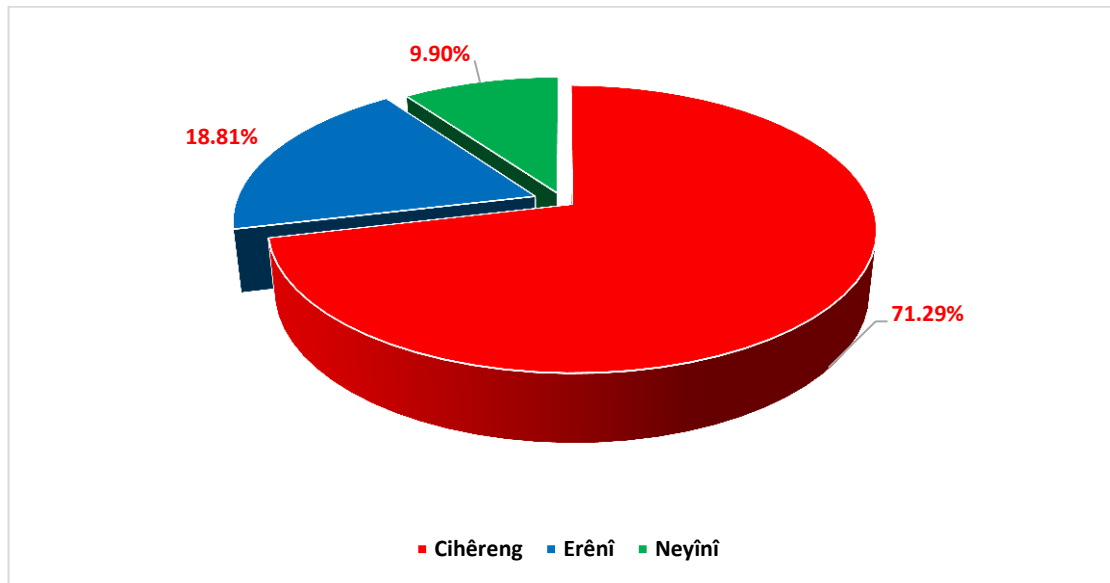
guhertinên jiyanê dike, ev guhertinên ku dikarin nirxên takekesî li şûna yên civakî û hevkarîya komî ku hêmaneke girîng di çanda civakê de ye, bidin pêş. Lê xala herî girîng ku pêwîst e em bi ronî bikin ew e ku ev malper fikir û mejiyê ciwanan tevlihev dîkin û wan tenê weke şopînerine neyînî ji bûyeran re dihêle, her wiha wan dike kesin zexel, ti karîna wan tune ye ku erkên xwe yên rojane, pîşeyî û akademîk bi cih bînin.

Di nava şerê li Sûriyayê de ku deh sal li pey xwe hiştin, herêmen Rêveberîya Xweser jî –mîna hemû herêmen Sûriyayê- ji paşmahiye şer bêpar nema, ev şerê ku bi sedhezaran ciwan bidûrî maseyên xwendinê kirin û gelek ji wan ji bo bixwedîkirina malbatên xwe–ji neçarî- berê xwe dan karên giran an jî tevî refên komên çekdar bûn, di wextekî de ku hêviyên wan beriya şer di rewşa jiyanî ya heyî de mezintir bûn.

9) Şêweyê guhertina ku platformên medyaya civakî li cem ciwanan çê dike.

%71.29	Cihêreng
%18.81	Erênî
%9.90	Neyînî

Xiştaya jimar (23)



Nexşeya jimar (23)

Ji xiştaya jimar (23) diyar dibe ku şêweyê guhertina ku platformên medyaya civakî di rêza nirxeyî ya ciwanan de pêk tîne, guhertineke sabit e û di nava erênî û neyîniyê de diçe û tê ye, rêjeya xwediyan vê nêrînê (71.29%) e, lê (18.81%) ji ciwanan baweriya wan bi rola erênî ya torên civakî di çêkirina guhetina biarmanc li ser asta kesayetî û civakî heye, lewra dibêjin ku rolek wan (torên civakî) a girîng di bipêşxistina zatî (pîşeyî û pisporî) de, lêgerîna li karan û peydakirina wan û eşkerekirina rastî û tiştên veşartî ku bûne xwedî jênegeriyekê û êdî nema dest jê dibe, heye. Lê li aliyekî din (9.90%) ji ciwanan li dijî nêrîna borî derdikevin û dibînin ku torên civakî bandoreke mezin li ser mejiyê wergiran dikin heta asta ku civakbûyîn û mejiyê wan dikujin, enerjiya wan vala dikin û dihêlin ku ciwan li gorî berjewendiyên berpirsên "Sosyal Medya"yê tev bigerin, îcarê di encamê de qelişandinek û dûrketinek di civakê de derdikeve û

tenêtî û hêrsbûna ji ber bengîniyê zêdetir dibe, li rex vê yekê jî zanîn û agahiyên şaş û derew li cem yên wergir çêdibin û sûcên elektronîk belav dibin, her wekî devavêtin, piçûkxistin, hetikandin, kîn û fikirên hilweşîner, ev ji bilî şîrovekirina ciwanan a li gorî tiştên ku di mejî de hatin sepandin ji mijarên ku tên pêşandan, ku gelek sembolên rastî wî tên di "çarçoveya semantîk" de şîrove dike.

Encam: Li gorî tişta me li jor pêşkêş kirî, encamên ku em gihanê ev in:

1- Facebook serkêşiya lîsteya platformên bijarte yên ciwanan dike, paşê Whatsapp, Instagram, TikTok, YouTube, Twitter û herî dawî Telegram.

2- Pirraniya ciwanan ji (4-6) saetan an jî ji (saetek heta 3 saetan) platformên medyaya civakî bi kar tînin, piştê wê beşê ku zêdeyî 6 saetan dimîne tê û dema herî kêr a bikaranîna platformên medyaya civakî kêrî saetekê ye.

3- Ji armancên herî girîng ên bikaranîna ciwanan ji platformên medyaya civakî re, nasîna kesên nû û agahiyên girêdayî hin dosyayan, paşê armanca wens û xemrevînê û pêwendiyên civakî, fêmkirina rewşa li ser erdê û têgihiştina wan tê, piştê wê jî armanca xwexelaskirina ji stres û tenêtiyê û carcaran jî şikandina bişêwebûn û rotîna jiyana rojane tê.

4- Dema herî baş a ku ciwan dixwazin tê de platformên medyaya civakî bi kar bînin, dema ku derfet hebe ye, paş çaxê êvarî ye û piştî wê jî çaxê şevê ye, lê hin ji wan dixwazin bi dirêjahiya rojê li ser înternetê bin û hinên din jî çaxê sibeh û nîvrojê guncav dibînin.

5- Rêjeya kesên ku dixwazin bi awayekî rasterast (rûbirû) û ya kesên dixwazin bi rêya platformên medyaya civakî têkiliyê bi derdorê re deyin nêzî hev e.

6- Pirraniya ciwanan pê re ne; ku platformên medyaya civakî têkiliyên civakî bi malbat û hevalan re paşguh dikin, lê nêrîneke di ortê de jî heye û dibêje ku pêwendiyên dijîtal têkiliyên civakî û malbatî hem xurt dikin, hem jî hildiweşînin, ev berevajî nêrîna ku rêjeya wê herî kêr e û dibêje ku tu roleke neyînî ya platformên medyaya civakî di derbarê jihevqutbûna têkiliyên civakî de tune ye.

7- Nirxên civakî yên weke (hevaltî, alîkariya kesên din, hestê berpirsyartiyê, û rêzgirtinê) serkêşiya lîsteya nirxên ku ciwan ji platformên medyaya civakî bi dest dixin re dikin, paşê jî nirxên çandî tînin ên weke (nasîna çanda gelan, hînbûna zimanan, nasîna adet û teqalîd û pêşengdîtina kesayeta wêjevanên bibandor), her wiha nirxên siyasî weke

(beşdarîya siyasî, wekhevî, azadî û layengirî), û nirxên derûnî weke (xelaskirina ji tenêtiyê, hêvî, xwenaskirin, hogirî û afirînerî), û pişt re nirxên exlaqî weke (dostanî, rastbêjî, dadwerî, destpakî, û comerdî), û di dawiyê de nirxên aborî weke (kêmxercî, hevkariya diravî û bidestxistina feydeya madî).

8- Ji bandorên neyînî yên encamên bikaranîna ciwanan ji platformên medyaya civakî re (neamze kesên bengîn): 1) tecrîda civakî. 2) bidûrketina çandî. 3) tevlihevbûna kesayetê û serdestiya goşegîriyê. 4) Çavlêkirina li reftarekî ji aliyê civakê ve nayê qebûlî. 5) hilweşîna têkiliyên malbatî. 6) werbûn û windabûna di cîhana nîgaş de. 7) bengî û windakirina demê. 8) Zirkesîkirin û xwediya kirina bi kesayeta kesekî din. 9) bidestxistina zanîn û agahiyên şaş. 10) têkçûna tenduristiya mejî û derûnî. 11) zêdebûna devavêtin, bişêwekirin û hizirîna sivik. 12) binyadkirina reftarê xercane. 13) peydabûna reftarê dijminatîyê.

9- Piiraniya ciwanan dibînin ku bandora platformên medyatya civakî li ser wan (erênî û neyînî) ye, paşê yên ku erênî dibînin û pişt re yên ku neyînî dibînin tên.

Qewêtî: Em dikarin xwe bispêrin encaman û van pêşinyaran bikin:

1- Bipêşxistina rola saziyên avakirina civakî di çandina nirxên erênî yên palpiştiya rêgezên exlaqî di kesayeta ciwanan de dikin, her wekî (malbat, saziyên perwerde, olî û hişyarî, heval...).

2- Ji bo binyadkirina nêrîna rexneyî di derbarê çî naverokê de, divê binesaziya perwerde û hînkariyê bê bipêşxistin.

3- Divê meteryalên derbarê etîka bikaranîna platformên medyaya civakî û pîvanên wê de, derbasî nava rêbaz û meteryalên xwendinê bibin, ew jî da ku ciwan bikaranîna baş a meydana dijîtal û elketronîk bizanin.

4- Zêdekirina lêkolîn û vekolînên ku pergala nirxeyî ya encama bikaranîna ciwanan ji platformên medyaya civak re û bandora wan li ser xebata zanistî û şêweyên reftarî analîz dike.

5- Pûtepêdana bi rola navgînên ragihandinê di hişyarkirina ciwanan de di derbarê şêwazên herî baş ên bikaranîna platformên medyaya civakî de bi awayekî erênî, û danîna têkilyan bi bikarhêneran, bi armanca weberhênanana enerjî û behremên wan û belvkirina çîrokên wan ên serkeftî bi awayekî elektronîk, da ku ciwanên din jî çav li wan bikin.

6- Handana desteya Ciwan û Werzîşê ya bi ser Rêveberiya Xweser ve ji ciwanan re, ew jî bi rêya lidarxistina çalakiyên bêhnvedanî, zanistî û werzîşî ku hevaltî û hevgirtinê di nava wan de xurtir dikin û wan ji gilêşa platformên dijîtalê xelas dikin.

7- Rola rêxistinên civaka sivîl û saziyên zanistî di birêxistinkirina korsên geşpêdanê, avakirina hestê rexneyî di kesayeta ciwanan de û berpirsyartiya civakî ya dahûrandin û gumankirinê di naverokên ku li ser platformên dijîtalê de tîr pêşandan de heye.

8- Çêkirina platformên dijîtal ên taybet bi ciwan û temenên din bi rêya pispor û zanayên medyayî, derûnî û lêkolerên zanistên civakî, ku ev gav bi rêgezên zanistî yê tîrker û armancên cihêreng misogerkirî bin.

9- Hişyarkirina ciwanan derbarê navgînên herî girîng ên gilîkirina li aliyên ku destê wan di sûcên elektronîk weke sîxurî, gefxwarin û heqaretê de heye.

10- Perwerdekirina ciwanan di derbarê rêbazên eşkerekirina naverokên şaş û naskirina rastiyên, her wiha giştîkirina perwerdeya elektronîk.

11- Ji bo rizgarkirina wan ji zêrê bikaranîna medyaya civakî, xurtkirina têkiliyên civakî û hêskirina derfetên kar ji bo bêkaran, divê çareya (îlac) derûnî ji ciwanan re bê peyda kirin.

12- Amadekirina bernameyên hişyariyê yê derbarê xeteriyên exlaqî û civakî de ku encamên bikaranîna ciwanan ji platformên medyaya civakî re ne.

13-Çêkirina platformên elektronîk ên xwecihî, ku erka wan dahûrandin û taqîkirina rexneyî ji naverokên ku li ser platformên medyaya civakî tên belavkirin be, her wekî metin, wêne û vîdyo, li kêleka wê divê kesên bikarhêner hînî çawaniya piştrastkirina dirustiya agahiyan bibin.

Çavkanî:

- (1) ياسر عبد العزيز، "إعادة تعريف الإنترنت"، الموقع الإلكتروني لصحيفة الشرق الأوسط، تاريخ النشر 17 يناير/ كانون الثاني 2022، تاريخ الاسترجاع 19 يناير/ كانون الثاني 2022، الرابط الإلكتروني: <https://cutt.us/v6qCD>
- (2) عامر إبراهيم قنديلجي، "البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية"، الأردن، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2008، ص 129.
- (3) "Kaplan, A.M, Haenlein, M, (2010) Users of the world, unite! the challenges and opportunities of Social Media, Journal of Business Horizons, 53 (1), pp. 59-68.
- (4) فايز خضر بشير، "منظومة القيم في المجتمع الفلسطيني بين كبار السن والشباب دراسة مقارنة"، فلسطين: أريحا، مجلة جامعة الاستقلال، مج 4، ع 2، ص 6.
- (5) القيم السياسية (أنواع وأمثلة)، موقع WARBLETONCOUNCIL، تاريخ الاسترجاع 22 يناير/ كانون الثاني، الرابط الإلكتروني: <https://cutt.us/lRlQJ>
- (6) + (7) مرجع سابق.
- (8) نجلاء الجمال، 2018، "دور الإعلام الجديد في تغيير المنظومة القيمية لدى الشباب دراسة تطبيقية على الشباب المصري"، الجزائر: مستغانم، جامعة عبد الحميد بن باديس، المجلة الدولية للاتصال الجماعي، مج 5، ع 3، ص 18.
- (9) ماهي القيم الاجتماعية والإنسانية؟، موقع مفاهيم، تاريخ النشر 20 أغسطس / آب، تاريخ الاسترجاع 29 يناير/ كانون الثاني، الرابط الإلكتروني: <https://cutt.us/eu1Pq>
- (10) إيهاب خليفة، "ملامح التحول نحو الجيل الجديد للشبكات الاجتماعية، موقع المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة، تاريخ النشر 12 مايو / آيار 2020، تاريخ الاسترجاع 25 يناير/ كانون الثاني، الرابط الإلكتروني: <https://cutt.us/RYuOb>
- (11) شريف عبد العزيز، "منظومة القيم وأثرها في بناء المجتمعات واختيارها"، موقع الخطباء، تاريخ النشر: 18 نوفمبر / تشرين الثاني، تاريخ الاسترجاع 2 فبراير / شباط 2022، الرابط الإلكتروني: <https://cutt.us/JQ7JZ>
- (12) عادل عبد الصادق، "قيم وسلوك الشباب في عصر الشبكات الاجتماعية"، موقع مركز سميت للدراسات، تاريخ النشر: 2 يناير/ كانون الثاني 2019، تاريخ الاسترجاع 25 يناير / كانون الثاني 2022، الرابط الإلكتروني: <https://cutt.us/VEf8t>
- (13) محمد سعيد اخريف، "الشباب وأزمة القيم"، مدونات الجزيرة، تاريخ النشر: 4 مايو / آيار 2017، تاريخ الاسترجاع 5 فبراير/ كانون الثاني، الرابط الإلكتروني: <https://cutt.us/xY3YN>
- (14) نظرية وضع الأجندة، موقع ميماس، تاريخ الاسترجاع 24 يناير/ كانون الثاني 2022، الرابط الإلكتروني: <https://cutt.us/lRjM3>

(15) sonia Livingstone,(2008),Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression, New Media & Society,2008, Avilable at: <https://cutt.us/vKJBu>

(16) Jenkins, H. (2006). Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press, New York, 2006, P.241

(17) يوسف جمال، "نظرية الشبكات الاجتماعية، علوم الإعلام والاتصال، تاريخ الاسترجاع 21 يناير / كانون الثاني 2022، الرابط الإلكتروني: <https://cutt.us/B8hHi>

(18) نظرية المجال العام، موقع عربي، تاريخ الاسترجاع 3 فبراير / شباط 2022، الرابط الإلكتروني: <https://cutt.us/E2qIw>