

**T.C.**  
**NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ**  
**EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**  
**BİLGİSAYAR VE ÖĞRETİM TEKNOLOJİLERİ EĞİTİMİ**  
**ANABİLİM DALI**  
**BİLGİSAYAR VE ÖĞRETİM TEKNOLOJİLERİ EĞİTİMİ**  
**BİLİM DALI**

**ÖĞRETMENLERİN SOSYAL AĞLARI KULLANIM**  
**AMAÇLARININ İNCELENMESİ: SULUOVA ÖRNEĞİ**

**Bedia ÇOLAK**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Danışman**

**Dr. Öğr. Üyesi Yakup YILMAZ**

**Konya-2019**





T.C.  
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ  
Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü




#### BİLİMSEL ETİK SAYFASI

Öğrencinin	Adı Soyadı	Bedia ÇOLAK
	Numarası	1483050110007
	Ana Bilim Dalı	Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı
	Bilim Dalı	Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bilim Dalı
	Programı	Tezli Yüksek Lisans
	Tezin Adı	Öğretmenlerin Sosyal Ağları Kullanım Amaçlarının İncelenmesi: Suluova Örneği

Bu tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.




  
13/06/2019  
Bedi ÇOLAK

 KONYA	<b>T.C.</b> <b>NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ</b> <b>Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü</b>	 NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
--	---	---

## YÜKSEK LİSANS TEZİ KABUL FORMU

<b>Öğrencinin</b>	Adı Soyadı	Bedia ÇOLAK
	Numarası	1483050110007
	Ana Bilim Dalı	Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı
	Bilim Dalı	Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bilim Dalı
	Programı	Tezli Yüksek Lisans
	Tez Danışmanı	Dr. Öğr. Üyesi Yakup YILMAZ
	Tezin Adı	Öğretmenlerin Sosyal Ağları Kullanım Amaçlarının İncelenmesi: Suluova Örneği

Yukarıda adı geçen öğrenci tarafından hazırlanan "Öğretmenlerin Sosyal Ağları Kullanım Amaçlarının İncelenmesi: Suluova Örneği" başlıklı bu çalışma 13/06/2019 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği ile başarılı bulunarak, jürimiz tarafından yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

	Ünvanı Adı Soyadı	İmza
Danışman	Dr. Öğr. Üyesi Yakup YILMAZ	
Jüri Üyesi	Prof. Dr. Ertuğrul USTA	
Jüri Üyesi	Prof. Dr. Halil İbrahim BÜLBÜL	

## ÖNSÖZ / TEŞEKKÜR

21. yüzyılla birlikte büyük bir hızla gelişen iletişim teknolojileri hayatımıza yön verir hale gelmiştir. Bireyler iletişimlerini bu teknolojiler üzerinden sağlamakta hatta duygularını ve durumlarını dahi "sosyal medya" adı verilen bu teknolojilerle diğer bireylere duyurmaktadır. Özellikle mobil teknolojilerin ve mobil teknolojilere uygun olarak geliştirilen uygulamaların gelişmesi ve yaygınlaşmasıyla toplum kendisini sosyal medyadan soyutlayamaz bir hal almıştır. Diğer yandan toplumu şekillendiren en önemli alan şüphesiz eğitimidir ve eğitimin baş rolünde öğretmenler vardır. 21. yüzyıl becerileri ve beklentileri bağlamında sosyal medya ile öğretmenlerin bir araya getirildiği bu çalışmada öğretmenlerin sosyal ağları ne amaçla kullandıklarının ortaya çıkarılması amaçlanmıştır.

Yüksek lisans eğitim ve tez çalışması sürecinde güler yüzü, tecrübesi ve bilgisi ile bana yol gösteren, çalışmalarımı destekleyen, zamanını ayıran çok değerli hocam ve aynı zamanda danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Yakup YILMAZ'a; gösterdiği sabır, anlayış ve verdiği destek için teşekkürlerimi sunarım.

Çalışmamı değerlendirmek üzere kıymetli vakitlerini benim için ayıran değerli jüri üyelerim Prof. Dr. Ertuğrul USTA ve Prof. Dr. Halil İbrahim BÜLBÜL'e teşekkürlerimi sunarım.

Tez dönemim boyunca yardım ve desteğini hiç esirgemeyen ablam Aynur AYTAP'a, veri toplama ve dijitale aktarım sürecinde hep yanımda olan başta kuzenim Melike FIRAT olmak üzere, kuzenim Sümeyye FIRAT ve halam Gülsüm FIRAT'a teşekkür ederim.

Hayatımın her anında yanımda olan, başaracağıma hep inanan, sevgi, sabır ve desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen aileme teşekkür ederim.

Son olarak, okullarını ziyaret ettiğim tüm değerli okul müdürlerine, çalışmama gönüllü olarak katkı sağlayan tüm değerli öğretmenlerime, arkadaşlarıma ve kendime sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Bedia ÇOLAK

Konya, 2019

 <p>KONYA</p>	<p>T.C. NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü</p>	 <p>NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ</p>
--	---	--

<b>Öğrencinin</b>	Adı Soyadı	Bedia ÇOLAK
	Numarası	1483050110007
	Ana Bilim Dalı	Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı
	Bilim Dalı	Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bilim Dalı
	Programı	Tezli Yüksek Lisans
	Tez Danışmanı	Dr. Öğr. Üyesi Yakup YILMAZ
	Tezin Adı	Öğretmenlerin Sosyal Ağları Kullanım Amaçlarının İncelenmesi: Suluova Örneği

### ÖZET

Bu çalışmanın amacı öğretmenlerin sosyal ağları kullanım amaçlarını belirlemektir. Bu amaç ve alt amaçlar doğrultusunda öğretmenlerin demografik özellikleri ile internet ve sosyal medya kullanım durumları arasındaki ilişki analiz edilmiş; öğretmenlerin sosyal ağları kullanım amaçlarının, öğretmenlerin demografik özellikleri, internet kullanım durumları ve sosyal medya kullanım durumlarına göre farklılaşp farklılaşmadığı belirlenmiştir. Araştırmanın örneklemini 2017-2018 eğitim öğretim yılında, Amasya ilinin Suluova ilçesindeki Milli Eğitim Bakanlığına bağlı devlet okullarının farklı branş ve kademelerinde görev yapmakta olan 254 kadın 237 erkek olmak üzere 491 öğretmen oluşturmaktadır.

Çalışmada nicel araştırma yöntemleri tercih edilmiş ve betimsel tarama modelinden yararlanılmıştır. Verilerin toplanılmasında iki bölümden oluşan bir anket kullanılmıştır. Birinci bölümde araştırmacı tarafından geliştirilen "Kişisel Bilgi Formu", ikinci bölümde Usluel, Demir ve Çınar (2014) tarafından geliştirilen

"Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği" yer almaktadır. Verilerin analizinde SPSS 24.0 istatistik programı kullanılmıştır. Verilerin analizi sonucunda öğretmenlerin sosyal ağları, en fazla "işbirliği" en az "iletişimi başlatma" amaçlarıyla kullandıkları belirlenmiştir.

Araştırmanın bulgularında öğretmenlerin sosyal ağları kullanma amaçları açısından çeşitli değişkenler arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiş olup, araştırma sonucunda araştırma alanına yönelik önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** İnternet, Web 2.0, 21. Yüzyıl, Öğretmen , Sosyal Medya, Sosyal Ağ, Kullanım Amacı



 <b>KONYA</b>	<b>T.C.</b> <b>NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ</b> <b>Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü</b>	 <b>NECMETTİN ERBAKAN</b> <b>ÜNİVERSİTESİ</b> <b>EĞİTİM BİLİMLERİ</b> <b>ENSTİTÜSÜ</b>
---	---	---

<b>Öğrencinin</b>	Adı Soyadı	Bedia ÇOLAK
	Numarası	1483050110007
	Ana Bilim Dalı	Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı
	Bilim Dalı	Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bilim Dalı
	Programı	Tezli Yüksek Lisans
	Tez Danışmanı	Dr. Öğr. Üyesi Yakup YILMAZ
	Tezin İngilizce Adı	The Investigations of Teachers' Usage Purposes of Social Networks: Suluova Samples

### **ABSTRACT**

The purpose of this study is to state the aims of teacher's social networks. For these purposes and sub-objectives, the relationship between demographic characteristics of teachers and internet and social media usage situations has been analyzed; whether teacher's social networks usage purpose differ according to the teacher's demographic features, their internet usage situations and their social media usage situations, has been stated. In 2017-2018 Education Year, the sample of the reseach is composed of 491 teachers (254 women, 237 men) who work in different branches and departments of the public school which are affiliated to the Ministry of National Education in Suluova, Amasya.

In this study, quantitative research methods were preferred and descriptive browsing methods were used. In the process of gathering data, a survey has been used that is composed of two parts. In the first part, "Personal Information Form" which has been developed by the researcher, in the second part, "Scale of Use of Social Network" which has been developed by Usluel, Demir ve Çınar (2014) has



been ranked. In the analysis of data, SPSS 24.0 statistics program has been used. In the result of analysis of data, teachers uses the social networks mostly for cooperation they use social networks "least" for the initiating of communication.

In the findings of the research, significant differences, between the various variables in terms of the purpose of using teacher's social network, has been detected, as the result of the research some recommendations have been made for the research field.

**Key Words:** Internet, WEB 2.0, 21<sup>st</sup> Century, Teacher, Social Media, Social Network, The Purpose of Usage



## KISALTMALAR VE SİMGELER

- AASL** : American Association of School Librarians / Amerikan Okul Kütüphanecileri Topluluğu
- BİT** : Bilgi ve İletişim Teknolojileri
- CMS** : Content Management System / İçerik Yönetim Sistemi
- EBA** : Eğitsel Bilişim Ağı
- FATİH** : Fırsatları Artırma ve Teknolojiyi İyileştirme Hareketi
- ISTE** : International Society for Technology in Education / Uluslararası Eğitim Teknolojileri Topluluğu
- MEB** : Milli Eğitim Bakanlığı
- MSN** : MicroSoft Network / MicroSoft Ağı
- NETS- T** : National Educational Technology Standards for Teachers / Öğretmenler için Ulusal Eğitim Teknolojileri Standartları
- OECD** : The Organization for Economic Co-operation and Development / Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Organizasyonu
- PISA** : Uluslararası Öğrenci Değerlendirme Programı
- TPAB** : Teknolojik Pedagojik Alan Bilgisi
- TÜİK** : Türkiye İstatistik Kurumu
- UNESCO** : United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization / Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü
- yy.** : Yüzyıl
- vd.** : ve diğerleri
- vb.** : ve benzeri

## İÇİNDEKİLER

<b>BİLİMSEL ETİK SAYFASI</b> .....	<b>i</b>
<b>TEZ KABUL FORMU</b> .....	<b>ii</b>
<b>ÖNSÖZ / TEŞEKKÜR</b> .....	<b>iii</b>
<b>ÖZET</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KISALTMALAR VE SİMGELER</b> .....	<b>viii</b>
<b>TABLolar LİSTESİ</b> .....	<b>xiv</b>
<b>ŞEKİLLER LİSTESİ</b> .....	<b>xvii</b>
<b>GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>
1.1. Problem Durumu .....	5
1.2. Araştırmanın Amacı .....	10
1.3. Araştırmanın Önemi .....	11
1.4. Araştırmanın Varsayımları .....	15
1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları .....	15
1.6. Tanımlar .....	15
<b>KURAMSAL ÇERÇEVE</b> .....	<b>17</b>
2.1. İnternet ve İnternetin Gelişimi .....	17
2.1.1. WEB 1.0 .....	20
2.1.2. WEB 2.0 .....	20
2.2. Sosyal Medya .....	21
2.2.1. Sosyal Medya Ortam ve Araçları .....	24
2.2.2. Sosyal Medyanın Eğitimle İlişkisi .....	54

2.3. 21. Yüzyıl Becerileri ve 21. Yüzyıl Öğretmen Özellikleri.....	64
<b>İLGİLİ LİTERATÜR .....</b>	<b>70</b>
3.1. Sosyal Medyanın Kullanım Amaçlarına İlişkin Yapılan Çalışmalar ....	70
3.2. Öğretmenlerin Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Yapılan Çalışmalar	72
3.3. Sosyal Medyanın Eğitsel Kullanımına İlişkin Yapılan Çalışmalar .....	75
<b>YÖNTEM .....</b>	<b>80</b>
4.1. Araştırma Modeli .....	80
4.2. Evren ve Örneklem.....	80
4.3. Veri Toplama Aracı ve Verilerin Toplanması.....	83
4.3.1. Kişisel Bilgi Formu .....	83
4.3.2. Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği .....	83
4.4. Verilerin Analizi ve Yorumlanması .....	84
<b>BULGU VE YORUMLAR .....</b>	<b>86</b>
5.1. Öğretmenlerin İnternet Kullanım Durumlarına İlişkin Bulgular .....	86
5.1.1. Öğretmenlerin İnternete Kolayca Bağlanma Durumları .....	86
5.1.2. Öğretmenlerin İnternete Bağlanırken En Çok Kullandıkları Araç Türleri .....	86
5.1.3. Öğretmenlerin İnternete Giriş Sıklıkları.....	87
5.1.4. Öğretmenlerin İnternette Geçirdikleri Süreler .....	87
5.1.5. Öğretmenlerin İnternet Kullanım Amaçları .....	88
5.2. Öğretmenlerin Sosyal Medya Kullanım Durumlarına İlişkin Bulgular	88
5.2.1. Öğretmenlerin E-posta Adresi Olması Durumu .....	88

5.2.2. Öğretmenlerin Sosyal Medya Hesabı Olması Durumu.....	89
5.2.3. Öğretmenlerin Sosyal Medyayı Kullanma Süreleri .....	89
5.2.4. Öğretmenlerin Sosyal Medyayı Kullanırken En Çok Kullandıkları Araç Türleri .....	90
5.2.5. Öğretmenlerin Sosyal Medyayı Kullanma Sıklıkları .....	90
5.2.6. Öğretmenlerin Sosyal Medyada Geçirdikleri Süreler .....	91
5.2.7. Öğretmenlerin Hesaplarının Olduğu Sosyal Medya Platformları ..	91
5.2.8. Öğretmenlerin En Sık Kullandıkları Sosyal Medya Platformları ..	92
5.2.9. Öğretmenlerin Sosyal Medyada Takip Ettikleri Alanlar.....	93
5.3. Öğretmenlerin Açık Uçlu Sorulara Verdikleri Yanıtlara İlişkin Bulgular .....	93
5.4. Öğretmenlerin Sosyal Ağları Kullanım Amaçlarına İlişkin Bulgular...	97
5.4.1. Öğretmenlerin SAKAÖ Maddelerine Verdikleri Cevapların Ölçek ve Ölçeğin Alt Boyutlarına İlişkin Genel Durumu.....	97
5.4.2. Öğretmenlerin Cinsiyetlerine Göre Sosyal Ağları Kullanım Amaçları .....	98
5.4.3. Öğretmenlerin Yaşlarına Göre Sosyal Ağları Kullanım Amaçları	100
5.4.4. Öğretmenlerin Öğrenim Durumuna Göre Sosyal Ağları Kullanım Amaçları .....	103
5.4.5. Öğretmenlerin Branşları Göre Sosyal Ağları Kullanım Amaçları	104
5.4.6. Öğretmenlerin Hizmet Yılına Göre Sosyal Ağları Kullanım Amaçları .....	108

5.4.7. Öğretmenlerin Okul Türüne Göre Sosyal Ağları Kullanım Amaçları .....	110
5.4.8. Öğretmenlerin İnternete Erişim Durumuna Göre Sosyal Ağları Kullanım Amaçları .....	113
5.4.15. Öğretmenlerin İnternete Bağlanırken En Çok Kullandıkları Araç Türüne Göre Sosyal Ağları Kullanım Amaçları .....	115
5.4.10. Öğretmenlerin İnternete Giriş Sıklıklarına Göre Sosyal Ağları Kullanım Amaçları .....	117
5.4.11. Öğretmenlerin İnternette Geçirdikleri Sürelere Göre Sosyal Ağları Kullanım Amaçları .....	120
5.4.12. Öğretmenlerin Sosyal Medyayı Kullanma Sürelerine Göre Sosyal Ağları Kullanım Amaçları .....	122
5.4.13. Öğretmenlerin Sosyal Medyayı Kullandıkları Araç Türüne Göre Sosyal Ağları Kullanım Amaçları .....	126
5.4.14. Öğretmenlerin Sosyal Medyayı Kullanım Sıklıklarına Göre Sosyal Ağları Kullanım Amaçları .....	128
5.4.15. Öğretmenlerin Sosyal Medyada Geçirdikleri Sürelere Göre Sosyal Ağları Kullanım Amaçları .....	134
<b>SONUÇLAR VE TARTIŞMA .....</b>	<b>138</b>
<b>ÖNERİLER.....</b>	<b>149</b>
Uygulamaya Yönelik Öneriler .....	149
Araştırmacılara Yönelik Öneriler .....	150
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>152</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>170</b>
EK-1: Veri Toplama Aracı .....	170

Ek- 2: Ölçek Kullanım İzni .....	172
Ek- 3: Veri Toplama Aracının Uygulanmasına İlişkin Valilik İzni .....	173
<b>ÖZGEÇMİŞ .....</b>	<b>174</b>



## TABLOLAR LİSTESİ

Tablo- 1: Araştırmaya Katılan Öğretmenlerin Kişisel Bilgileri .....	81
Tablo- 2: Faktörlere Göre Güvenirlik Katsayıları.....	84
Tablo- 3: Öğretmenlerin Kolayca İnternete Bağlanabilme Durumlarına Göre Dağılımları.....	86
Tablo- 4: Öğretmenlerin İnternete Bağlanırken En Çok Kullandıkları Araç Türlerine Göre Dağılımları .....	86
Tablo- 5: Öğretmenlerin İnternete Giriş Sıklıklarına Göre Dağılımları.....	87
Tablo- 6: Öğretmenlerin İnternete Girdiklerinde İnternette Geçirdikleri Sürelere Göre Dağılımları.....	87
Tablo- 7: Öğretmenlerin İnternet Kullanım Amaçlarına Göre Dağılımları .....	88
Tablo- 8: Öğretmenlerin E-posta Adresi Olması Durumuna Göre Dağılımları	89
Tablo- 9: Öğretmenlerin Sosyal Medya Hesabı Olması Durumuna Göre Dağılımları.....	89
Tablo- 10: Öğretmenlerin Sosyal Medyayı Kullanma Sürelerine Göre Dağılımları.....	89
Tablo- 11. Öğretmenlerin Sosyal Medyayı Kullanırken En Çok Kullandıkları Araç Türlerine Göre Dağılımları .....	90
Tablo- 12: Öğretmenlerin Sosyal Medyayı Kullanma Sıklıklarına Göre Dağılımları.....	90
Tablo- 13: Öğretmenlerin Sosyal Medyada Geçirdikleri Sürelere Göre Dağılımları.....	91
Tablo- 14: Öğretmenlerin Hesaplarının Olduğu Sosyal Medya Platformlarına Göre Dağılımı .....	91



Tablo- 15: Öğretmenlerin En Sık Kullandıkları Sosyal Medya Platformlarına Göre Dağılımları .....	92
Tablo- 16: Öğretmenlerin Takip Ettikleri Sosyal Medya Alanlarına Göre Dağılımları .....	93
Tablo- 17: Öğretmenlerin Evet/Hayır Yanıtlarına Göre Dağılımları .....	94
Tablo- 18: Öğretmenlerin Cinsiyeti ile SAKAÖ ve Alt Boyutları Arasındaki Farklılığa İlişkin Mann Whitney U-Testi Sonuçları .....	98
Tablo - 19: Öğretmenlerin Yaşı ile SAKAÖ ve Alt Boyutları Arasındaki Farklılığa İlişkin Kruskal Wallis H-Testi Sonuçları .....	100
Tablo- 20: Öğretmenlerin Öğrenim Durumu ile SAKAÖ ve Alt Boyutları Arasındaki Farklılığa İlişkin Kruskal Wallis H-Testi Sonuçları .....	103
Tablo- 21: Öğretmenlerin Branşları ile SAKAÖ ve Alt Boyutları Arasındaki Farklılığa İlişkin Kruskal Wallis H-Testi Sonuçları .....	104
Tablo- 22: Öğretmenlerin Hizmet Yılı ile SAKAÖ ve Alt Boyutları Arasındaki Farklılığa İlişkin Kruskal Wallis H-Testi Sonuçları .....	108
Tablo - 23: Öğretmenlerin Okul Türü ile SAKAÖ ve Alt Boyutları Arasındaki Farklılığa İlişkin Kruskal Wallis H-Testi Sonuçları .....	110
Tablo- 24: Öğretmenlerin Kolayca İnternete Bağlanması ile SAKAÖ ve Alt Boyutları Arasındaki Farklılığa İlişkin Mann Whitney U-Testi Sonuçları .....	113
Tablo- 25: Öğretmenlerin En Çok Kullandıkları İnternete Bağlanma Araçları ile SAKAÖ ve Alt Boyutları Arasındaki Farklılığa İlişkin Kruskal Wallis H-Testi Sonuçları .....	115
Tablo- 26: Öğretmenlerin İnternete Giriş Sıklıkları ile SAKAÖ ve Alt Boyutları Arasındaki Farklılığa İlişkin Kruskal Wallis H-Testi Sonuçları .....	117

Tablo- 27: Öğretmenlerin İnternete Giriş Yaptıklarında İnternette Geçirdikleri Vakit ile SAKAÖ ve Alt Boyutları Arasındaki Farklılığa İlişkin Kruskal Wallis H-Testi Sonuçları .....	120
Tablo- 28: Öğretmenlerin Sosyal Medyayı Kullanım Süresi ile SAKAÖ ve Alt Boyutları Arasındaki Farklılığa İlişkin Kruskal Wallis H-Testi Sonuçları .....	122
Tablo- 29: Öğretmenlerin Sosyal Medyayı Kullanırken En Çok Kullandıkları Araç Türü ile SAKAÖ ve Alt Boyutları Arasındaki Farklılığa İlişkin Kruskal Wallis H-Testi Sonuçları .....	126
Tablo- 30: Öğretmenlerin Sosyal Medyayı Kullanma Sıklıkları ile SAKAÖ ve Alt Boyutları Arasındaki Farklılığa İlişkin Kruskal Wallis H-Testi Sonuçları .....	128
Tablo- 31: Öğretmenlerin Sosyal Medyada Geçirdikleri Süreler ile SAKAÖ ve Alt Boyutları Arasındaki Farklılığa İlişkin Kruskal Wallis H-Testi Sonuçları .....	134

**ŞEKİLLER LİSTESİ**

Şekil- 1: 2009-2018 İnternet ve Bilgisayar Kullanımı TÜİK Verileri .....	19
Şekil- 2: Sosyal Medyanın Temel Yapı Taşları .....	23
Şekil- 3: Sosyal Ağların Sınıflandırılması.....	28
Şekil- 4: Mayıs 2019 İtibarıyla Dünya Çapında En Çok Kullanılan Sosyal Paylaşım Siteleri (Milyar).....	29
Şekil- 5: Eğitsel Sosyal Ağ Siteleri .....	59
Şekil- 6: Edmodo Ana Sayfa Görüntüsü .....	61
Şekil- 7: Busuu Ana Sayfa Görüntüsü .....	62
Şekil- 8: Beyazpano Ana Sayfa Görüntüsü .....	63
Şekil- 9: Bilgi Toplumunda Sahip Olması Öngörülen Bilgi ve Becerilerin İlişkisi.....	65
Şekil- 10: Ölçek Kullanım İzni .....	172
Şekil - 11: Valilik OLUR'u.....	173

## BÖLÜM 1

### GİRİŞ

Tarih boyunca iletişime geçebilmek için ses, duman, güvercin, mektup, telgraf, telefon, televizyon gibi birçok yöntem geliştiren insanoğlu; mükemmel bir icada selam durdu: internet. İlk ortaya çıkışı savunma amacıyla olan internetin bu denli geniş bir kullanım alanına sahip olacağını ve bu denli geliştirilebileceğini belki de mucitleri bile tahmin edemezdi. Oda büyüklüğündeki bilgisayarlarla yola çıkıp mini çiplerle yolculuğuna devam eden; günlük işlerden iş hayatına, eğitimden siyasete, zorunluluklardan eğlenceye kadar insanların ihtiyaçlarını gidermesi için gereklilik haline gelen internet artık hayat akışımızı sağlayan baş etmenlerden biridir.

Süregelen bu değişim sosyal ilişkileri, iletişimi, etkileşimi ve sosyal hayatı kapsayan sosyal bir dönüşüm olmanın yanında, gündelik yaşantımızı sanal dünya aracılığıyla şekillenir hale getirmiştir. (Kırık, 2012; Çoklar, 2013). Web 2.0 teknolojisiyle sosyal ortamlar ve iletişim; bilgisayar ve internet ortamına aktarılmıştır (Günaydın, 2017). İnsanlar artık paylaşımsız, durağan ve yavaş teknolojilerden uzak kalmakta yeni ürünler aramaktadır. Bunlardan biri de sosyal medyadır.

Sosyal medya ortamları kullanıcılarına; özgürce iletişim kurma, günlük yaşamda ulaşılması zor kişilere bile anlık olarak mesaj iletebilme; fotoğraf, video, ses gibi medyaları kolaylıkla paylaşabilme olanağı sunmaktadır (Günaydın, 2017). Mobil teknolojilerin de gelişerek insanların her an çevrimiçi olabilmesiyle birlikte her gün daha fazla zaman ayrılan bir alan haline gelen sosyal medya ile saatte milyonlarca paylaşım yapılmaktadır. Selwyn (2007a), Web 2.0 tabanlı araçlardan özellikle sosyal ağların; metin, görsel içerik, duygu emojeleri türlerinde içerik paylaşımı ve kişilerarası etkileşim ve irtibata olanak tanınmasıyla; milyonlarca kullanıcı çektiğini ve sanal topluluklarıyla web kullanıcıları dünyasında yaygınlaştığını belirtmektedir.

Web 2.0'ın en popüler uygulaması olarak nitelendirilebilecek ve sosyal medyanın en önemli ve en geniş alt başlığı olarak ele alınabilecek platformu sosyal ağlardır. Literatür incelendiğinde sosyal ağ ve sosyal medya kavramları iç içe geçmiş durumdadır. Günümüzde Instagram gibi içerik paylaşma platformlarını, forum

alanlarını, Facebook gibi sosyal ağları, üstelik diğer sitelerin yoruma izin veren alanlarını da içine alan platformlara sosyal medya denilmektedir. Sosyal medyanın temelini, web 2.0 ile etkileşime geçebilme imkanı bulan kullanıcıların yarattığı içerik oluşturmaktadır (Büyükşener, 2009). Sosyal ağlar, bireylere kendilerini ortaya çıkarmaları, diğer insanlarla sosyal etkileşimde bulunmaları ve hatta öğrenme - öğretme sürecini şekillendirmeleri bağlamında imkanlar sunmaktadır (Özmen, Aküzüm, Sünkür ve Baysal, 2012). Bilgi alış verişi, iletişim, işbirliği ve etkileşim sosyal ağların temel özelliklerindedir. Sosyal ağların kullanıcılarına sunduğu bu özelliklerle birlikte geniş kitlelerine ulaşması; eğitim, tıp, yönetim, pazarlama, sosyoloji ve psikoloji gibi farklı birçok disiplindeki çoğu araştırmacının farklı nedenlerle de olsa dikkatini çekmektedir. Tüm dünyada geniş kitlelere yoğun şekilde seslenen sosyal ağların kullanımlarına yönelik amaçlar bireyler arası farklılık göstermektedir (Usluel vd., 2014).

Sosyal medya kullanıcı sayılarına bakıldığında, dünya üzerinde her meslek grubu ve yaştan katılımcılarının olduğunu söylemek mümkündür. Bazı meslek grupları; içinde iletişim, paylaşım, kişisel ve mesleki gelişimi destekleyebilecek içeriklerin bulunması nedeniyle sosyal medyayı tercih etmektedir ancak her meslek grubunun sosyal medyayı aynı özgürlükle kullanmadığı da bilinen bir gerçektir (Günaydın, 2017). Bu meslek gruplarından biri de öğretmenliktir. "Öğretmen" ve "teknoloji", öğrenme - öğretme sürecinin önemli iki yapıtaşdır ve farklı roller üstlenmiş olan öğretmenin günümüz eğitim sisteminin gereği olarak hem teknolojinin öğrenme amacıyla nasıl kullanılacağını öğrenciye öğretmesi hem de öğretme sürecinde teknolojiyi kullanması gerekmektedir (Makhabbat, 2017). 21. yüzyılla birlikte bireylerin; kişisel gelişimlerini sağlayarak yaşam boyu öğrenen, eğitim ve meslek yaşamları başta olmak üzere hayatlarında başarılı ve söz sahibi olan, yaşanan çağın gerekliliklerini sağlayarak ihtiyaçlarına cevap veren, donanımlı ve aktif bireyler haline gelebilmeleri için 21. yüzyıl becerileri olarak betimlenen birtakım becerilere sahip olmaları gerekmektedir ve bu becerilerin bireylere kazandırılmasında ise en temel yol eğitim olmakla birlikte hiç şüphesiz en önemli görev de öğretmenlerindir (Başar, 2018). Artık öğretmenlerden teknolojiyi aktif

olarak kullanmaları ve çağdaş eğitimin gereği olarak öğrenme ortamlarına entegre etmeleri beklenmektedir (Gündüz ve Odabaşı, 2004).

Teknolojinin günümüzdeki en popüler ürünlerinden sayılabilecek sosyal medyanın gelişimi, "dijital yerliler" tabiriyle ifade edilen yeni neslin bu ortamları kullanım sıklıkları ve düzeyleri dikkate alındığında eğitim anlayışının bundan etkilenmemesi mümkün değildir. Sosyal medya kullanım durumları incelendiğinde en fazla genç kesim tarafından kullanıldığı görülmektedir. Öğretmenlerin öğrenci kitlesini anlamaları, yol gösterici olmaları ve mesleki gelişimleri açısından sosyal medyayı da kullanmaları gerektiği düşünülmektedir. Bilgi çağı insanların önceliklerini dolayısıyla yetişmesi gereken gelecek nesil profilini de değiştirmiştir. Bu nesli yetiştiren öğretmenlik mesleği de bu değişime ayak uydurmak durumunda kalmıştır. Artık yenilikleri izleyen ve yeniliklere ayak uyduran, farklı öğrenci profillerine uyum sağlayabilen olmaları, iletişim kurabilen, eleştirel düşünebilen, problem çözebilen, araştırma yapabilen gibi üst düzey becerilere sahip öğretmenlere ihtiyaç duyulmaktadır. (Menteşe, 2013; Akgün, 2016; Prensky, 2001; Yüksel, 2015).

Sosyal ağlar çağın gereksinimi haline gelmiştir ve bu ortamlarda geçirilen vaktin eğitim için değerlendirilmesi eğitim süreçleri bakımından son derece faydalı olacaktır. Bu bağlamda en büyük görev öğretmenlere düşmektedir. Eğitimde teknolojinin etkin kullanılabilmesi için öncelikle öğretmenlerin teknolojik araçları kullanma becerilerine sahip olması ve özellikle teknolojinin gelişmesiyle birlikte internetle birlikte gelen yeniliklerin (Web 2.0 ürünleri vs.) öğretmenler tarafından benimsenmesi ve uygulanması oldukça önemlidir (Sürmeli, 2005). Öğretmenlerin günümüz teknolojilerini kullanımları konusundaki yeterlilikleri gereken düzeyde olmadığı durumda öğrencilerin sosyal ağlarda edinecekleri olumsuz davranış ve tutumlar formal eğitimin de amacına ulaşmasını zora sokacağı kaçınılmazdır (Çetintaş, 2016). Bunun yanı sıra öğretmenlerin sosyal ağları kullanımı ve eğitim-öğretim sürecinde sosyal ağlardan faydalanılması öğretmen-öğrenci ilişkisinin güçlenmesine, daha etkili bir iletişim sağlanılarak öğretmenlerin öğrencileri daha iyi tanımasına imkan sağlamaktadır (Grant, 2008). Bununla birlikte sosyal medyanın eğitim alanında kullanılması öğretimin kalitesini ve öğretim ortamlarının etkililiğini artırmaktadır. Nitekim Bartlett-Bragg (2006), sosyal ağları da kapsayan

teknolojilerin işbirlikli ve informal öğrenme için çok uygun ortamlar olduğunu bununla birlikte sosyal öğrenme ve yapılandırmacı öğrenme kuramları ile eleştirel düşünme yaklaşımı gibi öğrenme kuramlarını da desteklediğini belirtmektedir. Ayrıca sosyal medya ortamları bireylerin içerikleri kendi istekleri doğrultusunda aktif katılım sağlayarak oluşturdukları platformlar olmaları sebebiyle bu ortamların eğitsel anlamda kullanımı bireysel öğrenme ortamları oluşmasını da desteklemektedir.

Öğretmenlerin, 21. yüzyıl yani bilgi ve teknoloji çağıyla birlikte gelen bu sorumluluklarını yerine getirerek 21. yüzyıl insanının yetiştirilmesine katkı sağlamaları için öncelikli olarak 21. yüzyıl farkındalık düzeylerinin yüksek olması bunun yanı sıra da bireylere kazandırılması hedeflenen yeterliliklere sahip olmaları gerekmektedir (Başar, 2018). Bu yeterlilikleri belirlemek üzere uluslararası alanda yapılan çalışmaların başında Uluslararası Eğitimde Teknoloji Topluluğu'nun (International Society for Technology in Education, ISTE) geliştirdiği Ulusal Eğitim Teknolojileri Standartları ve Öğretmenler için Performans Göstergeleri (National Educational Technology Standards for Teachers, NETS-T) gelmektedir (İlgaz ve Usluel, 2011). Öğretmenlerin, öğrencilerin yaratıcılıklarını geliştirmeleri, öğrenmelerini kolaylaştırmaları, öğrencileri dijital toplum üyesi bir birey olarak donanmaya hazırlamaları ve onlara model olmaları ISTE standartlarına göre öğretmenlerin görevleridir (Çakır ve Oktay, 2013:51).

Günümüzde artık hemen hemen her alanda etkisini gösteren Web 2.0 teknolojilerinin, eğitim alanına da etkileri ele alındığında eğitimciler ile teknolojiler arasında ki ilişki düzeyinin merak uyandıran ve araştırılması gerekli bir konu olduğu görülmektedir. Buradan yola çıkarak bu çalışmada eğitimin başrol oyuncularını olan öğretmenlerin; internet ve sosyal medyayı kullanım durumlarının, sosyal medya ve sosyal medyanın eğitimde kullanılması hakkındaki düşüncelerinin ve sosyal ağları kullanım amaçlarının neler olduğu ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Araştırmanın bu bölümünde: araştırma konusu ve araştırma problemini net olarak belirten problem durumu, araştırmanın önemi, araştırmanın amacı ve alt amaçlar, varsayımlar, sınırlılıklar ve tanımlar yer almaktadır.

### 1.1. Problem Durumu

Teknoloji ve toplum birbirlerini tetikleyen dinamiklere sahiptir. Bireylerin teknolojiyi üretip kullandıkları bilgi çağında, bireylerin ve toplumların ihtiyaçlarına cevap vermeye çalışan teknolojinin süreçle bütünleşmesi birey ve toplumu daha güçlü kılmakta ve hayatlarını kolaylaştırmaktadır. Sunduğu çözümlerle insanların ihtiyaçlarının ötesinde bir noktayı hedefleyen teknoloji, kendi perspektifiyle birey ve toplumu ileri götürmektedir. Bilgi ve teknolojinin hızla geliştiği küresel dünyada bireylerin baş gösterebilmeleri için bir dizi beceriye sahip olmaları gerekmekte ve çağın gerektirdiği bu niteliklerde bireylerin yetiştirilmesi ise eğitim yoluyla mümkün olmaktadır. Bir toplumun bilgi toplumu olma yolunda gelişme göstermesinde en temel dinamik alan eğitim, en temel beşeri etken ise öğretmendir. Gelecek nesillerin nasıl olacağı ve varacakları nokta ile onları yetiştiren öğretmenler arasında yadsınamaz bir ilişki olduğu şüphesizdir (Dilmen ve Öğüt, 2010; Gündüz ve Odabaşı, 2004; Başar, 2018).

Bilim ve teknolojinin gelişmesi ile insanların yaşantılarında ve toplum yapısında meydana gelen değişim ve yenileşmeler yetişmiş insan gücü profiline de farklı olmasını gerektirmekte; bireylerin bazı özelliklere sahip olmasını, bazı bilgi ve beceriler ile donanmasını gerekli kılmaktadır (Günüç, Odabaşı ve Kuzu, 2013). 21. yüzyılın gerektirdiği bu beceriler bilgi ve becerinin harmanlandığı bir olgudur (Dede, 2010). Bu becerilerin bireylere kazandırılmasında ise en temel yol eğitim olmakla birlikte hiç şüphesiz en önemli görev de öğretmenlerindir. Öğretmenin en büyük rolünün bilgi aktarımını sağlamak, öğrencilerin en temel rolünün de verilen salt bilgiyi almaktan ibaret olduğu dönemler; 21. yüzyılda yaşanan çok boyutlu gelişmeler sonucunda geride kalmış, eğitim sistemlerinde bir yenilenme süreci başlamıştır (Korkut ve Akkoyunlu, 2008). Nitekim öğretmenler; eğitim sistemlerinin en önemli sacayaklarından ve bireylere 21. yüzyıl farkındalığı kazandırarak onların bireysel, toplumsal ve küresel gereksinimlere uygun bilgi ve becerilerle donanık hale gelmelerinden sorumludur (Başar, 2018).

Günümüzde teknolojik gelişmeler hemen hemen her alanda etkisini göstermektedir. Bu gelişmelerin bazıları toplumu dolaylı olarak etkileyip uzun bir zaman diliminde etkisini gösterirken bazıları direkt etkilemekte ve bizi her gelişmeden



anında haberdar olmaya itmekte, hayatımıza hızlı bir şekilde yerleşmektedir. Örneğin uzay bilimlerinde, fabrika işletim sistemlerinde veya bürokratik işlerde kullanılan teknolojilerin gelişimi halk ile direkt temasa geçmez, dolaylı olarak ve zamanla etkisini gösterirken; bazı teknolojik gelişmeler vardır ki bizi direkt etkisi altına alır her an her gelişmeyi takip etmek mecburiyetinde bırakır. İnternet teknolojisinde meydana gelen gelişmeler özellikle Web 2.0 ile hayatımızda yer eden sosyal medya bunların başında yer almaktadır.

Sosyal medya ortamlarında bireyler pasif kullanıcı olmak yerine kendileri içerik oluşturarak diğer kullanıcılarla paylaşabilmekte, fikir alışverişinde bulunarak tartışabilmektedir. Yani kullanıcı gözlemci rolünden çıkıp aktif katılımı kendi profilini oluşturarak içinde bulunduğu topluluğun kimliğini oluşturmada katkı sağlamaktadır (Attwell, 2007). Sosyal medya ortamlarının bu esnekliği sayesinde kullanıcı sayısı her geçen gün hızla artmaktadır. İnsanlar akıllı telefonlarıyla veya taşınabilen bilgisayarları ile her an çevrimiçi olabilmekte dünya genelinde saniyede binlerce hatta milyonlarca paylaşım yapılabilmektedir. Bu durum insanlar arası bilgi takasını kolaylaştırmakta, insanların daha aktif iletişim kurmasını sağlamaktadır. İnternetin sunduğu hizmet sadece bununla sınırlı kalmamakta içerik ve eklentilerinin her geçen gün artması ve kendini düzenli olarak yenilemesiyle farklı amaç ve hizmetleri de sunmaktadır. Bu amaç ve hizmetler doğrultusunda insanların sosyal medya kullanma amaçları da farklılaşmaktadır.

Sosyal medya kullanım amaçları bireylerin beklentileriyle doğru orantılı olarak kişiden kişiye değişmektedir. Sosyal medya bazı bireyler için izleyici rolü üstlendiği sosyalleşmeden kaçtığı bir ortam iken bazısı için sosyalleşmek, başkaları tarafından takip ve takdir edilmek isteği bir ortamdır. Bazen de sosyal medyanın kullanım amacı kişinin ruh dünyasına göre değişiklik göstermektedir (Hazar, 2011:153). Bireyler mevcut arkadaşlarıyla sanal ortam üzerinden iletişim kurmakla birlikte yeni insanlarla tanışmak, iletişime geçmek ve arkadaş olmak, diğer kullanıcıların paylaşımlarını görmek, eğlenmek veya kişisel ve eğitsel anlamda gelişim ve fayda sağlamak üzere bir çok açıdan sosyal medya kullanma ihtiyacı duymaktadır (Özsarı ve Karaduman, 2016:381). Sosyal medyanın kullanım amacı ne olursa olsun sosyal medya, arayanın birçok şeyi rahatlıkla zahmetsizce bulabildiği, Maslow'un ihtiyaçlar

hiyerarşisinde yer verdiği ihtiyaçlara cevap veren bir ortam haline gelmektedir (Atalay, 2014).

Günümüzde bütün işler teknolojik araçlarla halledilir, tüm bilgiler bu araçlarla elde edilir duruma gelmiştir. Prensky (2001), gelecek nesli "dijital yerliler" olarak tanımlamaktadır. "Dijital yerli", tabiriyle 21. yüzyıl teknolojisinin olduğu ortamda dünyaya gelmiş; tablet, bilgisayar, internet akıllı telefon, dijital oyun ve müzik çalarlar gibi teknolojiler ile yetişmiş; dil öğrenir gibi teknoloji öğrenmiş bireyleri ifade etmektedir. Artık dil öğrenme çağındaki çocuklar bile teknoloji tanımakta, teknolojik araçlarla oynamakta, öğrenciler teknolojiyi ana dillerini öğrenir gibi öğrenmekte ve istedikleri bilgilere kolaylıkla ulaşarak zihinlerini bu şekilde çalıştırmaktadırlar. Bu nedenle artık üst düzey düşünme yetisini kazanmalarında onlara yardımcı olacak ve elde ettikleri bilgileri düşünme becerileriyle yoğurabilmelerinde onlara rehberlik edecek öğretmenlere ihtiyaç duymakta, "bilgiyi sunan / anlatan" öğretmen tipini istememektedirler. Eğitimin temel işlevi, toplumsal ihtiyaçları karşılayabilecek niteliklerde bireyler yetiştirmektir. Bu bireylerin yetiştirilmesi hususunda ise eğitimin uygulayıcısı olan öğretmenlere önemli görevler düşmektedir. Teknolojiyi her an kullanan bu nesli; teknolojiye yeterince hakim eğitim yöneticileri ve öğretmenlerin oluşturduğu bir kadro tarafından eğilmesi gerekmektedir (Menteşe, 2013; Özcan, 2013; Korkut ve Akkoyunlu, 2008). Nitekim Gündüz ve Odabaşı (2004), öğretmenlerin 21. yüzyılın getirdiği yenilik ve değişimlerin paralelinde gelişen teknolojiyi öğrenme - öğretme süreçlerine başarılı şekilde entegre etmeleri, kendilerinin bu teknolojileri başarılı şekilde kullanmayı bilmeleri ve öğrencilerin kullanmalarına öncülük ve rehberlik edebilmeleri gerektiğini vurgulamışlardır.

21. Yüzyıl düşünme biçiminde öğrenciler artık sadece bilgi alıcısı değil, bilgiyi üreten ve yorumlayan kimselerdir ve sosyal ağ siteleri sağladığı özellikler sayesinde bilgi teknolojilerini kullanarak, bilgiye kolay ulaşma, yorum yapma ve düşüncelerini paylaşma ortamı sağlamaktadır (Akay, 2014). Sosyal ağ sitelerinin kullanıcılara zengin etkileşimli ortam sunması, bu ortamların eğitim amacıyla da kullanılabilirliklerini akla getirmekte ve öğrencilerin yaşamında önemli bir yer edinmesi, öğretmenlerinde bu ortamları kullanmasının fayda sağlayacağını

göstermekte ve bu ortamlar eğitimciler arasında büyük ilgi uyandırmaktadır (Selwyn ve Grant, 2009). Öğretmenlerin eğitim - öğretim sürecini etkili bir şekilde yürüterek 21. yüzyılın getirdikleri ile başa çıkabilecek niteliklere sahip bireyler yetiştirebilmeleri için, 21. yüzyıl becerilerine ve belirli standartlara sahip olmaları gerekmektedir (Başar, 2018). Bu standartların belirlenmesinde uluslararası alanda çalışmalar yapan ISTE'nin geliştirdiği standart ve göstergelere (NETS-T) göre bilgi toplumu haline gelebilmek için öğretmenlerin dijital çağın isteklerine cevap veren öğrenme ortamlarını yaratmaları ve öğrenme etkinlikleri tasarlama, teknolojiyi derslerine yerleştirmeleri bir öğretmenin sahip olması gereken özelliklerindendir (ISTE, 2019). Artık üst düzey düşünen, problem çözme kabiliyetine sahip olan, teknolojik gelişmeleri takip edip okuyabilen, yeniliklere açık, esnek, etkili iletişim becerilerine sahip, araştırmacı ruhlu öğretmenlere ihtiyaç vardır (Yüksel, 2015).

Sosyal ağ uygulamaların ve topluluklarının son yıllarda hızla popüleritesinin artmasının ve yayılmalarının sebebi, bu uygulamaların çevrimiçi sohbetler ve içerik paylaşımı açısından kişiselleştirilebilir alan özelliği sağlamasıdır (Selwyn, 2007b). Attwell (2006), sosyal ağ uygulamaları ve yaygın bilişim teknolojilerinin kişinin kendi öğrenmesini örgütleyebileceği ve farklı ortamlarda öğrenmeyi gerçekleştirebileceği araçlar sunduğunu böylelikle kişiselleştirilmiş öğrenme ortamları oluşturulabileceğini belirtmektedir. Bu ortamlar, kendi öğrenmelerini örgütlemek isteyen bireylere eğitsel teknolojilere erişim imkanı vererek informal öğrenme, yaşam boyu öğrenme, problem çözmeye yönelik öğrenme, kişisel ilgilere yönelik öğrenme ve formal eğitim programlarındaki öğrenme gibi farklı öğrenme biçimlerini de içine almakta ya da sentezlemektedir (Attwell, 2006). Mazman (2009:3)'ün aktardığı üzere Barlett-Bragg (2006)'ın sosyal ağları; işbirliği için paylaşılan alanı, grup etkileşimini ve sosyal bağlantıları arttıran ayrıca web tabanlı bir ortamda bilgi değişimini kümeleyen uygulamalar dizisi olarak tanımlamasından yola çıkarak sosyal ağların eğitsel alanda kullanımı öğretmenler arası, öğrenciler arası ve öğretmenlerle öğrenciler arası işbirlikli öğrenme ortamı oluşturacağı kanısına varılabilmektedir. Bunu destekler nitelikte Albion (2007), sosyal medya ortamlarının informal öğrenmelerin gerçekleşmesi için uygun ortamlar olduğunu ve öğrencilerin yeni sosyal ağlara katılarak işbirlikli öğrenme sağlandıklarını

belirtmektedir. Godwin (2003), çevrimiçi işbirlikli öğrenme araçlarını birinci nesil web araçları ve ikinci nesil araçları olarak ikiye ayırmıştır. Birinci nesil web araçları senkron (chat, video konferans...) ve asenkron (e-posta, tartışma tahtaları...) olarak gruplanırken, ikinci nesil web araçlarını ise blog, wiki, podcast, RSS ve sosyal ağlar oluşturmaktadır (Mazman, 2009:24).

Sosyal medyanın eğitsel ortamlarda kullanılabilmesi eğitimin en önemli faktörü olan öğretmenlerin sosyal medya kullanım durumlarını akla getirmektedir. Bununla birlikte sosyal medyayı yoğun olarak kullanan kesimin gençler, gençlerin çoğunluğunun öğrenci olduğu ve öğrencilerin öğretmenlerden birebir etkilendiği dikkate alındığında; öğretmenlerin sosyal medya kullanma durumlarının irdelenmesi ve sosyal ağları hangi amaçlarla kullandıklarının belirlenmesi bir problem olarak görülmüştür. Çalışma; öğretmenler, öğrenciler, eğitim alanı ve sosyal medya alanında yapılacak diğer çalışmalar için önemli bir veri olacaktır. Yeni araştırmalara yön vermek için güvenilir ve kapsayıcı nitelikteki üst çalışmalara gereksinim vardır.

## 1.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, Millî Eğitim Bakanlığına bağlı okulların değişik kademelerinde (anaokulu, ilkokul, ortaokul, lise) görev yapmakta olan öğretmenlerin sosyal ağları kullanım amaçlarının incelenmesidir.

### Alt Amaçlar

1. Öğretmenlerin demografik bilgileri, internet kullanım durumları, sosyal medya kullanım durumları ve sosyal medyayı kullanım amaçlarına ait tarama sonuçlarının incelenmesi,
2. Öğretmenlerin sosyal medya kullanımının gerekliliği hakkındaki düşünceleri nelerdir?
3. Öğretmenlerin sosyal medyanın eğitimde kullanımı hakkında düşünceleri nelerdir?
4. Öğretmenlerin, öğrencilerin sosyal medya kullanımları hakkındaki düşünceleri nelerdir?
5. Öğretmenlerin, öğretmenlere sosyal medya kullanımı ile ilgili hizmet içi eğitim verilmesi konusundaki düşünceleri nelerdir?
6. Öğretmenlerin sosyal ağları kullanım amaçları nelerdir?
7. Öğretmenlerin sosyal ağları kullanma amaçlarına ilişkin cinsiyet, yaş, öğrenim durumu, branş, hizmet yılı ve okul türü değişkenlerine göre anlamlı farklılık var mıdır?
8. Öğretmenlerin sosyal ağları kullanım amaçları ile internet ve sosyal medya kullanımları arasında nasıl bir ilişki vardır?

### 1.3. Araştırmanın Önemi

Gelişen teknoloji, insanların ve toplumun tarzlarında ve yapılarında yenileşme ve dönüşümler yaratmaktadır (Günüç, vd., 2013). Günümüz bilgi toplumundaki bireylerin günlük alışkanlıkları ile tarım ve sanayi toplumundaki bireylerin günlük alışkanlıkları birbirinden oldukça farklılık göstermektedir. Günlük yaşamın her alanında var olan teknolojik araç ve gereçler ile özellikle de mobil teknolojiler aracılığıyla bilgi toplumu insanı güne sosyal medyayı takip ederek başlamakta ve gününü yine aynı şekilde sonlandırabilmektedir. Sosyal medyanın kullanıcı yoğunluğunun bir başka sebebi de bu ortamların herhangi bir cinsiyet, yaş, meslek ve statü sınırlaması olmaksızın tüm bireylerin kullanımına açık olmasıdır (Günaydın, 2017).

Sosyal medya bireysel gelişim sağlamasının yanı sıra diğer insanlarla ilişkiler üzerinde de oldukça etkilidir. Sağlıklı sosyal ilişkiler yaşayan bireyler toplumun ortak duygu ve paylaşımlara sahip olmasında rol oynar. Sosyal medya bireyin kendini özgürce ifade edebilmesine, diğer insanlarla sağlıklı iletişim kurmasına, etkileşime girmesine ve bireyin sosyalleşmesine öncülük etmektedir. Bireyleri ve gündelik yaşamı bu denli etkileyen, bireylerin vazgeçilmezi haline gelen ve neredeyse her yaşta kullanıcıları bulunan sosyal medya; farklı bilim dallarından bir çok araştırmacıya konu olmuştur (Tuğlu, 2017). Bu bilim dallarının arasında eğitim de yer almaktadır.

Teknolojinin ve beraberinde sosyal medyanın gelişimi, "dijital yerliler" şeklinde nitelendirilen yeni neslin bu ortamları kullanma sıklıkları ve düzeyleri dikkate alındığında eğitim anlayışının bu durumun dışında kalması mümkün değildir (Menteşe, 2013). Albion (2007), eğitim ortamlarının yeni teknolojilerle bütünleştirilmesinin önemi vurgularken öğretmenlerinde paralel şekilde zenginleşmesi, gelişim sürecinin dışında kalmaması ve ortamlara adapte olacak şekilde yetiştirilmesinin önem taşıdığını ifade etmektedir. Zira eğitimin öncüsü öğretmenler de sosyal medyayı yoğun olarak kullanan meslek gruplarından biridir.

Değişen toplum yapısı ve çağımızın gereksinimleri, bireylerin bazı bilgi ve becerilere sahip olmasını gerektirmektedir. Çağımız bilgi çağıdır ve internet dahil

çoğu yer bilgi yığınıdır. İnsanlar artık bilgiye daha çabul ulaşabilmektedirler fakat burada önemli olan doğru bilgilerin süzülüp alınmasıdır. Colwill ve Gallagher (2007)'a göre eğitimin temel hedefi, çağın isteklerine cevap verme yeterliğine sahip bireyler yetiştirmektir. Bu sebeple eğitim araştırmacıları ve geliştiricileri çeşitli yaklaşımlar, kuramlar, eğitim/öğretim modelleri ve becerileri geliştirme gayretleri içindedir. Bu yeni ürünlerin teknoloji çağının eğitim alanındaki beklentileri ile bağlantılı olduğu göz ardı edilemez bir gerçektir. 21. yüzyılla birlikte hızlanan küreselleşme; toplumsal her alanı yenilenmeye yöneltirken zorlukları da gündeme getirmekte, bireylerin bu zorluklarla mücadele edebilmesi ve çağa ayak uydurması için belirli becerilere sahip olması gerekmektedir.

Bu bağlamda 21. yüzyılın ve sonrasında taleplerine cevap verebilecek günümüz öğretmenin, öğrenenlere sadece bilgi aktaran ve onları sınava tabi tutan değil; eğitim - öğretim sürecini örgütleyebilen, örgütlerken teknolojiden ve çağın gerekliliklerinden verimli bir şekilde yararlanabilen; kaliteli bir lider, dikkatli bir gözlemci ve donanımlı bir danışman olmalıdır. Teknolojinin eğitimde etkili bir biçimde kullanılmasında standartlar ve performans göstergelerinin geliştirilmesi ile ilgili uluslararası düzeyde çalışmalar yapmakta olan ISTE de, öğretmenlerin eğitimde alan bilgisi, pedagoji ve teknolojiyi bütünleştirmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Değişen ve gelişen teknolojik ortamlar ile artık gerçek ve dijital dünya birlikte yoğurulmaktadır. Sosyal ağlar da bu ortamların öncüsü kabul edilebilir (Gelen, 2017; Gökçe, 2000; Greiff, Wüstenberg, Csapó, Demetriou, Hautamäki, Graesser ve Martin, 2014; Günüş, vd., 2013; ISTE, 2019). PISA'yı (Uluslararası Öğrenci Değerlendirme Programı) organize eden kuruluş OECD (The Organization for Economic Co-operation and Development / Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Organizasyonu) tarafından 2012 yılında yapılan çalışmada, online web ortamları ile eğitimin ilişkisi ele alınmıştır. Araştırma sonucunda öğrenenlerin bilişsel ve duyuşsal becerilerinin değiştiği, bu duruma da insanların hayatında önemli bir yer eden ve insanların etkileşiminde en önemli bir araç haline gelen internette devamlı online olmanı durumunun neden olduğu belirtilmiştir (Göksun ve Kurt, 2017).

Ülkemiz gençlerinin çoğunun günün büyük bir bölümünü sahip oldukları akıllı telefonlar ile iletişimde bulunarak geçirdikleri bilinmektedir. Sosyal ağların belirli

amaçlar ve bağlantılar içinde kullanıcı bireyler arasındaki etkileşimi desteklediği ve bu etkileşimin yeni nesli çok fazla etkilediği, onların sadece vaktini almayıp düşünce ve davranış biçimlerini de biçimlediği ve onları bilinçlendirip geliştirerek bilgi hazinelerini genişlettiği ileri sürülmektedir (Gillet, Member, EL Helou, Yu ve Salzman, 2008). Öğretmenler etkili ve verimli eğitim-öğretim ortamları arayışı içindedir ve sosyal ağlar bir çok özelliği ile öğrencileri kendisine çekmiş ve yoğun şekilde kullanmalarını sağlamaktadır. Bu bağlamda öğrencilerin ilgisini cezbetmiş halihazırda bulunan sosyal ağların eğitimciler tarafından da kullanılması önemlidir (Mazman, 2009). Bununla birlikte sosyal ağlar öğretmen-öğrenci ilişkisinin gelişmesinde, iletişim ve etkileşimlerinin artmasında, araştırma ve paylaşımlarda bulunmalarında da kullanılabilir. Muhatap kitlesinin neredeyse tamamını gençlerin oluşturduğu, gençlere yol gösterici ve rehber niteliğindeki meslek grubu olan öğretmenlerin gelişmelerin takipçisi olarak öğrenciler için sosyal ağların önemini anlamaları ve bu ortamların kullanımı konusunda onlara rehber olmaları gerekmektedir (Çetintaş, 2016). Bu bağlamda öncelikle öğretmenlerinde sosyal medyayı benimseme ve kullanma durumları önemli görülmektedir.

İlk insanla başlayan öğrenme olgusu bireyin kendi yaşantısı ve çevresinin etkisiyle formal, informal veya sarmal olarak yaşamın her döneminde devam eder. Bilgi teknolojilerinde ki gelişmeler insanları sürekli kendini yenileyen, gelişmelere ayak uydurabilen, yaşam boyu öğrenen bireyler olmaya zorlamaktadır (Gelen, 2017). Sosyal ağları her yaştan bireyin kullandığı düşünüldüğünde okul ortamının dışına çıkılıp "yaşam boyu" öğrenme için neler yapılabileceği hakkında çalışmalar yapılması gerekliliği akla gelmektedir. İnfomal eğitimin eğitim öğretim için çok fazla fırsat ve fayda sağladığı yadsınamaz bir gerçektir. Sosyal ağlarda informal alanlardır ve okul dışı informal etkileşim sağlamaktadır (Selwyn, 2007a). Sosyal medya siteleri; etkileşim, aktif katılım, işbirliği, çoklu ortam desteği, bilgi/kaynak paylaşımı, eleştirel düşünme gibi birçok özelliği içinde barındırmaktadır ve bu özellikler eğitim açısından oldukça önemlidir (Uysal, 2013). Sosyal ağların sağlayacağı bu olanaklarla eğitim-öğretim ortamına oturtulmasını, bu araçların bir eğitim teknolojisi aracı olarak kullanılabilmesini, bireylerin bu ortamları informal öğrenmeler gerçekleştirmek üzere eğitsel amaçlarla kullanmasını ve bu süreçteki



olası etken faktörlerini konu eden çalışmalara ve araştırmalara gereksinim olduğu ileri sürülebilmektedir (Mazman, 2009:1). Bu bağlamda sosyal ağların kullanım amaçlarının belirlenmesi bu ortamlar formal eğitim dışında informal eğitim aracı olarak da kullanmak isteyen araştırmacılara yol gösterecektir. Buradan yola çıkarak sosyal ağların kullanım amaçlarının saptanması önem arz etmektedir (Usluel vd., 2014). Bu sebeplerle bu çalışmada eğitimin temel aktörleri olan öğretmenlerin sosyal medya ortamlarını kullanım durumları, sosyal medya hakkında düşünceleri ve sosyal ağları kullanım amaçları ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır

Literatür incelendiğinde, sosyal medya ortam ve araçlarının kullanımını hakkında yeterince çalışma bulunmadığı görülmektedir. Mevcut çalışmaların ise çoğu sosyal medya ortam ve araçlarının öğretmenler tarafından sadece eğitsel amaçla kullanımı üzerinde odaklanmış olup farklı amaçlara çok fazla değinilmemiştir. Oysa öğretmenler de sosyal ağları diğer bireylerde olduğu gibi eğitsel faaliyetler dışında da kullanabilmektedir. Bu bağlamda bu çalışma;

- ✓ Alanda yapılacak çalışmalara kaynak olması açısından,
- ✓ Öğretmenlerin internet kullanım durumlarının belirlenmesi açısından,
- ✓ Öğretmenlerin sosyal medya ortamlarını kullanım durumlarının belirlenmesi açısından,
- ✓ Öğretmenlerin sosyal medya ile ilgili görüşlerinin içeriğinin ve niteliğinin ortaya çıkarılması açısından,
- ✓ Öğretmenlerin sosyal ağları kullanmalarındaki amaçlarının incelenmesi açısından önemlidir.

#### 1.4. Araştırmanın Varsayımları

Araştırmaya katılan öğretmenlerin anket sorularına verdikleri yanıtların samimi ve doğru olduğu varsayılmaktadır.

#### 1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma ile ilgili sınırlamalar şöyle sıralanmaktadır;

Araştırma, 2017-2018 eğitim öğretim yılında Amasya ilinin Suluova ilçesi merkezinde ve bu ilçeye bağlı yerleşim birimlerinde bulunan ilkokul, ortaokul, ortaöğretim kurumları ve diğer okullarda (mesleki eğitim merkezi, halk eğitim merkezi vs. ) görev yapan öğretmenleri kapsamaktadır.

Söz konusu yerleşim yerinde özel okul olmaması sebebiyle araştırma sadece devlet okullarında görev yapan öğretmenleri kapsamaktadır.

Araştırma bulguları, veri toplama aracı ile elde edilen verilerle sınırlıdır.

#### 1.6. Tanımlar

**İnternet** : Dünyada yaygın olarak kullanılan ve sürekli büyüyen, birçok bilgisayar sisteminin birbirine bağlı olduğu bir iletişim ağıdır.

**Web 1.0** : Kullanıcıların pasif durumda olduğu müdahaleye izin verilmeyen bir ortamda daha çok html tabanlı sitelerin yoğun olduğu bir teknolojidir (Karaduman ve Kurt, 2010).

**Web 2.0** : Kullanıcılarına sadece kendilerine sunulan içeriği okuyan, izleyen değil okuduğunu paylaşan, içerik üreten ve içeriğe katkı sunan teknolojidir.

**Sosyal Medya** : Web 2.0 teknolojilerinin sunduğu olanaklarla bireylerin paylaşımlarını gerçekleştirdikleri, geri bildirim imkanı sunan, kullanıcı etkileşimine açık olan sanal ortam uygulamalarının genel adıdır (Bat, 2012).

**Sosyal Ağ** : Bireylerin belirli sınırlar içinde bulunan sistemde diğer bireylere yarı/açık profil yaratmasına; bağlantısı olan diğer kullanıcıların paylaşım, liste ve bağlantılarına erişilmesine imkan sağlayan web tabanlı hizmetlerin

tümüdür (Büyükşener, 2009). Literatürde sosyal medya ve sosya ağlar iç içe geçmiş olarak görünse de sosyal ağlar, sosyal medyanın alt platformudur.

**Teknoloji** : İnsanın doğaya üstünlük kurmak için bilimi kullanarak tasarladığı bir disiplindir (Simon, 1983:173).

**Bilişim Teknolojisi** : Bilgiye daha kolay ve daha hızlı erişim sağlayan, ulaşılan bilgiyi depolamaya, işlemeye, aktarmaya ve değerlendirmeye imkan yaratan araçların bütünü olarak tanımlanmaktadır. Bilişim Teknolojileri alanyazında Bilgi ve İletişim Teknolojileri olarak da kullanılmaktadır (Gülen, 2013)

**21. Yüzyıl Becerileri** : Yaratıcılık ve yenilikçilik; işbirliği ve iletişim becerisi; araştırma yapabilme; eleştirel düşünme, problem çözme ve yürütme becerisi; dijital vatandaşlık ve teknoloji kavram, sistem ve uygulamaları konusunda yetkin olmadır (ISTE, 2019).

## BÖLÜM 2

### KURAMSAL ÇERÇEVE

#### 2.1. İnternet ve İnternetin Gelişimi

Türkçe'nin henüz tam olarak karşılamaması birlikte kısaca “uluslararası ağ”, “ağlar arası ağ” ya da “ağlar arası iletişim ağı” olarak tanımlanan internet, bugün dünyayı global bir topluluk haline getirmiş ve milyonlarca insanı etkileşimli bir sistem içine sokmuştur. Ögel (2017)'e göre internet, dünya üzerindeki sayısız ağın, birbiriyle iletişim kurmasını ve kaynak paylaşımını sağlayan bir ağdır. Akbal ve Balık (2006)'a göre internet protokolü ağı ile dünya genelindeki bilgisayarları birbirine bağlayarak aralarında iletişim kuran, belge paylaşımı, bilgi paylaşımı vb. sağlayan bir ağ sistemidir. Tarcan (2005)'a göre internet, ortak ilgileri olan bireyleri etkileşime sokarak grup ve topluluklar oluşturmalarını ve paylaşım yapmalarını sağlayan sanal ortamdır. Farklı bir söylemle internet, dünyadaki bütün bilgisayarların bir bağlantıyla bir araya getirilmesini ifade eden iletişim sistemidir (Altun, 2005). İnternet, günümüzde kullanımı hızla artmaya devam eden en önemli bilgi paylaşım araçlarından biridir (Akınoğlu, 2002). Tanımlar irdelendiğinde internet ile ilgili olarak vurgulanan iki temel unsurdan birisinin birçok bilgisayar arasında bağlantı kurmayı sağlaması, diğerinin de birçok kullanıcının internet sayesinde bilgi ve belge paylaşabilmesi olduğu görülmektedir.

Gürültü (2016), en önemli iletişim aracı olan interneti bireylerin çoğunlukla sosyal amaçlı kullandığı belirtirken; birçok neden ve amaçla kullanılan internetin çeşitli kullanım düzeylerini Ögel (2017) şu şekilde sınıflamaktadır:

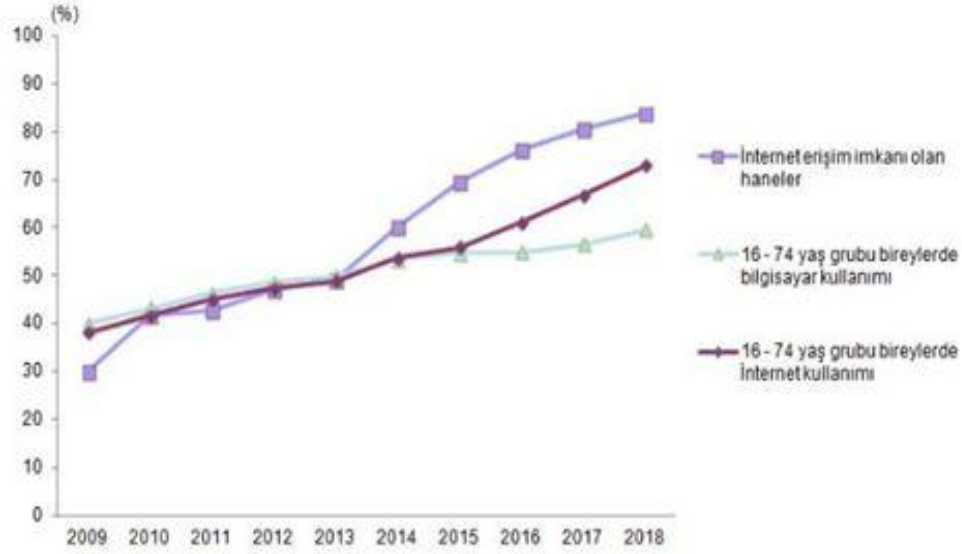
- ❖ **İhtiyaç için kullanımı:** İnternetin yalnızca gerektiğinde ve zorunluluk durumlarında kullanılmasıdır. E-okul uygulamaları; not ve öğrenci bilgilerinin girilmesi örnek verilebilir.
- ❖ **Sık ve düzenli internet kullanımı:** İnternetin boş zamanların değerlendirildiği bir eğlence aracı olarak kullanılmasıdır. Bu duruma gençlerin özellikle sosyal medya için interneti sık ve düzenli olarak kullanmaları örnek verilebilir.

- ❖ **Sorunlu internet kullanımı:** İnternetin insanların yaşantısında sıkıntılar yaratarak kullanılmasıdır. "İnternetin kötüye kullanımı" tabiri bu durum için geçerlidir. Ancak bu durum bağımlılık düzeyine ulaşmamıştır..
- ❖ **İnternet bağımlılığı:** Patolojik internet kullanımı, kompulsif internet kullanımı, siber bağımlılık gibi terimler bu kapsamda değerlendirilir. Bireyin internet üzerindeki kontrolünü kaybetmesi, kontrolsüz kullanım gerçekleştirmesidir.

İnternet teknolojisi ile bilginin dolaşım ve paylaşım hızının tarihin hiç bir döneminde olmadığı kadar hızlı bir şekilde artması çağımızı "Bilgi Çağı" olarak nitelememize yol açmıştır (Erkul, 2009). Teknolojinin hızla gelişmesi ile birlikte bilgisayarların boyutları küçülmüş, bilgisayarlar ve bilgisayar özelliği gösteren cihazlar her an her yerde taşınabilir bir hal almıştır. İnternet alt yapısının da gelişmesi ile birlikte insanlar istedikleri yerde istedikleri zaman interneti kullanabilecek duruma gelmişlerdir. İnternetin kullanımının bu şekilde kolaylaşması insanları internet teknolojisinden daha fazla yararlanmaya yöneltmiş ve artık insanoğlu çoğu işlerini internet üzerinden halletmeye, birbirleriyle internet aracılığıyla iletişim kurmaya adapte olmuştur.

İnternet kullanımı ülkemizde ve dünyada her geçen gün hızla artmaktadır. İnternet World Stats'in 2018 yılı verilerine göre dünyada yaklaşık 4 milyar 208 milyon internet kullanıcısı bulunmakta ve bu rakam dünya nüfusunun % 55,1'ine karşılık gelmekte, bu durum bir önceki yıla göre de %1,066 oranında bir artış göstermektedir (Internet World Stats, 2018). Türkiye'de de dünyadakine paralel olarak internet kullanım oranları hızla artmaktadır. TÜİK'in 09 Ağustos 2018 tarihli haber bülteninde yayınladığı bilişim teknolojilerini hane halkının kullanımına ilişkin araştırma sonuçlarına göre 2018 yılı nisan ayında %83,8 oranında evden internete erişim imkanı olduğu bu oranın 2017 yılı nisan ayında %80,7 olduğu belirtilmiştir.

**Şekil- 1: 2009-2018 İnternet ve Bilgisayar Kullanımı TÜİK Verileri**



Kaynak: TÜİK, 2018

2018 Nisan ayında genişbant ile internet erişim imkânına sahip hanelerin oranı %82,5; sabit genişbant bağlantı (ADSL, kablolu İnternet, fiber vb.) ile internete erişim oranı %44,5 (önceki yıl %78,3 olduğu); mobil genişbant bağlantı ile internete erişim oranı %79,4'tür. Nisan 2017 - Mart 2018 arası dönemde bireysel amaçla kamu hizmetlerinden faydalanmak için internet kullanımların oranı; 16-74 yaş grubunda %45,6 olmuştur. Bu oran, önceki yıl 2016 Nisan - 2017 Mart döneminde %42,4'dir. Kamusal sitelerden bilgi edinme amacıyla kullanım %41,7 ile ilk sırayı almıştır. 2017 Nisan - 2018 Mart döneminde internet üzerinden kişisel mal veya hizmet alış verişi oranı 16-74 yaş grubunda %29,3 olmuş, önceki yılın aynı döneminde bu oran %24,9 olarak gözlenmiştir (TÜİK, 2018).

21. yüzyıl uzmanlar tarafından bilgisayar ve ağların kullanımını içeren üçüncü endüstri devrimi kavramı ile adlandırılmıştır. Önceki dönemler ise kömür ve demir kullanımını içeren birinci endüstri devrimi; petrol ve elektriğin kullanımını içeren ikinci endüstri devrimi olarak adlandırılmıştır (Çağiltay, 1997). Yeni iletişim teknolojilerinin, gündelik yaşamımızın birçok alanındaki eylemlerimizde uygulama alanı bulmasının sonucunda, bu teknolojiler geleneksel olanı da yeniden şekillendirmiştir. Dolayısıyla 21. yüzyılda teknoloji ve teknolojik iletişim yöntemleri, kayıtsız kalınmaz bir hal almıştır.

### **2.1.1. WEB 1.0**

1989'da Tim Burners-Lee herhangi bir ağdan erişilmesi mümkün olacak bir global köprü alanı oluşturmayı önermiş ve 1991 yılında Tim Burners-Lee tarafından yapılan ilk internet sitesi yayına başlamıştır. Web 1.0 olarak adlandırılan bu teknolojide internet sadece bilgiye ulaşmak için kullanılmıştır. Web 1.0'ın temel odak noktası dünyadaki herkese açık olan bilgilerin teknik bilgiye sahip kişiler tarafından statik web sayfalarına yerleştirilmesidir.

Kullanıcıların sadece okuyucu ve bilgiyi alabilen konumda olduğu Web 1.0'da, sadece bilgiye erişebilmesine izin verilen bir kullanıcı topluluğu bulunmaktadır. Bilgilerin insan etkileşimine izin vermeyerek pasif şekilde sunulduğu Web 1.0; sunucuların sağladığı içeriği okumak, program veya doküman indirmek için kullanılmıştır (Ergenç, 2011).

### **2.1.2. WEB 2.0**

2004'de Bill O'Reilly tarafından kullanılmaya başlayan Web 2.0 kavramı; toplumsal iletişim sistemleri, iletişim araçları ve wikiler gibi ikinci nesil internet hizmetlerini yani internet kullanan bireyler tarafından ortaklaşa meydana getirilen sistemi ifade etmektedir (Erkul, 2009).

Web 1.0 tek yönlü iletişim sağlarken, Web 2.0 senkron ve çift yönlü etkileşime imkan tanıyan bir sistem olarak dijital dünyaya yerleşmiş, ziyaretçilerin siteye katılımını sağlamak, diğer sitelerle ve kullanıcılarla işbirliği halinde bir akım oluşturarak web hizmetlerini iyileştirmeyi amaçlamıştır.

Web 2.0 ile bilgiler sayfalara kullanıcılar tarafından gönderilebilmektedir. Sayfalarda bağlantı içeren öğeler, geri bildirim ve kullanıcılar tarafından açıklama yazılabilen özellikler bulunmaktadır. Bu sayede web ortamlarını sadece teknik donanıma sahip bireyler değil dileyen herkes içerik yatarıp kullanabilmektedir.. Bunun yanında kullanıcılar sadece web okuru değil web okuryazarı da haline gelmektedir. Bu kişiler işbirliği halinde çalışmalar yaparak birlikte üretebilmekte; birbirlerini bilgilendiren topluluklar, günlükler ve ansiklopediler yaratabilmektedirler (Horzum, 2010). İlk zamanlar sosyal ağ siteleri, wikiler ve bloglar ile karşımıza çıkan web 2.0 farklı uygulamalarla zenginleşip her geçen gün gelişmektedir.

Instagram, Facebook, YouTube, Twitter, google uygulamaları ve bloglar en çok kullanılan uygulamalar arasında sayılabilir.

## 2.2. Sosyal Medya

Yaratılışından itibaren birbirleriyle iletişime geçmek için çeşitli yöntemlere başvuran insanoğlu; kağıdın bulunması ile kitle iletişiminde dönüşüm yaşamış ve bu dönüşüm yazılı basına öncülük etmiştir. Yazılı basınının ardından görsel ve işitsel araçlar geliştirilmiş, 21. yüzyıla çeyrek kalaya kadar bu medya şekilleri hakimiyet sürdürmüştür. 20. yüzyılın son çeyreğiyle "medya dönüşümü" olgusu yaşanmış ve sosyal medya dediğimiz olgu 21. yüzyıl ile birlikte hayatımıza tamamen girmiştir. (Kartal, 2013:159) Günümüzde internet erişiminin kolaylaşmasının neticesinde sosyal medya da hayatımızdaki sarsılmaz yerine yerleşmiş bulunmaktadır (Çap, 2017). Web 2.0 teknolojisi temelinde gelişen sosyal medya her geçen gün artan kullanıcı sayısı ve gelişen yapısıyla önemini gün geçtikçe daha da artırmaktadır. İnternet; sosyal ağlar, sosyal paylaşım siteleri ve sosyal medya gibi birbirine geçmiş iletişim ortamlarını bünyesinde toplamış, medyalar arası yöndeşleşme süreci başlamıştır (Çil, 2015).

"Sosyal medya" kavramını ilk olarak kullanmıştır. Bu ifade online şekilde iletişim ve bilgiye imkan veren, katılım ve işbirliğini destekleyen araçlar topluluğu anlamına gelmektedir (Newson, Houghton ve Patten, 2008). Web 2.0 teknolojilerinin sunduğu olanaklarla bireylerin belli içerik ve amaçlarla paylaşımlarını yaptıkları, geri bildirim alabildikleri kullanıcı müdahalesine izin veren sanal ortam uygulamalarının genel adıdır sosyal medya (Bat, 2012). Özata'da sosyal medyayı; ideolojik ve teknolojik tabanı Web 2.0' a dayanan ve kullanıcıların oluşturduğu içeriğin üretime ve paylaşımına olanak veren, web tabanlı uygulamalar olarak tanımlanmaktadır (Özata, 2013). Erkayhan'ın yaptığı tanıma göre sosyal medya; bireylerin sınırları belirli bir sistem kapsamında profil oluşturup aynı sistemde bağlantı kurdukları diğer kullanıcıların profillerini incelemelerine bağlantı ve paylaşımlarını takip etmelerine izin veren online sistemdir (Erkayhan, 2013).

Bu tanımlamalar doğrultusunda sosyal medya kısaca; kullanıcıların katılımıyla, içeriğini kullanıcıların oluşturduğu ve yayınladığı, iki yönlü bir iletişimin olduğu,



etkileşim ve paylaşımın söz konusu olduğu online uygulamalar şeklinde tanımlanabilir. Kullanıcılar zaman ve mekan sınırlaması olmaksızın sosyal medya üzerinden ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik davranışlarda bulunurken çevresiyle de etkili bir iletişim kurmaktadır.

Sosyal medya; içerik üretme, yayınlama ve erişime dair kuralları baştan yazmaktadır (Sarıçam, 2015). Sosyal medyayı sadece okunabilir halden çıkartıp okuyazar sanal bir evrene dönüştüren Web 2.0 akımının gelişmesiyle birlikte insanlar, diğer insanlarla tanışmak ve bilgi alışverişi yapmak amaçlarıyla internet üzerinde toplanmaktadır. Sosyal medya sanal ortamlarla sınırlı kalmamakta bu ortamlarda tanışan insanların gerçek hayatta da ilişkilerini geliştirerek buluşmalarını sağlamaktadır. Artık sosyal medya, içinde yazarlardan gazetelicele, yöneticilerden çalışanlara, sanatçılardan zanaatkarlara, siyasetçilere değin çok büyük bir kitlenin etkileşimini sağlamaktadır.

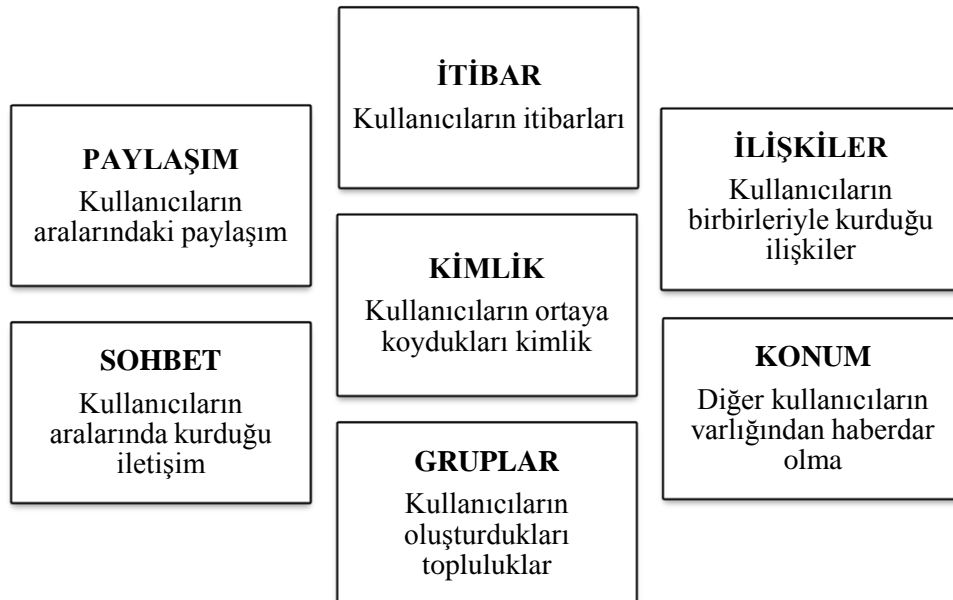
Sosyal medya şu an için önünde durulamayacak bir hızla yaygınlaşmakta ve gelişmektedir. Bu denli gelişmenin nedenleri bireysel, toplumsal ve siyasi olduğu gibi sosyal medyanın kendini düzenli olarak yenilemesi ve insanların sosyal medyayı günlük yaşamlarına hızla yerleştirmeleridir. Sosyal medyanın çoklu / etkileşimli kullanıma imkan sağlaması, düzenli güncellenmesi ve sınırsız paylaşımına imkan vermesi gibi özellikler onu en ideal ortamlardan biri haline getirmektedir (Vural ve Bat:2010; Göker ve Keskin, 2015). İnternette var olmanın göstergesi olan sosyal medya; Facebook, YouTube, Twitter gibi platformalarda kullanıcılarına yer bildirimini, neler yaptıklarını, düşüncelerini, videolarını paylaşabilmelerini sağlamakta içeriklerini kendilerinin oluşturduğu paylaşımlara imkan verebilmektedir. İçeriklerin kullanıcılara özgü olması özelleştirilebilmesi sosyal medyanın en önemli avantajlarından birisidir (Büyükşener, 2009). Sosyal medya ile hiçbir maliyet olmadan, para harcamadan açtığınız bir hesapla hızlı ve anlık bir şekilde dakikalar içinde dünyaya sesinizi duyurmak mümkün olduğu gibi geri bildirimler de alınabilmektedir. Sosyal medya ortamları kullanıcıların içerikleri kendilerine göre yaratmalarına ve birbirleriyle etkileşim ve bilgi alış verişinde bulunmalarına izin vermektedir. Özetle sosyal medya; iletişim, fikir alış veriş, tartışma ve etkileşimin zaman ve mekandan bağımsız yapılabildiği dijital ortamdır (Bostancı, 2010).

Sosyal medya sitelerinin özellikleri Kristina Lerman'a göre şu şekilde sıralanabilmektedir:

- ❖ Kullanıcılar farklı medya platformlarında içerik yaratabilir yahut mevcut içeriklere katkı yapabilmektedirler.
- ❖ Kullanıcılar etiketleme yaparak içerik ekleyebilir.
- ❖ Kullanıcılar içeriği oy vererek aktif şekilde ya da sadece kullanarak pasif şekilde değerlendirebilir.
- ❖ Kullanıcılar kendi arkadaşlarıyla veya benzer ilgi alanlarına sahip kişilerle sosyal medya ağları oluşturabilirler.

Kietzmann ve arkadaşlarına göre (2011: 243-247), sosyal medya platformlarını; kimlik, sohbet, paylaşım, konum, ilişkiler, itibar ve gruplar olmak üzere yedi temel yapı taşı oluşturmaktadır. Bunların tamamı bir arada bir platformda bulunmak zorunda değildir ve bazılarının diğerlerine göre daha baskın olduğu uygulamalar da bulunmaktadır.

**Şekil- 2: Sosyal Medyanın Temel Yapı Taşları**



Kaynak: Kietzmann, Hermkens, McCarthy ve Silvestre (2011:243).

- ❖ **Kimlik:** Sosyal medya platformu içinde kullanıcıların kendilerini ne kadar açtıklarını profillerini nasıl oluşturduklarını ifade etmektedir. Kimlik; ad, cinsiyet, yaş, beceri, meslek, hobiler, fobiler, konum ve kullanıcının açıklamak istediği özel bilgilerinden oluşur.
- ❖ **Sohbet:** Bu ölçüt, kullanıcıların sosyal medya ortamlarında diğer kullanıcılarla girdikleri iletişimi ifade etmektedir. Sosyal medya ortamlarının birçoğu, bireyler ve gruplar arasındaki konuşmaları kolaylaştırmak için tasarlanmaktadır.
- ❖ **Paylaşım:** Paylaşım, kullanıcıların bir sosyal medya ortamı içerisinde paylaştıkları, dağıttıkları ya da aldıkları içeriklerin hangi oranda gerçekleştiğini ifade etmektedir.
- ❖ **Konum:** Kullanıcıların buldukları yer bilgisini diğer kullanıcılar duyurmalarına imkan veren özelliktir
- ❖ **İlişkiler:** Sosyal medya kullanıcılarının birbirleriyle iletişim ve etkileşim düzeylerini ifade etmektedir. kişiler birbirlerini sadece arkadaş olarak ekleyebilecekleri gibi karşılıklı paylaşım ve iletişimde de bulunabilirler. Bu durumların tamamı ilişki olarak tanımlanmaktadır.
- ❖ **İtibar:** Bir sosyal medya ortamı içinde kullanıcıların, kendilerinin ve diğer kullanıcıların sahip oldukları itibarları ifade etmektedir. İtibar kavramı gerçek ve sosyal medyada farklılık gösterebilir, gerçeği yansıtmayabilir.
- ❖ **Gruplar:** Bir sosyal medya uygulaması içinde kullanıcıların topluluklar oluşturmasını ifade eder ve kişi sosyal medya ortamında ne kadar çok sosyalleşirse, arkadaş veya takipçi grupları ve alt gruplar da o kadar büyür.

### 2.2.1. Sosyal Medya Ortam ve Araçları

Web 2.0 teknolojisindeki gelişmelerle yeni bir mecra olan sosyal medya kavramı ortaya çıkmıştır. İlk başlarda kısıtlı işlevi olan sosyal medya; internet ve internet araçlarının gelişmesiyle bir çok özelliği barındırdan iç içe geçmiş, karmaşık ve birbiriyle etkileşimi olan uygulamaları çatısı altında toplamıştır. Sosyal medya kapsamının ve araçlarının çok geniş ve ve dinamik yapıya sahip olması tanımlama

yapılmasını da güçleştirmektedir. Sosyal medya siteleri, platformları, araçları ve ağları gibi bir çok kavrama cevap veren sosyal medyanın tanımı; kişiden kişiye değişmektedir. Web tabanlı bu yapılar, mobil teknolojilere göre tasarlanmış yapısı ve sayısız yeniliklerle kullanıcılara bir web sitesinden çok daha fazla hizmet vermektedir. (Polat, 2016).

Sosyal medya araçlarının sınıflandırılması ile alakalı bir çok örnek mevcuttur. Mayfield (2008) sosyal medya araçlarını; "sosyal ağlar, bloglar, wikiler, podcastler, forumlar, içerik toplulukları ve mikro bloglar" olmak üzere yedi gruba ayırmıştır. Constantinides ve Fountain (2008) web 2.0 teknolojisini uygulama tiplerine göre beş temel kategoride sınıflandırmaktadır. Bunlar: "bloglar, sosyal ağlar, topluluklar, içerik toplayıcılar, forumlar ve haber panoları" şeklinde sıralanmaktadır. Levy (2009) çalışmasında sosyal medya araçlarını: "sosyal ağlar, etiketlemeler, zengin site özetleri, bloglar ve wikiler" olarak sınıflandırmıştır. İşlek'in (2012) derlediği sosyal medya araçlarının sınıflandırılması çizelgesine göre sosyal medyayı, Zarella (2010): "bloglar, mikrobloglar, sosyal ağlar, medya paylaşımı, sosyal haberler ve etiketleme, oylama ve değerlendirme, forumlar, sanal dünyalar" şeklinde; Carabiner (2009): "sosyal ağlar, profesyonel ağlar, bloglar, işaretleme siteleri, video paylaşım siteleri, bilgi paylaşım siteleri, özel sosyal ağ kurma siteleri, interaktif e-ticaret siteleri" şeklinde; ICrossing (2008): "sosyal ağlar, bloglar, wikiler, postcastler, forumlar, içerik toplulukları, mikrobloglar" şeklinde, Weinberg (2009): "sosyal haber siteleri, sosyal işaretleme siteleri, sosyal ağlar, diğer içerik" şeklinde; Kaplan ve Haenlein (2009): "işbirlikçi projeler, bloglar, içerik toplulukları, sosyal ağlar, sanal oyun dünyaları, sanal sosyal dünyalar" şeklinde sınıflandırmıştır.

Tüm sosyal medya araçlarını kategorize edecek tek bir sınıflandırmadan bahsetmek mümkün değildir. Çünkü kullanıcı ihtiyaçlarının değişmesi ve teknolojinin gelişmesi ile birlikte sosyal medya araçlarına her an yeni bir özellik eklenmekte ve yeni sosyal medya platformları ortaya çıkmaktadır dolayısıyla süreklilik gösteren bir sınıflandırma yapmak zorlaşmaktadır. Örneğin; literatür incelendiğinde Facebook'un sosyal ağ başlığı altında, Instagram'ın içerik paylaşım ortamları başlığı altında incelendiği görülmektedir. Fakat söz konusu uygulamalara gelişen teknoloji ve kullanıcı talepleri doğrultusunda yeni özelliklerin eklenmesiyle,

iki platformda hemen hemen aynı ihtiyaçları karşılamakta ve aynı işlevleri yerine getirmektedir.

Bu çalışmada bir sosyal medya platformu olarak ele alınan sosyal ağların, literatür incelendiğinde bazı çalışmalarda sosyal medya ile eş değerde ele alındığı; bu çalışmada sosyal medya araçları başlığında fakat sosyal ağların dışında ele alınan bazı platformların; farklı çalışmalarda sosyal ağ başlığı altında ele alındığı görülmektedir. Bu araştırma kapsamında günümüzde kullanılan sosyal medya araçlarının başlıcaları literatüre uygun olarak 10 grupta ele alınmış ve şu şekilde gruplandırılmıştır:

1. Sosyal ağlar (Facebook, Google+, Myspace vd.)
2. İçerik paylaşım siteleri (YouTube, Instagram, Flickr vd. )
3. Bloglar (Blogger, Blogcu, LiveJournal vd.)
4. Mikrobloglar (Twitter, Tumblr, Plurk vd. )
5. Wikiler (Wikipedia)
6. Sosyal işaretleme (Delicious, Digg)
7. Forumlar
8. Podcastler
9. Sanal dünyalar (Second Life)
10. Diğer (Whatsapp, Ask.fm)

### **2.2.1.1. Sosyal Ağlar**

Milattan önce 550 yılında Pers İmparatorluğunun posta servisini kurmasından bu yana iletişim ve medya büyük değişim ve dönüşüm yaşamıştır. Son yıllarda ise iletişim dijital şekle bürünmüş ve kitlesel olması kaçınılmaz bir hal almıştır. İletişimin kitleselliğinin yanında; birbirini etkileyen yapıları da beraberinde getirmesi, "Sosyal Ağlar"ın temellerini oluşturmuştur. Dijital ortamdaki hızlı paylaşım ve içerik üretimi, sosyal ağ içerisindeki iletişim boyutlarını da aynı hızda genişletmiştir. Sosyal ağlar sayesinde paylaşılmak istenilen duygu, düşünce, durum vb. içerikler zaman, mekan ve ortama bağlı kalmaksızın online olunan her an paylaşılabilir (Büyükşener, 2009:19).

Sosyal ağların temeli SixDegrees'in 1997 yılında yayına başlamasıyla atılmıştır. 2003 yılından sonra hızlı bir gelişme gösteren sosyal ağların kullanıcı sayısı dikkat çekici şekilde artmıştır. Facebook gibi sosyal ağ siteleri başta gençler olmak üzere milyonlarca kullanıcı tarafından ilgiyle kullanılmakta, hatta bu tür sitelerin bireylerin günlük yaşamlarında oldukça fazla yer kapladığı görülmektedir (Polat, 2016).

Web 2.0, sosyal medya ve sosyal ağlar kavramları sıklıkla karıştırılmaktadır, birbirleriyle ilişkilidirler fakat farklı kavramlardır. Web 2.0 bir uygulamalar platformu iken, sosyal medya bu altyapıları kullanan iletişim araçlarının bütününe verilen addır (Yayla, 2010). Sosyal medyanın ortamları, karşılıklı etkileşim gerçekleştiği durumlarda sosyal ağ olarak nitelendirilmektedir. Yani sosyal medya, sosyal ağları da içerisine alan daha geniş bir alandır. Sosyal medyanın insanların birbiriyle etkileşim kurması, paylaşım yapabilmesi ve haberleşebilmesi gibi durumları sağlaması halinde sosyal ağlar alt başlığı ortaya çıkmaktadır. Büyüksener (2009), sosyal medyanın bir parçası olduğunu belirttiği sosyal ağları, bireylerin belirli sınırlar içindeki sistemde diğer bireylere yarı/açık profil yaratmasına, bağlantı kurduğu diğer kullanıcıların bağlantı ve paylaşımlarını görmesine ve içeriklerine erişmesine imkan veren internet tabanlı hizmetlerin tümü olarak tanımlamaktadır.

Kullanıcının profil oluşturabileceği ve kullanıcılara erişebilecek kişisel bir ağ oluşturabileceği çevrimiçi yerler olan sosyal ağ sitelerini diğer sitelerden ayıran en önemli özellik, sadece kullanıcıların birbirleri ile iletişim kurması değil; yaş, ilgi alanları, konum, hakkımda, fotoğraf, video klipleri vb. gibi bilgiler yer alan kendilerine ait profillerin diğer kullanıcılar tarafından da görüntülenebilmesidir (Lenhart ve Madden, 2007; Boyd ve Ellison, 2008). Bu ortamlar sayesinde kullanıcılar tanışıp, konuşup, paylaşımlarda bulunabilmekte (fotoğraf, video vb.) tartışıp, gruplar oluşturabilmektedir (Bostancı, 2010). Sosyal ağları sınıflandırmak istediğimizde; üyelik şekli, verilen hizmetler, eklentiler, gizlilik ve kalite sınıflandırmada önemli rol oynamaktadır. Aynı alandaki iki farklı projenin hizmet şekilleri değiştiğinde kullanıcı gözündeki değeri de değişebilmektedir. Büyüksener (2009) sosyal ağları 5 ayrı kategoride incelemiştir:

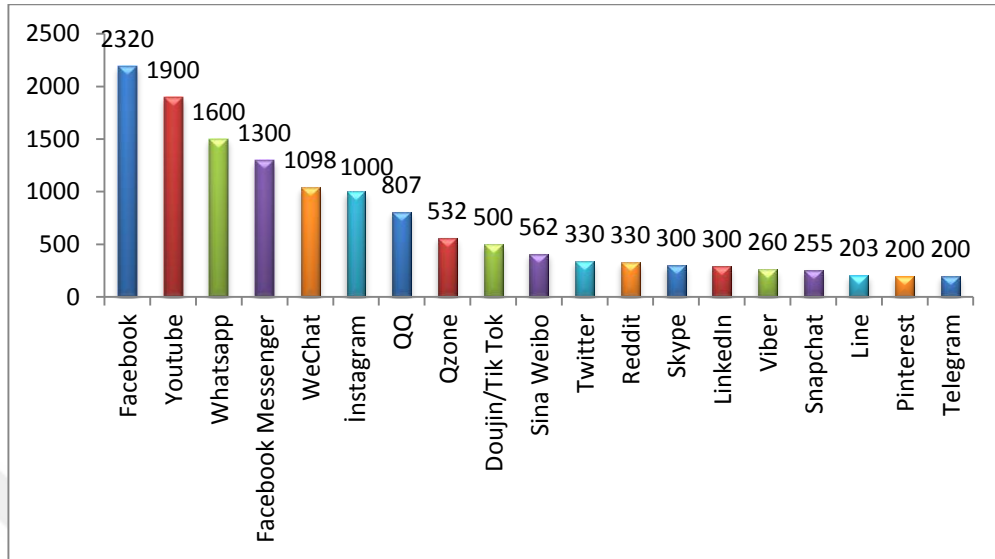
Şekil- 3: Sosyal Ağların Sınıflandırılması

SOSYAL AĞLARDA SINIFLANDIRMA					
KATEGORİ	Arkadaşlık ve Çevre Edinme	Sosyal İş Ağları	Çöpçatanlık Ağları	Mezuniyet Ağları	Marka Sosyal Ağları
AMAC	Sosyal Çevre Oluşturma	Kariyer ve İş Geliştirme	Ruh Eğri Bulma, Evlilik	Mezunlar ve Aynı Okul Okuyanlar	Marka Tutkunları Marka Etkileri
	  	  	   	  	  

Kaynak: Büyüksener, 2009.

Sosyal ağların kullanım amaçlarına göre avantajları olduğu gibi dezavantajları da bulunmaktadır. Karşılıklı etkileşim, aktif kullanım, katılım, paylaşım, geri bildirim imkanı vermesi, rahatlık zamna ve mekan sınırlaması avantaj iken; kalabalık kullanıcılar, hukuki sorunlar, gizlilik, erişim kısıtlamaları, enformasyonun tek yönlü işlenmesi ve kullanılan dil dezavantaj olarak görülebilir (Bulunmaz, 2013: 22).

**Şekil- 4: Mayıs 2019 İtibarıyla Dünya Çapında En Çok Kullanılan Sosyal Paylaşım Siteleri (Milyar)**



Kaynak: Statista, 2019.

Dünyanın önemli istatistik ve araştırma kuruluşlarından Statista'nın yapmış olduğu araştırmaya dayanan şekil incelendiğinde, 2019 mayıs ayı itibarıyla dünya çapında başta Facebook, YouTube, WhatsApp, Facebook Messenger, WeChat, Instagram olmak üzere en çok kullanılan sosyal paylaşım platformları görülmektedir. Facebook 2,3 milyar aktif kullanıcı sayısı ile ilk sırayı alan sosyal ağ olmaktadır. Önde gelen sosyal ağlar genellikle birden çok dilde kullanılabilen, kullanıcılarının coğrafî, politik veya ekonomik sınırları izin verdiği sürece arkadaş olabilmelerini ve bağlantı kurmalarını sağlamaktadır. An itibarıyla 2 milyarı aşkın internet kullanıcısı sosyal ağları kullanmakta ve mobil cihaz kullanımı ve mobil sosyal ağların artmasıyla bu sayının da artacağı beklenmektedir.

#### **2.2.1.1.1. Facebook**

2004 yılında Mark Zuckerberg ve arkadaşları tarafından kurulan Facebook; kullanıcılarına iletişim ve etkileşim imkanı veren, en çok kullanılan ücretsiz bir sosyal paylaşım sitesidir (Çil, 2015). Facebook ilk kayıt aşamasında isim, telefon numarası veya e-posta, şifre, doğum tarihi ve cinsiyet bilgilerini istemektedir. Kullanıcı kayıt olduktan sonra iş ve eğitim, yaşadığı yer, iletişim bilgileri ve temel bilgiler, aile ve ilişkiler, hakkındaki detaylar ve önemli gelişmeleri isteğine göre güncelleyebilmekte ve gizlilik ayarlarında bilgilerini herkese açabileceği gibi sadece



kendi görebileceği veya arkadaşlarının görebileceği şekilde de ayarlayabilmektedir. Kullanıcı metin, fotoğraf, video, konum, duygu ifadeleri paylaşabilmekte ayrıca canlı yayın yaparak anını arkadaşları veya tüm Facebook kullanıcılarına yayınlatabilmektedir. Sohbet sekmesi üzerinden arkadaşlarıyla tekli veya grup şeklinde yazışabilen ve görüntülü görüşme yapabilen kullanıcı, aktif durumunu tüm kişiler için veya belirli kişiler için kapatabilmekte ve bu şekilde Facebook'u kullanırken bile arkadaş listesinin onun çevrimiçi olduğunu görmesini engelleyebilmektedir. Facebook üzerinde ünlü biri, müzik grubu veya şirket için özel sayfa da oluşturulabilmektedir. Facebook 2011 yılında Facebook Messenger'i piyasaya sürmüştür (Facebook, 2019).

#### **2.2.1.1.2. Google +**

Google+, Google tarafından 2011 yılında geliştirilmiş bir sosyal ağıdır. Google hesabı olan gmail ile kullanılabilen Google+, davetiye yoluyla da üye kabul etmektedir. Bireyler Google+'ı direkt kullanmasalar bile diğer Google uygulamaları ile Google+'da aktif kullanıcı olarak görülebilmektedirler. Mesela Gmail üyeliği ile otomatik olarak Google+ özelliği aktif olmaktadır. Bu sebeple Google+ kullanıcı sayısı, aktif şekilde kullananlardan daha fazla görünmektedir.

Google+ diğer sosyal medya platformlarında olduğu gibi "arkadaş ekleme, arkadaşlarla sohbet, oyun oynama, fotoğraf ve video paylaşımı" gibi uygulamalara imkan verdiği gibi Google ürünleri olan "Gmail, YouTube, Google Arama Motoru, Google Play, Google Haberler" ve verileri depolama olanı sunan "Google Drive" gibi uygulamalara da erişmeye izin vermektedir ve bu uygulamalar mobil cihazlarla uyumludur. Google+ diğer sosyal sitelerin sağladığı özellikleri sağlamaktadır örneğin "Hangouts" uygulaması ile ikili veya grup halinde görüşme yapılabilmektedir. Yine "Google tabanlı çalışan gazete ve kitaplara ulaşma ve bunları saklama, etkinlik oluşturma, topluluk kurma, anket hazırlama ve bunları paylaşma, haber akışını belirli konularla sınırlama, LinkedIn gibi iş dünyasına yönelik iş bağlantılarını birleştirmek için kurumsal sayfalar oluşturma ve oluşturulmuş sayfaları takip etme, bu sayfalarda Google haritaları kullanarak yer belirleme" gibi özellikler bulunmaktadır. Ayrıca "Foursquare" uygulamasında olduğu gibi mekan bildirimleri yapılmakta etiketlere kullanıcıların yorum yapabilmesine imkan verilmektedir (Çil, 2015).

### 2.2.1.1.3. Mysapace

Myspace, dijital ortamda kullanıcı kontrolünde diğer kullanıcılarla etkileşim sağlayan, bireysel profil ve gruplar oluşturulmasına izin veren, metin, resim, müzik ve video gibi türlerde paylaşımların barındırılabilceği bir sosyal medya platformudur (Myspace, 2019). Thomas Anderson tarafından “a place for friends” (arkadaşlık yeri) sloganını kullanmakta ve kullanıcı sayısı en hızlı şekilde artış gösteren sosyal ağ olarak bilinmektedir (Bat, 2012:62). 1 Ağustos 2003 tarihinde Tom Anderson ve Chris DeWolfe tarafından kurulmuştur. Genel merkezi Kalifornia ABD'dir. 2011 yılında, Tim Vanderhook, Chris Vanderhook ve Justin Timberlake siteyi satın almıştır. 24 Eylül 2012'de Justin Timberlake, yeni tasarlanan Myspace'i dünyaya yönlendiren bir videoyu tweetlemiştir. Myspace 12 Haziran 2013'te yeni platformu masaüstü ve mobil cihazlarda başlattığını resmen açıklamıştır. Bugün, Myspace'in 150 mühendis, tasarımcı, yazar ve stratejistten oluşan eklektik bir ekip vardır.

Özellikle kuruluşunun ilk yıllarında ciddi bir popülarite elde eden Myspace, kişilerin kendi amatör kliplerini çekip siteye yüklemelerine olanak sağlamıştır. Bu vesileyle kişiler müziklerini kitlelere ulaştırma yolunu bulmuşlardır. Video paylaşımlarına, kullanıcılarının kişisel bilgilerini ve fotoğraflarını paylaşmalarına da imkan sağlayan platformun müzik, etkinlik oluşturma, oyun oynama, fotoğraf paylaşımı, gündemi takip edebilme ve online kullanıcılar ile sohbet edebilme gibi birçok üstün yanı bulunmaktadır. Facebook üzerinden de uygulamaya giriş yapılabilmektedir.

Sanatçıları ve çalışmalarını sergileyen site, 50 milyondan fazla parça ve videoya erişim sağlayan bir müzik kütüphanesidir. Müzikle birlikte sosyal kökeni de olan platform; müzisyenlerden ve tasarımcılardan yazarlara ve fotoğrafçılara kadar birçok sanatçı ve izleyici kitlesinin bağlantı kurmasına yardımcı olacak şekilde inşa edilmiştir. Açık bir tasarım, ilgi çekici editöryal özellikler ve analitik temelli öneriler sayesinde Myspace, sıradakileri biçimlendirme, paylaşma ve keşfetme amacıyla karşılıklı yakınlık ve ilhamla bağlanan yaratıcı bir insan topluluğu yaratmaktadır.

#### **2.2.1.1.4. Hi5**

Ramu Yalamanchi tarafından 2003 yılında kurulmuş olan Hi5, California merkezli bir sosyal ağıdır. Hi5 kullanıcıları çevrimiçi profiller oluşturabilmektedirler. Sitenin kullanımı için minimum 18 yaş şartı aranmaktadır. Hi5 de kullanıcıları birbirlerini arkadaş olarak ekleyebilmekte, kişisel fotoğraf albümleri ve müzik listeleri oluşturabilmektedirler. Hi5 özellikle, Orta Amerika, Romanya, Tunus, Peru, Kolombiya, Venezüella gibi ülkelerde ilk sıralarda bulunan bir arkadaşlık sitesidir. Değişik kültürleri öğrenmek, farklı insanlarla tanışıp, farklı yerler, bölgeler hakkında bilgiler edinmek için oldukça faydalı bir sitedir (Tekin, 2016).

#### **2.2.1.1.5. LinkedIn**

LinkedIn, Reid Hoffman'ın "Dünyanın En Büyük Profesyonel Ağı" sloganıyla yayın hayatına başlamıştır (Bat, 2012). 2002 yılında kurulmuş olan bu site 2003 yılı Mayıs ayında web sayfasını kullanıma açmış, 2016 yılında Microsoft tarafından satın alınmıştır. Diğer sosyal ağlardan farklı olarak daha kurumsal bir platform olan LinkedIn'de temel mantık iş dünyasındaki profesyonellerin birbirleriyle iletişime geçip bilgi alış verişi yapmalarını sağlamaktır. İş arayanlar, çalışanlar ve işverenlerin profesyonel anlamda kullanımları için tasarlanmış bir sosyal ağ sitesi olan LinkedIn kişilerin profillerini özgeçmişleriyle oluşturarak, yetenek ve mesleklerine göre iş bulmalarına fırsat vermektedir. Aynı şekilde iş verenlerde kişisel özelliklere, çalışanlarında olmasını istedikleri kriterlere ve meslek gruplarına göre arama yaparak uygun kişilere daha kolay ulaşabilmektedir. Bu sebeple teknolojiden faydalanılarak gerek işverenler ve gerekse iş arayanlar zamandan tasarruf sağlayıp daha nitelikli kişi ve kurumlar bulabilmektedirler. Dünya çapında 200 ülke ve bölgede 546 milyon üyesi bulunan bir platformdur.

#### **2.2.1.1.6. Meetup**

Meetup, gerçek hayattaki buluşmaları kolaylaştıran bir sosyal ağıdır. Meetup üyeleri teknoloji, aile, kitaplar, müzik, oyunlar, politika, filmler, sağlık, kariyer, spor ve benzeri birçok ortak ilgi alanlarına sahip bireylerin bir araya gelerek ait oldukları grupları bulmasına ve katılmasına olanak sağlar. 2002 yılında kurulmuştur (Meetup, 2019).

### **2.2.1.2. İçerik Paylaşım Siteleri**

İçerik paylaşım siteleri, kişilerin hazırladıkları metin, video veya fotoğrafları kısa bir zaman diliminde milyonlarca kişiye ulaştırma fırsatı sunan sitelerin genel ismidir. Online sosyal medya platformlarının hepsinde metin, fotoğraf, video vs. paylaşımı yapıldığı ve karşılıklı etkileşime imkan vererek sosyal ortamlarda insanların bir araya geldiği ve birbirlerini takip ettikleri düşünüldüğünde bu ortamların hepsine genel olarak içerik (medya) paylaşım siteleri adı verilebilir. Ancak içerik paylaşım siteleri üye olma, profil oluşturma ve arkadaş edinme gibi özellikleriyle sosyal ağlarla benzerlik gösterirken daha çok paylaşılan dosyaların içeriklerine odaklanır. Kullanıcıların teknik bilgiye ihtiyaç duymadan kullanabilmeleri için tasarlanmış olan bu sitelerde amaç, içerik oluşturup paylaşım sunarak diğer insanların görmelerine ve değerlendirmelerine imkan sağlamaktır. Çoğu temel fonksiyonların ücretsiz olarak sunulduğu bu sitelerde üst düzey kullanım için ücret gerektiren fonksiyonlar da bulunabilmektedir.

#### **2.2.1.2.1. YouTube**

Chad Hurley, Steve Chen, San Mateo ve Jawed Karim tarafından 15 Şubat 2005'te yılında Amerika'da kurulan ve Google tarafından 2006 yılında satın alınan YouTube video yükleme ve izleme amacıyla oluşturulmuş bir içerik paylaşım platformudur. YouTube'a her gün binlerce video yüklenmekte ve izlenmektedir. Paylaşılması sıkıntı yaratan olan büyük boyutlu videoların YouTube'da kolaylıkla paylaşılabilir olması ayrıca video ve kliplerin gerek cep telefonlarından gerekse web siteleri veya e-mail yoluyla YouTube'a kolaylıkla yüklenebiliyor olması insanları YouTube'a yönlendirmekte bu sebeplerle YouTube kullanıcıları her geçen gün artmaktadır. Kullanım koşullarına aykırı video ve kullanıcı yorumları YouTube yetkilileri tarafından incelenerek silinmektedir. YouTube'a üye kullanıcılar içeriklere not verebilmekte ayrıca yorum yapabilmektedir. YouTube üzerinde hesap açan herkes kolaylıkla bir YouTube kanalına sahip olabilmekte ve istedikleri videoları kendi kanalları üzerinden dünya ile paylaşabilmektedirler. Özellikle son yıllarda YouTube üzerinden video paylaşımı bir akım haline gelmiş ve ortaya çıkan "YouTuber" kavramı müthiş bir sıçrayış gerçekleştirmiştir. Takipçileri milyonları bulan YouTuber'lar, kanalları üzerinde yaptıkları paylaşımlarla tüm dünyaya

ulaşabildikleri gibi çok yüksek meblağlarda gelir de elde edebilmekte bu da YouTube'ü kullanıcılarına iş imkanı sağlayan bir sektör haline getirmektedir (YouTube, 2019).

#### **2.2.1.2.2. Dailymotion**

Dailymotion, popüler video paylaşım siteleri arasındadır. Dünya çapında Dailymotion'a erişim sağlanmaktadır. Dailymotion kullanıcıları, ilgi alanları ve hobilerine göre istedikleri videoları bu site üzerinden bulabilmekte, yükleyebilmekte, isterlerse aynı zamanda izledikleri video hakkında yorum yapabilmektedir. Türkçe dil desteğine de sahip olan Dailymotion'da; kanallar veya etiketlerle yeni videolar keşfedilmekte, videolar herkese açık bir şekilde veya belirli kişilerle paylaşılabilir, videolar hakkında geri bildirim alınabilmekte ve buradaki videolar web siteleri, blog veya sosyal ağ profiline gönderilerek webte yayın yapılabilmektedir.

#### **2.2.1.2.3. İzlesene**

2006 yılında kurulan Türk web sitesi "İzlesene", kullanıcılarına istenilen her alanda videoya ulaşım dünya ile paylaşım imkanı sağlamaktadır. Kullanıcılar kişisel videolarını, sadece arkadaşlarıyla ya da herkesle paylaşabilmektedir. Yaratılan görüntülerin geniş bir kitle tarafından izlenmesini sağlanabilmekte, bu görüntülerle ilgili diğer kullanıcılar yorum yapabilmektedir. Başkalarının videolarını izlenilebilmekte, bunlar hakkında yorum yapabilmekte, beğenilenler favorilere eklenebilmektedir. Yapılan yorumlar yeni arkadaşlar edinmeyi, hikaye ve deneyimler eğlenceli zaman geçirmeyi sağlayabilmektedir (İzlesene, 2019).

#### **2.2.1.2.4. Instagram**

Instagram, 2010 yılında Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından kurulmuş, 2012 yılı Nisan ayında Facebook tarafından satın alınmış olup sosyal medya üzerinden ücretsiz metin, fotoğraf, video paylaşım, canlı yayın yapma ve görüntülü arama yapabilme olanağı sunan bir içerik paylaşım platformudur. Kullanıcı sayısı son bir iki yılda müthiş sayıda artan Instagram'ın kullanıcıları paylaştıkları gönderileri diğer sosyal medya ağlarıyla da paylaşabilmektedirler. Kişisel eğlence ve paylaşım amacı dışında Instagram mağaza, şirket ve kuruluşlar tarafından da

özellikle reklam ve satış amacıyla aktif olarak kullanılmaktadır. Online ticaret yapan şahıs veya mağazalar ürünlerinin fotoğraflarını, ürün tanıtımı yaptıkları hikaye ve videolarını Instagram hesaplarından takipçileriyle paylaşarak kısa sürede binlerce kişiye ulaşabilmektedirler. Takipçi sayısı fazla olan kullanıcılar da hesaplarında reklam vererek gelir elde edebilmektedirler.

Instagram'ın fotoğrafları Instamatic ya da Polaroid fotoğraf makinalarının formatına benzer bir tam kare bir kadrajla kaydetmesi veya paylaşması, onu geleneksel fotoğraf anlayışından ayrılan temel özelliğidir (Türkmenoğlu, 2014:96). Uygulamayı ilgi çekici yapan en önemli özelliklerden biri fotoğraflara uygulanabilen filtrelerdir. Filtreler fotoğrafın kusurlarını gidermektedir. Ayrıca filtrelerle yetinmek istemeyen kullanıcılar "düzenle" seçeneği ile fotoğrafın özelliklerini değiştirebilmektedirler. Bunun yanı sıra fotoğraflarla kolajlar oluşturulabilmektedir. Kullanıcılar Instagram uygulaması ile fotoğraflarını diğer sosyal ağlarda paylaşabilmektedir. Instagram kullanıcıları diğer kullanıcılarla Instagram üzerinden iletişim kurulabilmekte, birbirlerinin fotoğraflarını beğenilebilmekte ve yorumlayabilmektedir. 2013 yılında gelen "etiketleme" özelliğiyle sosyal ortamlarda fotoğraflara sınıflanabilme fırsatı tanınmıştır. Buna karşın başkalarının fotoğraflarındaki etiketler kaldırılarak veya "Profilimde gizle" seçeneği kullanılarak hesap sahibi şahsi fotoğraflarının sadece kendi hesabında görüntülenmesini sağlayabilmektedir. Instagram ile kullanıcılar birbirlerini takip edebilmekte ve iletişime geçebilmektedir. "Gönderi uyarılarını etkinleştir" özelliği ile gönderileri hiç kaçırılmak istenilmeyen hesaplar için uyarılar etkin hale getirilebilmekte bu şekilde söz konusu hesap sahibi herhangi bir paylaşım veya hareket yaptığında uyarı bildirimini alabilmektedir. Instagram, fotoğraf ve videolardan oluştuğu için veri kotasını hızla tüketebilmektedir, buna da çözüm geliştirmeye çalışan Instagram veri kullanımını azaltmak için kullanıcı profili altında "Mobil ağ kullanımı" "Daha az veri kullan" seçeneğini eklemiştir. Instagram, bir süredir çoklu hesap yöntemini de desteklemektedir. Kişisel ve profesyonel olmak üzere iki ayrı hesabı olan bir kullanıcı "Hesap ekle" seçeneğini kullanarak hesaplarını uygulamaya ekleyebilmekte ve her bir hesabından uygulamayı kullanabilmektedir. Gönderilerinin daha fazla ilgi çekmesini isteyen kullanıcılar, "Boomerang" ile takipçi toplayabilmektedir. Bunların

yanı sıra Instagram'da hashtagify.me gibi araçlar kullanılarak hangi hashtag'ların aktif olarak kullanıldığı keşfedilebilmektedir. Instagram'da diğer kullanıcılara ulaşmanın en çok kullanılan yolu doğru hashtag'ları kullanmaktır (Instagram, 2019).

#### **2.2.1.2.5. Slideshare**

2006 yılında bilgi paylaşımını kolaylaştırma hedefi ile kurulan Slideshare, 2012 yılında LinkedIn ailesine katılmıştır ve o zamandan beri profesyonel içerik oluşturmak amacıyla kullanılmaktadır. 40 içerik kategorisinde 18 milyondan fazla yüklemeye, bugün dünyanın en çok ziyaret edilen 100 web sitesinden biri Slideshare sayesinde kullanıcılar; sunum dosyası, rapor, haber bülteni, proje dosyası, sanal eğitim materyali gibi farklı türden belgeleri çevrimiçi ortamda paylaşma imkânı sunmaktadır (Slideshare, 2018). Platforma Facebook, Twitter, linkedIN ve Google+ üzerinden de erişim sağlanabilmektedir. İngilizce, İspanyolca, Portekizce, Almanca ve Fransızca dillerinde hizmet veren platformun Türkçe hizmeti henüz yoktur.

#### **2.2.1.2.6. Flickr**

Flickr, Yahoo şirketinin fotoğraf paylaşma sitesi olan ve bu sebeple Yahoo mail adresi kullanılarak fotoğraf yayınlama, etiketleme ve fotoğraflara erişme imkanı sağlayan bir içerik paylaşım platformudur. Şubat 2004'te "Ludicorp" tarafından geliştirilmiş ve Mart 2005'te Yahoo tarafından satın alınmıştır. Flickr kullanıcıları yükledikleri fotoğraflarının kimler tarafından görünmesini istiyorlarsa kişisel ayarlarını istekleri doğrultusunda düzenleyebilmekte, fotoğraflar üzerinde etiketleme yapabilmekte ve gruplar kurabilmektedirler. Bu da popüleritesindeki artış nedenlerinden biridir. Flickr'in bu kadar popüler olmasının nedenlerinden biri de, Blogger'ların fotoğraf deposu olarak kullanılmasıdır. Bünyesinde milyarlarca fotoğraf ve 2 milyon grup barındırmaktadır (Flicker, 2019).

#### **2.2.1.2.7. Photobucket**

Photobucket, 2003 yılında; fotoğraf, video ve grafiklerinizi yüklemek, paylaşmak, bağlantı vermek ve aramak için kurulmuş ücretsiz bir içerik paylaşım sitesidir. Photobucket ile çok fazla fotoğraf ve uzun videolar saklanabilmekte, e-mail ya da Facebook, Twitter, Myspace gibi sosyal ağlarda paylaşılabilir. Bünyesinde 15 milyondan fazla resim barındırmaktadır (Photobucket, 2019).

#### **2.2.1.2.8. Foursquare**

Konum tabanlı bir sosyal ağ olan Foursquare 2009 yılında Dennis Crowley ve Naven Selvadurai tarafından kurulmuştur. Temel mantık olarak Foursquare, kullanıcıların kendi ve sosyal çevresinin konumlarını “check-in” adı verilen sistemle paylaşıp değerlendikleri bir ortamdır. Bununla birlikte kişilerin konumları hakkında yaptıkları yorumlara bakarak kişi gideceği yer hakkında fikir sahibi olabilmektedir (Özdiñç, 2014).

Swarm ile entegre şekilde çalışan Foursquare, konum bazlı çalışan bir uygulama olup akıllı telefonlarda bulunan GPS özelliği sayesinde kişilerin bulunduğu yerlerdeki konumlarını ve bu konum hakkındaki yorumlarını paylaşarak çevrelerindeki kişilere bilgilendirme yapmakta ve bir nevi işlerini kolaylaştırmaktadır. Örneğin bir kafede yer bildirimini yapan kullanıcı, bildirimine o yer hakkında yorum yazarak oranın tercih edilebileceğini veya tavsiye etmediğini isteğine göre sadece arkadaşlarıyla veya herkesle paylaşabilir.

#### **2.2.1.2.9. Swarm**

Swarm, 5 Mayıs 2014'te mobil yazılımlara uygun olarak Foursquare tarafından ortaya çıkarılmıştır. Kullanıcıların yer bildiriminde bulunmaları için geliştirilmiştir. Önceleri Foursquare uygulamasıyla yer bildirimini yapabiliyor mekanlara tavsiyeler bırakabiliyorken daha sonra Foursquare, check-in işini Swarm'a devretmiş ve Foursquare uygulamasını da mekan tavsiyesi aracı olarak kullanıcıların beğenisine sunmuştur. Swarm'ı kullanabilmek için mail adresi olması yeterli olmakla birlikte bunun dışında Facebook adresi ile de kayıt olunabilmektedir. Metin, fotoğraf ve yer bildirimini paylaşımına imkan veren Swarm'da arkadaş ekleme özelliği ile chatte yapılabilmektedir. Ayrıca yapılan checkinlerle mayorluk kazanılabilmekte ve toplanılan puanlar ile haftalık liderlik listesi ile arkadaşlar arasında sıralama yapılabilmektedir (Swarm, 2019).

#### **2.2.1.2.10. Fizy**

Fizy, bir müzik arama motoru ve keşfetme servisidir. Tasarımı sade ve basit kullanımlıdır. Kullanıcı Fizy ile istediği müziği cebinde, tabletinde, bilgisayarında, televizyonunda vs. saklayabilmektedir. Ücretsiz indirilen uygulamanın kullanımı ilk



ay ücretsiz şekilde kampanyalar sunulsa da genel olarak ücretlidir. Kullanıcı Fizy ile istediği sanatçı, şarkı, liste, video ve albüm adını arayabilmekte, Fizy tarafından kullanıcıya özel hazırlanan Fizy listelerine ulaşabilmekte, radyo kanalları ücretsiz dinleyebilmekte, video klipleri izleyebilmekte, dinleme alışkanlığına göre kullanıcıya özel hazırlanan haftalık keşif listesine ulaşabilmekte, sevdiği sanatçıların konserlerini Fizy'den canlı izleyebilmekte, profilini oluşturabilmekte, listelerini tüm Fizy kullanıcılarına açık hale getirebilmekte, beğendiği şarkıları diğer sosyal ağlarda paylaşabilmekte ve çevrimdışı özelliği ile internet olmadan da dinleme yapabilmektedir (Fizy, 2018).

#### **2.2.1.2.11. Last.fm**

Last.fm, bir müzik tavsiye servisidir. Bu sistemde kullanıcıların en çok dinlediği şarkı ve şarkıcılardan yola çıkarak müzik zevklerine uygun olan bir profil oluşturabilmekte, bu şarkıları geliştirip profil sayfalarında yayımlayabilmektedirler. Profillerinde sevdikleri şarkıların arşivlerini oluşturarak, istedikleri zaman onları tekrar dinleyebilmektedirler. Aynı zamanda arkadaşlarına bu site aracılığıyla ulaşabilmekte, istedikleri kişileri arkadaşları olarak ekleyerek onların sayfasına yorum yapabilmekte ve dinledikleri şarkılara ulaşabilmektedirler. Buna ek olarak Last.fm kullanıcılarına müzik zevklerine uygun önerilerde bulunmaktadır. Last.fm listelerini kullanıcılar web sitelerine de ekleyebilmektedir. Cici denilen bu listeler sayesinde siteye girenler site sahibinin dinlediği şarkılara erişebilmektedir. Türkçe desteklidir (Last.fm, 2019).

#### **2.2.1.3. Bloglar**

Web 2.0 teknolojisi ile kullanılmaya başlayan, web ve log kelimelerinin birleşmesiyle oluşan "weblog" kelimesinin kısaltılmış hali olan blog, web tabanlı günlük anlamında kullanılmaktadır. Weblog terimini ilk kez, 1997 yılında internet yazarı "Jearn Borger" kullanmıştır. Zarella'a (2010) göre, internetteki günlüklere "blog", bu işi yapmaya "blogging", yapanlara "Blogger" denilmektedir. Teknik bilgi ve donanım gerektirmeden orta düzey bir bilgisayar ve internet kullanıcısının kullanabileceği bloglar: sahiplerinin istedikleri konuları, gözlemleri, bilgileri ve deneyimleri yazabilmelerine; oluşturdukları yazılarının içine resim, video, ses, şekil ve çok daha fazlasını yerleştirebilmelerine imkan vererek sayfalarını internet

ortamında tüm dünyaya ulaştırmalarını sağlamaktadır. Blog sahibinin kontrolü dahilinde yazılan ve yayınlanan yazıların takipçilerinin yorum yapmalarını, oylamalarını, değerlendirmelerini ve yapılan yorumlara cevap verilerek mesajı gönderenle alıcılar arasında geri bildirim dayalı iki yönlü bir iletişim kurulmasını sağlayan bloglarda, gönderinin sonunda yazarın adı ve mesajın gönderildiği zaman belirtilebilir. Bloglarda yazı ve yorumlar genellikle güncelden eskiye doğru sıralanmış şekildedir (Blog, 2018).

Blogların bazı özelliklerini Mayfield (2008:16) şu şekilde sıralamıştır:

- ❖ **Ton:** Bloglar çoğunluğu, kişisel ve konuşma tarzındadır. Genellikle tanımlanmış bir yazar veya yazar grubunun çalışmalarından oluşur.
- ❖ **Konu / Başlık:** Yazılacak olan içerik hakkında tanımlayıcı bilgi verir.
- ❖ **Linkler ve Geri izleme:** Bir makale veya blog yayımına atıfta bulunmak veya hakkında daha fazla bilgi vermek için blog içerisine ilgili web sitesine ulaşmayı sağlayan bağlantılar eklenebilir.
- ❖ **Yorumlar:** Her blog yayımının bir yorum, mesaj bölümü vardır. Büyük kitlelere sahip bloglarda bu bölümlerdeki tartışmalarda yüzlerce kişi tarafından yorum gelir.
- ❖ **Abonelik:** Bloglarda yeni içeriklere kolaylıkla ulaşmak için RSS teknolojisi ile abonelik yapılır. Blog hizmeti sunan bir çok servis bulunmaktadır. En basit abonelik olarak ücretsiz Google Blogger hizmeti örnek verilebilir. WordPress ve TypePad gibi diğer servislerde ek özelliklerde ücret istenilmektedir.

Bloglar farklı amaç ve kullanım şekillerine göre çeşitlilik göstermekle beraber Mayfield (2008) blogları; kişisel bloglar, temasal bloglar, topluluk blogları ve kurumsal bloglar olarak ele almıştır.

#### **2.2.1.3.1. Blogger**

Blogger, kullanıcıların iletişim kurmaları, kendilerini ifade etmeleri ve konuşma özgürlüğüne sahip olmaları için tasarlanmış ücretsiz bir hizmettir. Web ortamında blogları kaydetme işlevini üstlenen ve blog yazarı anlamında kullanılan Blogger son zamanlarda oldukça popüler olan içerik yönetim sistemidir. Pyra Labs

tarafından geliştirilip 1999 yılında faaliyete geçen blogger.com isimli site, 2003 yılında Google tarafından satın alınmış olup internetteki ilk blog hizmet sağlayıcıdır. Türkçe ile beraber bir çok dilde kullanımı olan ve google tarafından satın alındıktan sonra kullanımı yaygınlık kazanan Blogger, en çok kullanılan ağ sitelerinden birisidir. Google firması, çeşitli temaları da ücretsiz sunarak kullanıcıların bir nevi ücretsiz web sitesi dizayn etmelerine aracılık etmektedir. Blog ara yüzü için birçok şablon seçeneği sunmakta, kullanıcı ihtiyacına uygun olanı seçenilmektedir (Blogger, 2018).

Tekin (2016) Blogger'ların özelliklerini;

- ❖ Kullanımı ücretsizdir,
- ❖ Blogger kullanılarak yalnızca birkaç adımda bloglar kolay ve hızlı bir şekilde düzenlenebilir. Metin, fotoğraf ya da video yayınlanabilir,
- ❖ Blogger; kullanıcıların sayfalarını özelleştirmelerine olanak veren bir HTML editörü içermektedir,
- ❖ Okuyucular tarafından geri bildirim yapılabilir,
- ❖ Blogger'de şu anda İngilizce, Fransızca, Almanca, İspanyolca, Portekizce, Çince, Japonca dâhil onlarca dil mevcuttur, şeklinde sıralamıştır.

#### **2.2.1.3.2. WordPress**

WordPress, Mike Little ve Matt Mullenweg'in 2003 yılında oluşturduğu b2/cafeolog projesinin devamı niteliğindedir. WordPress, İçerik Yönetim Sistemi (Content Management System/CMS) olarak adlandırılmaktadır. WordPress, blog veya uygulama oluşturmak için kullanılabilen açık kaynaklı bir yazılımdır. Bu özellikleri sayesinde dünyanın her yerinden isteyen herkesin katkıda bulunmasına açık olan çok sayıda içeriğin oluşturulup yayınlanabileceği bir platform olarak adlandırılmakta, her geçen gün üye sayısını artırmaktadır. Birçok özelliğini ücretsiz olarak sunan WordPress gelişmiş özellikler için ücretli üyelik istemektedir. Böylelikle gelişmiş seçeneklerden ücretli kullanıcılar yararlanarak içerik oluşturup, oluşturdukları içerikleri yayınlama imkânlarına sahip olabilmektedir. İlk başlarda bir blog sistemi olarak yayına başlayan WordPress zamanla e ticaret, haber ve bunun

gibi birçok sitenin kurulmasına imkan tanıyan bir sitem haline gelmiştir. Herhangi bir kod bilgisi olmadan kullanıcı WordPress ile kendi web sitesini yaratıp yayınlatabilmektedir (Wordpress, 2018).

#### **2.2.1.3.3. Blogcu**

Blogcu, Türkiye'nin ilk blog platformudur. Blogger'ın türkçe versiyonu olan Blogcu, 2005 yılından bu yana ücretsiz şekilde hizmet veren bir sistemdir. Temel mantığı Blogger ile aynı olan platform, kullanıcıların internet ortamında kendi sayfalarını oluşturmalarına imkan sağlamaktadır. Herkesin ücretsiz üye olabildiği platformda kullanıcı üye olduktan hemen sonra bloğu yayına hazır olmaktadır. Kullanıcı hazır şablonları kullanarak bloğun görünümünü istediği şekilde değiştirebildiği gibi içeriğinin ne olacağına da kendisi karar verebilmektedir. Blogcu, web tasarımı yahut programlama gibi teknik bilgilere ihtiyaç duymadan kişisel bloglar oluşturabilecek halde düzenlenmiştir. Kullanıcı blog açarak yazı, resim veya belgelerini kolaylıkla internette yayımlayabilmekte kendisine ait bir alana sahip olabilmektedir. Bloğa eklenen içerikler blog sahibinin isteğine bağlı olarak dilerse tüm dünyaya, dilerse sadece blogcu kullanıcılarına hatta dilerse sadece arkadaş veya sadece kendisine açılabilir. Diğer blogcular veya site ziyaretçileri, bloğa eklenen yazılara yorum yapabilmektedir. Eklenen yorumlar blog sahibi tarafından düzenlenebilmekte, silinebilmekte hatta hiç yorum yayınlanmaması sağlanabilmektedir (Blogcu, 2018).

#### **2.2.1.3.4. LiveJournal**

LiveJournal; özellikle yazılarının herkes tarafından görünmesini istemeyenlerin tercih ettiği, kullanıcıların köşe yazısı ya da günlük tarzında yazabildiği, en eski ve en sık kullanılan blog türlerinden biridir. 1999'dan beri hizmet veren LiveJournal, ortak ilgi alanlarını paylaşmak, yeni arkadaşlarla tanışmak ve kendilerini ifade etmek isteyen çok çeşitli yaratıcı bireylere ev sahipliği yapmaktadır. San Francisco merkezli SUP firmasının sahibi olduğu sitede temel uygulamaların tamamı ücretsizdir ancak ücret karşılığında daha fazla hizmet ve araç sunulmaktadır (LiveJournal, 2019).

#### **2.2.1.3.5. Open Diary**

Open Diary günlük tutan herkesin web ortamında günlük tutabileceği bir platformdur. Uygulama kullanıcılara istediği boş bir alan vermektedir. Kullanıcı günlüğünün gizlilik ayarlarını yapabilmekte; ister sadece kendisine ister arkadaşlarına isterse herkese paylaşımı açabilmektedir (Open Diary, 2019).

#### **2.2.1.3.6.Typepad**

Ücretli blog servisi sunan typepad kullanıcılarına hizmetlerini ücretsiz olarak 14 gün deneme imkanı sağlamaktadır, Facebook ve Twitter ile entegrasyona sahiptir. Typepad ile bilgisayar, cep telefonu hatta e-posta yoluyla yazılar yayınlanarak blog oluşturabilmektedir. Kullanıcı hazır temaları kullanabileceği gibi sıfırdan tema tasarımı da yapabilmektedir. Kazanç elde etmek isteyen kullanıcılar ürün ve hizmetlerini bloglarında paylaşarak reklamlarını yapabilmektedirler (Typepad, 2019).

#### **2.2.1.4. Mikrobloglar**

Mikroblog, diğer blog türlerinde olduğu gibi metin, fotoğraf, video, ses vs. içeriklerin anlık, daha kısa ve dar kapsamlı olacak şekilde paylaşıldığı özelleştirilmiş bir blog türüdür. Kullanıcı gönderilerini kendi isteğine göre herkesin görebileceği şekilde paylaşabileceği gibi sadece belirli kişilerle de sınırlandırabilmektedir. İçerik oluşturmanın oldukça basit olduğu mikrobloglarda uzun uzun cümleler, paragraflar yerine karakter sayısı sınırlı cümleler kullanılır. Örneğin, En popüler mikroblog servislerinden olan Twitter'da girilen her blog yazısı 140 karakterle sınırlıdır.

Dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen bir gelişme ya da olay, en hızlı şekilde mikrobloglar sayesinde duyurulmaktadır. İnsanların anlık olarak duygu, düşünce, fikir, görüş, öneri ve durumlarını başkalarıyla paylaşmalarını sağlayan mikrobloglar, özellikle bilgi ve haber paylaşımı amaçlı kullanılmaktadır. Mikrobloglar, mobil cihazlarda da kullanılabilir olmasından dolayı zaman kısıtlılığına çözüm üreterek kullanıcıların birbirlerinin mesajlarına anında cevap vermelerine imkan vermekte ve bu yönüyle diğer sosyal medya araçlarına üstünlük sağlamaktadır.

Mikroblogların en çok öne çıkan özelliklerini Holotescu ve Grosseck (2010);

- ❖ Dijitalde fikir aktarımına veya tartışma yapılmasına imkan verir,
- ❖ Herhangi bir konuda veya zamanda topluluk yarılmasını sağlar,
- ❖ İşbirlikçi öğrenmeyi destekler,
- ❖ Farklı disiplinlerdeki insanları bir araya getirir,
- ❖ Proje çalışmalarında işbirliği olanağı verir, öğrencilerin değerlendirilmesine katkı sağlar,
- ❖ Konferans tarzı etkinlikler sağlar,
- ❖ Bireysel öğrenme ortamı sunar,
- ❖ Yabancı dil öğreniminde oldukça fayda sağlar,
- ❖ Eğitim-öğretim sürecinde etkili şekilde kullanılabilir, şeklinde sıralamaktadır.

Mikroblogların geleneksel bloglara göre daha hızlı ve pratik olmasından dolayı kullanıcılar blog yazmaya fazla zaman ayırmadan mobil telefonlar üzerinden bile kolay ve hızlı bir şekilde anlık olarak mesaj gönderebilmektedir (Safko ve Brake, 2009:264; Doğruluk, 2017:27). Kullanım ve erişim kolaylığının da etkisiyle mikroblog kullanıcılarının sayısı gün geçtikçe yaygınlık kazanmaya devam etmektedir.

#### **2.2.1.4.1. Twitter**

Günümüzün popüler sosyal paylaşım ağlarından biri olan Twitter en iyi bilinen mikroblog servsidir. Twitter; 2006 yılında Evan Williams, Jack Dorsey ve Biz Stone tarafından geliştirilmiştir (Safko ve Brake, 2009; Doğruluk, 2017). Twitter, ilk defa kullanılmaya başlandığında kişilerin anlık durumlarını paylaşmayı amaçlamıştır. Ancak kullanıcı sayısının artması, ticari ve kültürel faaliyetlerdeki kurumların da Twitter'ı kullanmaya başlaması, sitenin kullanıcılara sorduğu temel soruyu da değiştirmiştir. Önceleri, "What are you doing?" "Şu anda ne yapıyorsun?" diye sorulurken, 2009'dan itibaren "What's happening?" "Şu anda ne oluyor?" diye sorulmuştur (Genç, 2010). Şu anda Twitter kendini "tam olarak şu an dünyada olup bitenler ve insanların konuştukları konulardır" şeklinde tanımlamaktadır.

Twitter da Twitpic uygulaması ile fotoğraf, Twitvid uygulaması ile de videonun yüklenmesi sağlanırken, kullanıcılar sayfaların şablonunu kendine göre düzenleyebilmektedir (Bat, 2012:61). Kullanıcıların yazıp paylaştıkları kısa gönderilere "Tweet" adı verilmektedir. Twitter, maksimum 140 karakterle sınırlı metinler yazmaya, ses, görüntü, video ve veri paylaşmaya olanak sağlayan bir sosyal paylaşım ağıdır. Twitter kullanıcı olabilmek için bir mail adresinizin olması yeterlidir. Kullanıcı tweetlerini kendi isteğine göre herkesin görebileceği şekilde paylaşabileceği gibi görünürlüğü sadece belirli kişilerle de sınırlandırabilir. Twitter; cep telefonu, tablet gibi kullanıcıların tercih edeceği çeşitli mobil cihazlar ile hayatın birçok alanında kullanılabilir.

Twitter'ın önemi her geçen gün artmaktadır. Geniş kitlelere sesini duyurmak isteyen birey, toplum ve kurumlar Twitter'ı kullanmaktadır (Menteşe, 2013:9). Özellikle seçimlerde siyasetçilerin sosyal medya platformlarından yararlanmalarının onlara artı puan kazandıracığını belirten uzmanlar, yenilikçi bakış açılarının belirleyici olacağına dikkat çekmektedirler (Bozkurt, 2010:50). Türkiye'de 2011 yılından itibaren Türkçe kullanılmaya başlanan Twitter'ı günümüz siyasetleri aktif şekilde kullanarak halka bildirmek istedikleri duyuruları anlık olarak hedef kitlelerine ulaştırabildikleri gibi birbirlerini destekleyici ve eleştirici tweetleri ile karşılıklı iletişimde de bulunmaktadır.

#### **2.2.1.4.2. Tumblr**

David Karp tarafından 2007 yılı şubat ayında kurulmuş genel merkezi New York olan Tumblr, hem bir sosyal ağ hem de kişisel bir blog sayfası tarzında tasarlanabilen bir mikroblog sitesi olup 18 dilde hizmet vermektedir. Tumblr kullanıcının tarzına uygun blog oluşturmasını ve farklı bloglara erişmesini sağlamaktadır. Bir blog takip edildiğinde, o blogdan gelen gönderiler kullanıcı panosunda gösterilmekte ve yorum eklenilebilmektedir. Bu şekilde kullanıcıların tanışmasına da imkan sağlamaktadır. Tumblr; WordPress, Blogger, Blogcu ve Typepad benzeri blog servislerinin yaptığı görevleri üstlenmektedir. Twitter'a benzediği için eleştirilen Tumblr ile metinler, fotoğraflar, videolar, canlı videolar, ses dosyaları paylaşılabilirdiği gibi yazı tipi, sayfa düzeni kişiselleştirilebilmekte, diğer

insanlarla sohbet edilebilmekte ve istenilen konular takip edilebilmektedir. (Tumblr, 2019)

#### **2.2.1.4.3. Plurk**

2008 yılında hizmete geçen Plurk, kısa mesajlarla ya da linklerle kullanıcıların durum güncellemelerini, duygularını, resimleri ve videoları paylaşımlarına, arkadaşları ile bu girişler üzerinden tartışmalarına imkan vermektedir. Türkçe dil desteği de olan Plurk bir çok farklı dil kullanımını bünyesinde geliştirmiştir. Kullanıcıların tüm girişleri bir zaman çizelgesi üzerinde görüntülenmekte ve ziyaretçilerin bu çizelgeyi ileri geri hareket ettirilerek farklı bir deneyim yaşaması sağlanmaktadır (Plurk, 2019).

#### **2.2.1.4.4. Yammer**

Yammer, "David O. Sacks", "Adam Pisoni" tarafından 2008'de kurulmuştur. Merkezi Kalifornia ABD'dir (Yammer, 2019). Kurum içi etkileşimi hedef almasıyla diğer mikro bloglardan ayrılan Yammer'in yaratıcıları amaçlarını işyerinde ki insanlara yeni bir iletişim yolu sunmak ve birbirlerine daha sıkı bağlı takım olmalarını sağlamak olarak sıralamaktadırlar (Bostancı, 2010). Yammer bir kuruluştaki bağlanabileceği açık bir alan halindedir.. Microsoft Stream kullanılarak tümleşik videolarla duyurular ve yayınlar yaparak çalışanlara güncel bilgiler sağlanabilmektedir. Yöneticilerden satış temsilcilerine kadar herkese geri bildirim sağlama, güncelleştirmeleri paylaşma ve soru sorma imkanı sunulabilmektedir. Yammer, ortak ilgi ve uzmanlık alanlarına sahip kişileri bir araya getirmektedir. Herkesin katkısıyla yeni fikirler üretmek, en iyi yöntemleri paylaşmak ve yeni girişimleri teşvik etmek için topluluklar oluşturmayı amaçlamaktadır. Her grup yerleşik bir SharePoint ekip sitesi, belge kitaplığı, OneNote ve Planner'dan yararlanarak daha iyi çalışmak için doğru araçları kullanabilme imkanına sahiptir (Yammer, 2019).

#### **2.2.1.5. Wikiler**

Wiki kelimesi hawaii dilinde "hızlı" ve "çabuk" anlamlarına gelen bir sözcüktür. Ayrıca wiki sitelerinde genellikle "What I Know is ?" (Ne Biliyorum?) cümlesinin baş harflerinin birleşmesi ile oluşan bir kelime olduğu ifade edilmektedir.



İlk wiki web sitesi 25 Mart 1995'te Warn Cunningham tarafından "WikiWikiWeb" (www.wikiwikiweb.com) adı ile kurulmuştur (Safko ve Brake, 2009:181-182).

Sosyal medya ağlarından bazıları daha çok bilgi, belge ve deneyimleri paylaşma üzerine kurulmuştur (Aksak, 2017). Bunlardan en önemlisi olan wikiler, iş birliğine dayalı bilgi paylaşımıyla oluşturulan web sayfalarıdır. Uygulamaları birer açık kaynak ortamları olan bu sitelerde paylaşılan bilgiler kullanıcılarına ekleme, silme ve düzeltme imkanı vermektedir. Bu yönüyle wikiler sürekli gelişmeye müsait ve dinamik bir yapıya sahiptir. Bu sebeple wikilere, sayfalarının oluşmasına herkesin katkı sağladığı sanal ansiklopediler de denilmektedir. Wiki teknolojisi, kullanıcılara linkler yardımıyla sayfalar arasında bağlantılar oluşturmasına imkan sağlamaktadır. Dünya genelinde en çok kullanıcısı olan wiki türü Wikipedia'dır.

#### **2.2.1.5.1. Wikipedia**

Kurucularından "Jimmy Wales" Wikipedia'yı, "tüm dünyadaki insanların kendi lisanlarında, kaliteli ansiklopedi oluşturma ve yayma emeği" şeklinde ifade etmektedir (Bostancı, 2010:64).

Ocak 2001'de hizmete giren Wikipedia, 2003'ten itibaren de Türkçe kolu olarak Vikipedi adıyla hizmet vermeye başlamış, 2017 yılı itibariyle BTK tarafından Türkiye erişimi engellenmiştir. Wikipedia ile birlikte her kullanıcı basit metin editörleri görevi görebilmekte ve çeşitli değişiklikler yapabilmektedir. Kullanıcılar izleme listelerine ilgilerini çeken maddeleri ekleyebilmekte bu sayede bu maddelerin gelişimi izlenebilmektedir. Wikipedia'nın içeriğini dünyanın her köşesinden internete bağlanan kullanıcılar oluşturmakta, korumalı sayfalar dışındaki sayfalarda ekleme, çıkarma ve düzeltme yapılabilmektedir. Fakat bu özelliği nedeniyle Wikipedia eleştirilmektedir. Çünkü her kullanıcının bilgiler üzerinde değişiklik yapabilmesi, sistemin güvenilirliğinde ve doğruluğu üzerinde bazı şüphelerin oluşmasına sebep olmaktadır. Bazı kullanıcılar Wikipedia'yı bilerek ve isteyerek, yanlış ve manasız kullanmaktadır. Buna "vandalizm" denilmektedir (Bostancı, 2010:65)

### **2.2.1.5. Sosyal İşaretleme**

Sosyal etiketleme, sosyal işaretleme ya da sosyal imleme olarak anılan bu tarz siteler; kullanıcıların beğendiği siteleri depolama, saklama, arkadaşlarıyla paylaşma veya bunları düzenleme hizmeti sunmaktadır (Askeroğlu, 2010). Sosyal işaretleme ya da etiketleme kişilerin seçtikleri siteleri web ortamında kaydedebilmelerine, farklı yerlerden bu verilere ulaşabilmelerine ve istediklerinde paylaşabilmelerine imkan sağlamaktadır. Sosyal etiketlemede amaç, aynı amaç doğrultusunda hareket eden kişilerin aralarında kolay bir şekilde ilginç buldukları içerik ve siteleri paylaşabilmelerine imkan vermek ayrıca kullanıcılar arasında bilgiye ulaşmayı kolaylaştırmak ve buna erişimi sağlamaktır.

#### **2.2.1.5.1. Delicious**

Delicious (resmi adı "del.icio.us", telafuzu "delicious") bağlantıları depolamak, paylaşmak ve yeni siteleri keşfetmek için kullanılan etiketleme yapmaya yarayan sitedir. Site 2003 yılında sosyal yer imi hizmeti olarak Joshua Schachter tarafından kurulmuş, merkezi Amerika Birleşik Devletleri California eyaletinde "Santa Clara"dadır. 2005 yılında yahoo tarafından satın alınmış, Yahoo ve AVOS tarafından yeniden inşa edilmiştir. YouTube'un kurucuları "Chad Hurley" ve "Steve Chen" tarafından yönetilen site, küratörlüğün ve keşfin yeni bir odağıyla 2011 yılında yeniden başlatılmıştır. Daha sonra 2014 yılında Science tarafından satın alınmıştır. Sosyal etiketleme siteleri içinde on çok bilineni Delicious'tur. Delicious kişilerin saklamak istedikleri sık kullanılan linkler, makaleler, bloglar ve müzikler gibi bağlantıları depolayıp istedikleri zaman herhangi bir bilgisayardan paylaşabilmelerine olanak veren bir sosyal sık kullanım hizmetinin adıdır (Delicious, 2019)

#### **2.2.1.5.2. Digg**

Digg; genellikle politika, bilim ve diğer Internet trendlerinin paylaşıldığı, oylandığı ve yorumlandığı bir platform olarak ön plana çıkan haber paylaşım ve okuma platformudur. Kasım 2004' te "Jay Adelson" ve "Kevin Rose" tarafından kurulmuştur, genel merkezi New York, ABD'dir, 2012 yılında yeniden kurulmuştur (Digg, 18.02.2019). Bir haber ve içerik topluluğu olan Digg'de, üyeler ilgi çekeceğini düşündükleri içerikleri paylaşınca ve bu paylaşımlar diğer üyelerin beğenisine

sunulmaktadır. Üyelerin yanı sıra siteleri misafir katılımcılarda ziyaret edebilmektedir (Mayfield, 2008:25). Fazla oy toplayan ve ilgi gören içerikler ön sayfalara taşınmaktadır, her yeni gönderi en sonda olacak şekilde ters kronoloji ile gösterilir (Lerman, 2007). Digg kullanıcıları paylaştıkları gönderileri Facebook ve Twitter gibi sosyal ağlarla da paylaşabilmektedir.

#### **2.2.1.7. Forumlar**

Çevrimiçi iletişime dayalı bir platform olan forumlar, belirli bir konu hakkında kullanıcıların fikrini belirtmelerine, yorum yapmalarına, paylaşımında bulunmalarına, tavsiyelerine ve tartışmalarına imkan tanımaktadır. Forum kullanıcıları alışveriş, finans, oyun, eğlence, müzik, teknoloji, kültür, sanat, eğitim, iş, yaşam, sinema ve spor gibi ilgi alanlarına göre konular açabilmekte veya var olan konulara katılım sağlayabilmektedirler.

Her forumun yöneticisi ve belirlenmiş kuralları bulunmaktadır. Forum yöneticilerinin görevi tartışmalara rehberlik ya da liderlik etmek değil içerikleri denetleyerek uygun olmayan içeriklerin yayınlanmasını engellemektir (Mayfield, 2008). Forum üyeleri “moderatör” olarak tanımlanan yöneticiler tarafından belirlenmiş kurallara uymak zorundadır aksi takdirde yönetici tarafından engellenebilmektedirler. Forumlar genellikle web sitelerine yerleştirilebildikleri gibi tek başlarına da bir sosyal medya platformu olarak kullanılabilir. Blog ve forum arasındaki en büyük fark bloglarda konu, blogun sahibi tarafından açılırken forumlarda üyelerden herhangi biri yeni bir konu başlığı oluşturabilir.

#### **2.2.1.8. Podcastler**

Podcast sözcüğü, Apple firması tarafından üretilen ses dosyası oynatma özelliğine sahip i(Pod) cihazının isminden ve yayınlamak anlamına gelen broad(cast) kelimelerinin birleşmesinden meydana gelmektedir (Safko ve Brake, 2009:208; Doğruluk, 2017). Sözcük, dünyada ilk defa The Guardian Gazetesi teknoloji yazarı "Ben Hammersley" tarafından Şubat 2004'te türetilmiştir (Akar, 2010). Podcast servisleri, ses ve videoların, internet üzerinden uyumlu cihazlar için paylaşılması mantığı ile oluşturulan bir teknolojidir (Deperlioğlu ve Köse, 2010). Podcastler, abone olan kullanıcılarına internet ortamında video ve ses dosyaları yayınlama

imkanı sunan sosyal medya platformlarıdır. Video servislerini tanımlamak için 'vodcast' tabiri de kullanılmaktadır. Podcast'lerin temel amacı kullanıcıların kendi ses veya video dosyalarını oluşturarak internet üzerinden diğer kullanıcılara ulaştırabilmelerini sağlamaktır. Podcast'teki abonelik sayesinde indirilen ses veya video dosyalarının içeriğinde yapılan güncellemeler otomatik olarak kullanıcıya ulaşmaktadır.

Podcast, erişim ve içerik üretimi açısından kullanımı en kolay sosyal medya araçları arasında yer almaktadır. Temel bilgisayar bilgisi, mikrofon ve internet erişimi sayesinde Podcast'ler kolaylıkla hazırlanıp yayınlanabilir. Ayrıca kullanıcılar ilgi alanlarına göre istedikleri Podcast'leri bilgisayarlarına veya mobil cihazlarına indirerek zaman ve mekân sınırlaması olmadan istedikleri zaman izleme ve dinleme imkanı bulmaktadır (Akar, 2010:110).

Jham vd. (2007) Podcasting'lerin avantaj ve dezavantajları şu şekilde sıralamaktadır:

#### Avantajları:

- ❖ Kullanıcıların zaman ve mekandan bağımsız içeriğe erişmesini sağlar,
- ❖ Ücretsiz abonelik sağlar ve ürünlerin fiyatı uygundur,
- ❖ Online erişime imkan verir,
- ❖ Kullanımı basittir.

#### Dezavantajları:

- ❖ Güncel teknolojiye uyum sıkıntıları,
- ❖ Akademik bilgi eksikliği ve lisans zorunlulukları,
- ❖ Sınırlılıklar ve eğitsel kaynak eksikliği,
- ❖ İşlevinin üniversite öğrencileri ve eğitimcileri tarafından tam olarak bilinmemesi.

### 2.2.1.9. Sanal Dünyalar

Nesne tabanlı bilgisayar ortamlarının gelişmesiyle birlikte 1990ların başında ortaya çıkan 3B sanal teknolojilerin popülerliği hızla artmaktadır. 3B sanal teknolojiler genel bir terim olmakla birlikte Kitlesele Çok Kullanıcılı Çevrimiçi Rol Yapma Oyunları (Massive Multiplayer Online Role Play Game – MMORPG) ve 3B Sanal Dünyalar gibi örnekleri bulunmaktadır. Her iki teknoloji de; kullanıcıların avatarlar ile temsil edilmesi, ortamlarla ve diğer avatarlarla etkileşim sağlayarak 3B ortam tecrübesini yaşama imkânı sunması gibi ortak özellikleri nedeniyle bazen birbirinin yerine kullanılmaktadır (Göktaş, 2017).

Sanal dünya, gerçek dünyayı canlandırmak üzere tasarlanmış üç boyutlu dijital ortamdır. Web tabanlı, kullanıcıların kendilerine göre avatarlar oluşturduğu ve bu avatarları kendi kimlikleriymiş gibi sanal ortamda yaşatmaya çalıştıkları sistemlerdir. Gerçek dünyada olduğu gibi coğrafik özellikler (yer çekimi, topoğrafya vs. ), yazı ve sesli iletişim ve etkileşim vardır. Sanal dünyaların en yaygınları Active Worlds (Aktif Dünyalar), There (Orada), Second Life (İkinci Yasam) gibi oyunlardır. Aynı şekilde EverQuest, Ultima Online, Lineage (Nesil), World of War (Warcraft Dünyası, WOW) gibi oyunlar da yaygın çok oyunculu rol oyunları olarak ayrılmaktadır. Rol oyununda avatar büründüğü kimliğin görevlerini yerine getirmektedir. Sanal dünyada ise karakterin ne yapacağı kullanıcı kontrolüne bağlıdır. Kullanıcılar oyunca gerçek hayatta görmediği yerleri görmek, tanıyamayacağı kişilerle tanışmak gibi gerçek hayatta yaşayamayacağı fırsatları yakalar. Kullanıcılar ihtiyaç duydukları eşyaları kendileri üretip diğer kullanıcılarla değiş tokuş veya satış yapabilmekte bu şekilde pasif tüketici değil aktif katılımcı olmaktadır (Hanoğlu ve Mineoğlu, 2007:36; Bostancı, 2010:83; Kök, 2013: 66 ve Aslan, 2017).

Sanal dünyalar, 2006-2009 yılları arasında milyonlarca çevrimiçi kişinin sanal araziler üzerine sanal binalar inşa edip avatarlar ve kurumlar yaratmasıyla muazzam bir ilgi görmüştür. Linden Lab'in Second Life'ı dünya standartlarında üniversiteler, tarihi mekanların yeniden yaratılmasından ünlü müze ve sanat eserlerinin çoğaltılmasına kadar binlerce eğitim projesine ve deneyine ev sahipliği yapmıştır. Araç yapımında, iklim simülatörlerinde ve fizik motorlarında bu platformların

gerçekliği simüle etme kabiliyetini artırmak için çok fazla enerji harcanmıştır. Bu platformların geliştirilmesindeki amaç, bu ortamların benzersiz ve sürükleyici öğrenme fırsatlarını destekleyebilmesi ve bunu insanlara gerçek ortamlarında olduğunu hissettirecek şekilde yapılmasıdır.

Dünyada, 3B sanal platformların kullanımı gün geçtikçe artmaktadır. Alan yazında kullanılan birçok farklı 3B sanal dünya platform örneği bulunmakta ve kullanıcı sayısı 2000li yıllarla birlikte katlanarak artmaktadır. Günümüzde popüler uygulamalar arasında Second Life, Active Worlds, OpenSimulator, There, Twinity, vAcademia, Open Wonderland, Kaneva, Open Cobalt ve OnLive! Traveler sayılabilir. Bununla birlikte çalışmalarda daha çok 43.5 milyon civarında kayıtlı kullanıcısı bulunan Second Life platformunun (Second Life Grid Survey, 2015) tercih edildiği görülmektedir. Bu platformlar eğitim-öğretim alanına büyük katkı sağlamaktadır (Göktaş, 2017; Tokel ve Cevizci, 2014).

#### **2.2.1.9.1. Second Life**

Sanal dünyalardan en bilineni Second Life'dır. "Linden Research" firması tarafından 2003 yılında hizmete sokulmuş üç boyutlu sanal oyundur. Kullanıcı etkileşimine açık yazılımla birlikte çok fazla yer vermesi klasik oyun stansartlarından farklılaşmasını sağlamaktadır. Eğitimden ticarete her türlü senaryoya göre Second Life ortamı geliştirilmektedir. Second Life gerçek yaşamın sanal ortama taşınmış halidir. Kullanıcılar sosyal medya platformlarında olduğu gibi burada da etkileşime girebilmektedirler ancak burada etkileşim hareketli avatarlar eşliğinde gerçekleşir. Kullanıcı sanal karakterin; görsel özelliklerini kendisi belirler, onu şekillendirir ve yarattığı bu karakter ile oyuna başlar. Avatar gerçek insanların gerçek hayatta yaptıkları; giyinmek, alışveriş yapmak, yemek yemek, evinin mimarisini tasarlamak, menkul ve gayri menkul satın almak, evlenmek vs. gibi her şeyi yapabilmektedir. Second Life her geçen gün yeni katılımcılar ve yeni inşa edilen yapılarla genişlemeye devam etmektedir (Bostancı, 2010).

### **2.2.1.10. Diğer Sosyal Medya Platformları**

#### **2.2.1.10.1. WhatsApp**

Mobil teknolojilerin gelişmesi ile birlikte anlık mesajlaşma programı olan "WhatsApp" 2009 yılında kullanıcı hizmetine sunulmuştur. Akıllı telefonlarda kullanım için geliştirilmiş olan WhatsApp; arama yapabilme, mesajlaşma, belge, konum, fotoğraf, video ya da ses kaydı gönderme, görüntülü görüşme yapabilme, grup oluşturma ve gruba istenilen kişileri ekleyip çıkarabilme özelliklerine sahiptir. Telefonun kişi listesi ile entegre çalışan uygulamada anlık sohbet edilebildiği gibi internet olmadığında depolanan iletilere internet geldiğinde erişilebilmektedir. Nerdeyse bütün telefonlara uyumlu bir halde çalışan WhatsApp en çok tercih edilen anlık mesajlaşma uygulamasıdır. WhatsApp'ta kalıcılığı 24 saat süren ve bazı uygulamalarda hikaye adı verilen durum güncellemeleri de paylaşılabilir. Durum güncellemeleri kullanıcının listesinde kayıtlı WhatsApp kullanıcılarının hepsiyle paylaşılabilir gibi kullanıcının isteğine bağlı olarak belirli kişilerle de paylaşılabilir (WhatsApp, 2019).

#### **2.2.1.10.2. Snapchat**

"Evan Spiegel", "Bobby Murphy" ve "Reggie Brown" tarafından mobil teknolojilerin gelişmesi ile birlikte akıllı telefonlar için geliştirilmiş, platformlar arası çalışma özelliğine sahip bir anlık mesajlaşma uygulaması olan Snapchat 2011 yılında kullanıcıların hizmetine sunulmuştur. Kullanıcıların birbirlerine metin, fotoğraf, ses veya video göndermesini sağlamaktadır (Snapchat, 2019).

Snapchat'in diğer anlık mesajlaşma uygulamalarından farkı eğlenceli lensleridir. Kullanıcının fotoğraf çekerken ekranda yüzünün üzerinde tıklamasıyla birlikte ekrana seçenek olarak gelen lensler yardımıyla bir nevi photoshop programı gibi fotoğraf üzerinde oynama yaparak çekim yapılabilir. Uygulamanın çekilen video veya fotoğrafların üzerine resim çizme, yazı yazma veya Snapchat uygulamasının sunduğu emojileri ekleme özellikleri bulunmaktadır. Uygulama üzerinden oluşturulan iletilere "snap" adı verilmektedir.

Snapchat'in diğer anlık mesajlaşma uygulamalarından en önemli farkı ise snaplerin belirli bir süre sonra kendiliğinden silinmesidir. Oluşturulan iletinin

kalıcılığı kullanıcının isteğine göre en fazla 10 sn olarak ayarlanabilmektedir. Belirlenen süre dolduğunda oluşturulan fotoğraf veya video otomatik olarak silinmektedir. Oluşturulan snapler sadece kullanıcı listesi veya listedeki belirli kişilerle paylaşılabilirdiği gibi herkese görünecek şekilde de paylaşılabilir. Snaplerin diğer kullanıcılar tarafından sadece bir kere görüntülenip bir kere de tekrar izlenebilmektedir. Diğer kullanıcılar tarafından tekrar görüntülenmek için ekran görüntüsü alındığı takdirde paylaşımı yapan kişiye kullanıcıya bildirim gitmektedir. Snapchat'te diğer birçok uygulamada olduğu gibi hikaye paylaşımı da yapılabilmektedir. Hikayenin kalıcılığı 24 saat veya sınırsız olabilmektedir.

#### **2.2.1.10.3. Ekşi Sözlük**

Ekşi Sözlük, her türlü kavram hakkında, kayıtlı yazarların yorumlarını içeren ve kapsamı sürekli olarak genişleyen bir web sitesidir. "Sedat Kapanoğlu" isimli bir bilgisayar programcısı tarafından, 1999 yılında oluşturulmuştur. konu sınırlaması yoktur. Herhangi bir kişi, durum ve konu ile ilgili yorum, haber ve bilgi niteliği taşıyan ifadeler içeren bir site olan Ekşi Sözlük; yazarlar tarafından açılan entry ile metin içinde yer alan bağlantılar ve 'bakınız' şeklinde verilen linkler nedeniyle sonsuz çağrışımlara olanak veren bir platformdur (Emet ve Yakın, 2007). Kişisel bir blog, bir wiki veya bir forum olarak da değerlendirilebilecek olan Ekşi Sözlük Türkiye'nin en çok kullanılan sitelerinden olmuş ve kendi "alt kültürünü" oluşturmuştur.

#### **2.2.1.10.4. Ask.fm**

Ask, İngilizce'de sormak anlamında kullanılan bir kelime olup Ask.fm de kullanıcılarına diğer kullanıcılara 300 karakterlik sorularını sorma imkanı sağlayan bir soru cevap sitesidir. Bu site vasıtasıyla, tanıdığınız ya da tanımadığınız herkese merak ettiğiniz sorular sorulabilmekte ve cevap arayabilmektedir. Ayrıca kullanıcı isteğine göre gizlilik ayarları yapılabilmekte ve kimliğiniz görünmeden de sorular sorulabilmektedir. Kullanıcı isimsiz soru görmek istemediğinde karşıdaki kimliğini açmak durumundadır (Ask.fm, 2019).



### 2.2.2. Sosyal Medyanın Eğitimle İlişkisi

Eğitim, geçmişten günümüze hep teknolojik gelişmelerin etkisinde ilerlemiştir. Bilgisayar ve web teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla iletişim ve bilgi teknolojileri tümleşik bir alan olmuşturmuş, eğitim alanına bilişim teknolojileri terimi yerleşmiştir (Akkoyunlu ve Yılmaz, 2005). Bilgi teknolojileri, internet ve sosyal ağların ortaya çıkardığı en önemli etkilerden bir tanesi öğrenim ortamlarının okul sınıflarından hayatın tüm alanına yayılmasıdır. İnternet, cep telefonu veya bilgisayarın olduğu ev, kafe, meydan, sokak, tren, otobüs ve uçak gibi her ortam öğrenme ortamına dönüşmüştür (Arkan ve Yünter, 2018). Öğrenme-öğretme etkinliklerinde bilişim teknolojilerinin kullanımı etkili ve kalıcı öğrenmelere de imkan sağlamaktadır. Öğrenme ortamlarının web tabanlı öğrenme ortamları, oyun tabanlı öğrenme ortamları, farklı ve ilginç öğrenme etkinlikleri içeren eğitsel yazılımlar ve e-öğrenme içerikleri kullanılarak zenginleştirilmesi ve bu şekilde öğrenenlerin başarı, dikkat ve motivasyonunun artırılması mümkündür (Çelen, Çelik ve Seferoğlu, 2011).

Teknolojik gelişmelerin eğitime etkisi 21. yüzyıla kadar da görülmektedir ancak 21. yüzyılla birlikte Web 2.0 teknolojisinin gelişmesiyle çok hızlı şekilde gelişen bilişim teknolojileri eğitim dahil bir çok alanı etkisi altına almıştır. Web 2.0 ile hayatımıza giren teknolojilerden biri de sosyal medyadır. Sosyal medya gündelik yaşantımızı etkilediği gibi eğitim / öğretim sürecini de etkilemektedir. Teknolojik gelişmelerle değişen dünyanın dijital toplumunda eğitim ve öğretimin kalitesini yükseltmek ve 21. yüzyılla birlikte değişen gereksinim ve beklentileri karşılayacak bireyleri eğitmek önem teşkil etmektedir. Bu bireylerin yetiştirilmesi ancak etkili ve çağdaş bir eğitim sistemi ve öğretmen kadrosuyla mümkün görülebilmektedir. Hem eğitim ortamlarının teknolojik araç gereçlerle donatılması hem de öğretmenlerin teknolojinin gerektirdiği bilgi ve becerilere sahip olması gerekmektedir. Günümüz bireyleri özellikle gençler gün içerisinde vakitlerinin çoğunu Web 2.0 tabanlı teknolojik ürün olan sosyal medya ile alakadar olarak geçirmektedir. Sosyal medya eğlence ve diğer amaçlarla kullanımının yanı sıra zaman ve mekan bağımlılığı olmadan; sosyalleşme, işbirliği, iletişim ve etkileşim olanakları sunmasıyla eğitim ortamlarına da entegre edilebilir duruma gelmiş ve eğitime oldukça etkili katkı

sağlamaya başlamıştır (Polat, 2016). Sosyal medya araçları interneti sosyal bir alan ve eğitsel bir ortama dönüştürmüştür (Saraç, 2014).

Günümüz dünyasında ayrılmaz bir bütün haline gelen eğitim ve eğitim teknolojisi kavramları çocukların eğitiminden, ailelerin eğitimlere katılmasına hatta dünyanın iki farklı ucundaki iki ülkede yapılan eğitimlerin birlikte işlenmesine kadar ileri gitmiştir. Eğitim ve eğitimde teknoloji kullanımı gittikçe gelişen ve önemi artan bir alan olmuştur. 21. yüzyılla birlikte bireylerden beklenen bilgi ve beceriler farklılaşmış okullarda verilen eğitim/öğretimin standartları da yükselmiştir. Bu standartlar geleneksel öğretmen profiline değişime zorlamış; eğitim ortamlarını bireyselleştirebilen, teknolojik yenilikleri takip eden ve uygulayan, bilgi ve becerilerle donanmış öğretmen tipi yaratılmasını gerekli kılmıştır. Öğretmenler eğitimde teknoloji kullanımı sayesinde farklı teknikler geliştirmekte ve öğrencilerin farklı tekniklerle derslerini daha da verimli geçirmelerine fırsat vermektedir. Ancak öğretmenlerin öğretim ortamlarını teknoloji ışığında düzenlemesi ve dersleri ile teknolojiyi kaynaştırabilmeleri için öncelikle kendilerinin bu teknolojileri kullanma yeterliliğine sahip olması sonrasında da bunu nasıl yapacaklarını bilmeleri gerekmektedir (Sert, Kurtoğlu, Akıncı ve Seferoğlu, 2012; Seferoğlu, 2009; Özdiñç, 2014).

Albion (2007) tarafından yapılan araştırmada, yeni teknolojiler hızla geliştikçe ve yaygınlaştıkça bu araçların eğitim bağlamında kullanımının önemi vurgulanırken eğitimcileri de bu gelişim sürecinin dışında bırakmanın söz konusu olmadığını ve öğretmenlerin yetiştirilmesini ve öğretmenlerin sınıflarında bu uygulamaları etkili kullanma fırsatları sağlanmasının önem taşıdığını ifade etmektedir (Aydın, 2015). Eğitimciler her ne kadar sosyal paylaşım sitelerini eğitim ve öğretim sürecinde kullanmakta çekimser davransalar da Facebook, Instagram, YouTube ve diğer sosyal medya araçlarını en çok kullanan kitle, çoğunluğunun öğrenci olduğu genç kesimdir. Öğrenciler açısından popüler, ilgi çekici ve işlevsel olan ve zamanlarının çoğunu geçirdikleri bu ortamların, eğitim ortamları olarak da değerlendirilmesi öğrenciler ve eğitimciler açısından faydalı olmaktadır.

Eğitimin farklı özellikleri açısından paydaşları olan özellikle öğrenciler, öğretmenler başta olmak üzere aileler, okul yöneticileri gibi tüm bireyler başta Facebook ve Twitter olmak üzere LinkedIn, MySpace, Instagram gibi farklı uygulamalar üzerinden de bir araya getirilebilir. Bu tür birliktelikler eğitimin sınıf ortamından çıkarılarak hayatın bir parçası hâline gelmesini sağlayacaktır. Zaman yetersizliği, ilgisiz aile, yüz yüze iletişimde etkisiz kalan öğrenciler, okuldaki gelişmelerden habersiz yöneticiler gibi çoğu sorun bu tür ortamlar ile rahatlıkla çözülebilecektir (Çoklar, 2013:209).

Sosyal medya, geleneksel medyaya göre birçok avantajının bulunmasından dolayı, geleneksel medya karşısında oldukça güçlü bir yapıya sahip olmaktadır. Geleneksel medyanın yerini sosyal medyaya bırakmasıyla birlikte, eğitim alanında yeni yöntem ve taktiklerin ortaya çıktığını söylemek mümkündür. Bu konuda bir kaç örnek vermek gerekirse;

- ❖ Bireysel veya kurum olarak sosyal medya platformlarında hesap açılabilir. Ders anlatımı, soru çözümü veya uygulamalar bu hesaplarda paylaşılarak kendi öğrencilerinin ders tekrarı yapması, başka okullardaki öğrencilerin farklı okulların öğretmenlerinden faydalanması ve diğer öğretmenler için meslektaşlarının bilgi ve tecrübelerinden faydalanması sağlanabilir.
- ❖ Öğretmenler, sosyal medya platformları üzerinden kendi yarattıkları ders materyalleri veya etkinlikleri paylaşabilir, böylece diğer öğretmen ve öğrencilerinde faydalanması sağlanabilir.
- ❖ Forumlar açılarak tartışma ortamları oluşturulabilir; fikir, bilgi ve deneyimlerin paylaşılması sağlanabilir böylelikle öğrencilerin dikkati daha fazla çekilebilir.
- ❖ İlk okul düzeyinde Whatsapp üzerinden oluşturulan gruplar aracılığıyla veli ve öğretmenler öğrencilerin ödevleri hakkında görüşebilir veya öğretmen velilere, veliler birbirine iletmesi gereken iletleri anında paylaşabilir.

- ❖ Facebook üzerinden oluşturulan etkinlik sayfalarıyla farklı okullardaki öğretmenler birbirlerinin etkinliklerinden zaman ve mekan sınırlaması ortadan kalkarak faydalanabilir,
- ❖ Okul dışında öğretmen ve öğrenciler Google+'ın aracı olan Hangouts ile mekandan bağımsız bir araya gelerek online ders işleyebilir,
- ❖ Bloglar kariyer veya güncel olaylar hakkında konuşulması için kullanılabilir,
- ❖ Öğrencilerin öğrenme ortamlarında oluşturduğu içerikler kaydedilip yayınlanabilir, hazırlanan eğitim Podcast'leri internet üzerinden yayınlanabilir ve konuya ilgi duyan veya o konu üzerinde araştırmalar yapan kişilerin bu eğitim Podcast yayınlarına ulaşmaları sağlanabilir,
- ❖ Wikiler derslerde kaynak olarak kullanılabilmesi gibi sınıfta yapılan dersler oluşturulan wikiler ile yayınlanabilir ve diğer okullar ve sınıflar da konular üzerine ekleme yaparak yayınları güncelleyebilir.

Sosyal medyaların avantajları düşünüldüğünde bu örneklerin çoğaltılması mümkündür.

Yamamoto, Demiray ve Kesim (2010:466-468) ; sosyal ağların eğitimde bir araç olarak kullanılmasının getirebileceği avantajları;

- ❖ Zaman ve mekân sınırını ortadan kaldırması,
- ❖ Bilişim teknolojilerinin başarıyı ve eğitimin kalitesini artırması,
- ❖ BT ile az zamanda daha sistemli öğrenme sağlanması,
- ❖ Bireyselleştirilmiş eğitim/öğretim sağlanması,
- ❖ Anlık geribildirim sağlanması,
- ❖ Öğrencinin isteğine göre ilerlemesi ve ders tekrarı yapması,
- ❖ içeriğe kolay erişim sağlanması,
- ❖ Görsel/işitsel öğrenme ortamları sağlanması,
- ❖ Deneysel konuların dijital laboratuvar veya simülasyonlar ile tehlikesiz ve az maliyetle işlenebilmesi,
- ❖ Ders içeriklerinin dijital kütüphanelerde eşzamanlı yedeklenebilmesi,
- ❖ Çift yönlü etkileşim sağlanabilmesi,




- ❖ Öğrencilerin dikkatini geleneksel yöntemlere göre daha çok çekmesi ve motivasyonlarını artırması,
- ❖ Öğrencilerin daha hatasız ve güvenilir şekilde değerlendirilmesini sağlaması,
- ❖ Öğretmen ve öğrencilerin, bilgiye ulaşma, bilgiyi kullanma, değerlendirme ve ilgili çalışmalardan faydalanma faaliyetlerini daha kolay yapmasını ve bu becerileri kazanmalarını sağlaması.

Gelişen teknoloji eğitimi de etkilemiş, öğretim yöntem ve teknikleri, kullanılan materyaller yönünden eğitim ortamına zenginlik katmıştır (Akay, 2014). Hızla gelişen bilişim teknolojisi, eğitimde yeni kolaylık ve olanaklar yaratırken; öğretmenlerinde yeni teknolojilerle donanmaları, bu teknolojilere uyum sağlamaları, bireysel ve mesleki açıdan gelişmelerden tam olarak yararlanıp eğitsel faaliyetleri şekillendirmelerini zorunlu kılmaktadır (Özmen, vd., 2012). Eğitim süreçlerinin sosyal medya ile desteklenmesi öğrenmeyi kolaylaştırmakta ve eğitim süreçlerini geliştirmektedir (Sarsar, Başbay ve Başbay, 2015). Sosyal medya platformları, temel becerilerin güçlü bir şekilde kazandırılması kaydıyla bugünün öğrencileri için temel araçlardan biri olması sebebiyle doğru kullanıldığında önemli, güçlü ve ekonomik bir eğitim kaynağıdır (Arkan ve Yünter, 2017).

Global sosyal medya platformlarının sağladığı avantajların eğitimde kullanılması için eğitsel amaçlı sosyal medya platformları doğmuştur (Polat, 2016). Tek yerli platform olan Beyazpano haricinde tüm eğitsel sosyal medya platformları yabancı menşelidir. Bu platformlardan Busuu ve Edmodo Türkçe dil desteği sunmamaktadır.

Dünya genelindeki eğitsel sosyal ağ siteleri genel özellikleri ile aşağıdaki şekilde tablolatırılmıştır:

**Şekil- 5: Eğitsel Sosyal Ağ Siteleri**

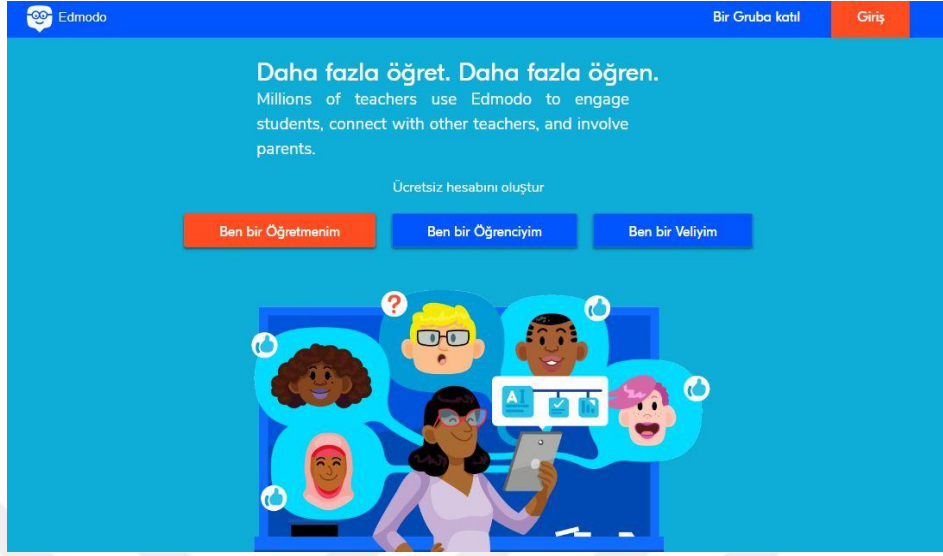
Logosu	Site Adı	Adresi	Tanımı / Amacı - Kuruluşu/Merkezi	Kullanıcı Sayısı
	Edmodo	www.edmodo.com	Öğretim yönetim sistemi ve sosyal ağ sitesidir. 2008/ABD	85 milyon
	Busuu	www.busuu.com	Dil öğretimi ve sosyal ağ sitesidir. 2008/ABD	90 milyon
	Beyazpano	www.beyazpano.com	Öğrenme yönetim sistemidir. 2012/TÜRKİYE	1 milyon
	Edublogs	edublogs.org	Eğitim amaçlı geliştirilmiş blog sitesidir. 2005/ABD	-
	SchoolTube	www.schooltube.com	Eğitim amaçlı geliştirilmiş video paylaşım sitesidir. 2007/ABD	70 bin okul
	Schoology	www.schoology.com	Öğretim yönetim sistemidir. 2009/ABD	-
	Edshelf	edshelf.com	Eğitim için web veya mobil araçları bir araya getiren sosyal medya platformudur. 2012	-

### **2.2.2.1. Edmodo**

Nic Borg ve Jeff O'Hera tarafından 2008 yılında kurulan Edmodo, 2019 yılı itibariyle 85 milyonu aşan kullanıcı sayısına sahip eğitsel bir sosyal ağ sitesidir. Kendisini K-12 öğrencileri, öğretmenleri, yöneticileri ve velileri için dünyanın en büyük öğrenme ağı olarak tanımlamaktadır. Merkezi San Mateo, Kalifornia'da olan platform 2013 yılında Türkçe dil desteği sunarak ülkemizde de kullanım oranını büyük ölçüde artırmıştır. Edmodo, 2019 yılı itibariyle 190 ülkede 400.000'in üzerinde okul ile işbirliği halindedir ve öğretmenler tarafından paylaşılan ve onaylanan 600 milyondan fazla kaynakla kullanıcılarına eğitim açısından büyük avantajlar sunmaktadır. Ev ödevi verilmesi, küçük sınavlar yapılması, öğrencinin ilerlemesinin gözlenmesi, gruplar kurulması ve sınırsız depolama alanıyla dijital bir sınıf olarak tasarlanmıştır. Ödev ve teslim tarihlerini, sınıf duyularını, etkinlikleri paylaşma, hatırlatıcılar oluşturma özelliklerini de sağlamaktadır. İnternette içerik bulmaya da yardımcı olan platform, favori kaynakların koleksiyonunun oluşturulmasını sağladığı gibi eğitimsel içerik yüklenilmesi, paylaşılması hatta satılmasına imkan vermektedir.

Kullanıcı unvanını belirterek (öğrenci, öğretmen, veli) siteye ücretsiz kayıt olabilmektedir. Edmodo ara yüzü Facebook'a benzerlik gösterdiğinden kullanıcılar kullanımı konusunda zorlanmamaktadır. Google uygulamaları, Microsoft OneNote ve Office ile entegre şekilde çalışan platform tüm dijital dosya türlerini paylaşma özelliğine sahiptir. Öğrenciler, öğretmenlerine veya buldukları grubun tamamına paylaşım yapabilirken; öğretmenler istediği kullanıcıya ayrı ayrı paylaşım yapabilmektedir. Öğretmenler teslim tarihini belirterek öğrencilere ödevler verebilmekte değerlendirme yaparak not verebilmektedir. Ödevlerin yanı sıra quizler yapabilmekte, anket uygulayabilmekte ve rozet denilen ödüller verebilmektedirler. Edmodo'da ders sürecinin, ödev, sınav ve görevlerin planlamasının yapılabilmesi için takvim niteliğinde 'edmodo planlayıcısı' bulunmaktadır. 'İlerleme' bölümünde gruptaki öğrenciler hakkında toplu durum değerlendirmesi alınabilmektedir. Öğrencilerin aldıkları rozetler ve notlar toplu halde gösterilmektedir (Edmodo, 2019).

**Şekil- 6: Edmodo Ana Sayfa Görüntüsü**



Kaynak: Edmodo, 2019

#### **2.2.2.2. Busuu**

"Günde sadece 10 dakikanı ayırarak yeni bir dil konuş" sloganıyla seslenen Busuu, 2019 yılı itibariyle 90 milyonu aşan kullanıcı sayısına sahip eğitsel bir sosyal ağ sitesidir. Bernhard Niesner ve Adrian Hilti tarafından 2008 yılında kurulmuş, Merkezi San Francisco, ABD'dir. Busuu, ismini varlığı neredeyse sona ermek üzere olan "Busuu" dilini konuşan Kamerun'a ait bir topluluktan almaktadır. Platformun amacı dil öğretimidir. İnternet sitesi ve mobil uygulama üzerinden dünya çapında 90 milyondan fazla öğrenciye 12 farklı dil kursunda (Türkçe, İngilizce, İspanyolca, Fransızca, Almanca, İtalyanca, Portekizce, Çince, Japonca, Lehçe, Rusça, Arapça ) hizmet sunan platform çevrimdışı özelliği ile internet bağlantısının olmadığı zamanlarda kullanıma destek sağlamaktadır.

Busuu öğrencilerin dil öğrenimlerini yüz yüze eğitimde olduğu gibi sertifikalandırmaktadır. Öğrenciler testlerden geçtikçe ilerleme sağlamak ve geldikleri kademelere göre A1, A2, B1 veya B2 şeklinde sertifika almaktadır. Kullanıcılar ücretsiz kaydolabilmektedir fakat dersler, sertifika ve bireysel faaliyetlerden yararlanabilmek için ücretli üyelik gerekmektedir. Okuma, yazma, dinleme ve konuşma olmak üzere dört ana beceriyi kapsayan kurslar, başlangıç seviyesi A1'den Ortanın Üstü seviye B2'ye kadar kadar sunulmaktadır ve öğrenilmek istenilen dili kendi ana dili olarak konuşan kişiler ile doğrudan pratik



yapabilme imkanı tanımaktadır. Kursun bir parçası olarak, yapılan yazma alıştırmaları öğrenilmeye çalışılan dili kendi ana dili olarak konuşan bir kişiye gönderebilmektir. Yapılan alıştırmalar üzerine bireyselleştirilmiş geri bildirimler alınarak ve dünyanın her yerinden çoğu insanla tanışma fırsatı yaratılmaktadır. Kullanıcı alıştırmalarını düzeltmesini tercih ettiği kişileri, onlardan ilerleyen zamanlarda da geri bildirim almak için arkadaş olarak ekleyebilmektedir. Aynı şekilde kullanıcı da kendi ana dilinde diğer Busuu öğrencilerinin yaptıkları alıştırmaları düzeltebilmektedir. Busuu 2016 yılında lanse edilen 'Busuu For Organizations' platformu aracılığıyla okullar, üniversiteler ve şirketler ile organize şekilde çalışmaktadır. Platform kurum ve kuruluşların Busuu'nun Premium dil kurslarına erişimini sağlamakta ve öğrencilerin gelişimini ölçmektedir. Öğitmenler sınıflar yaratabilmekte, öğrencileri davet edebilmekte, Busuu'nun tüm müfredatına erişim sağlayabilmekte ve interaktif bir kontrol paneli ile gelişimlerini takip edebilmektedir (Busuu, 2019).

**Şekil- 7: Busuu Ana Sayfa Görüntüsü**



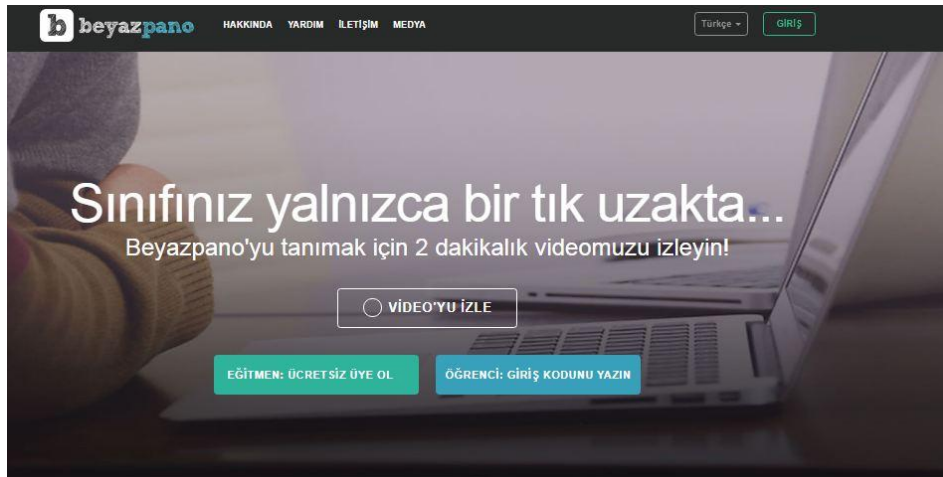
Kaynak: Busuu, 2019.

### 2.2.2.3. Beyazpano

Dünyadaki gelişmelere paralel olarak ülkemizde de farklı eğitim teknolojilerinin öğretmenlerin ve öğrencilerin hizmetine sunulması amacıyla 2012 yılında kurulan platform, tek yerli ve ücretsiz eğitsel sosyal medya platformudur.

Beyazpano'nun özelliklerinin başlıcalarından bahsetmek gerekirse: Platform eğitimcilere sınavlar düzenleme, ödev verip değerlendirme ve takip etme, sınıf altında tartışma grupları oluşturma, dosya saklama alanında kişisel ve ders materyallerini saklayabilme ve öğrencileri ile paylaşabilme, ders programı, etkinlikler, ödevler ve sınavlarla ilgili tarihleri kişisel takvim altında izleyebilme, grup modülü ile dilerse branşı ile ilgili dilerse de ilgi alanlarıyla ilgili gruplar oluşturabilme, gruplara katılabilmek ve diğer öğretmenlerle etkileşime geçebilme imkanlarını sunmaktadır. Platform, www.easyclass.com adresinde 10 dilde (Türkçe, Almanca, İspanyolca, İngilizce, Fransızca, İtalyanca, Romence, Lehçe, Çince ve Arapça) olmak üzere uluslararası olarak hizmet vermektedir. 1 milyondan fazla kullanıcısı bulunmaktadır (Beyazpano, 2019).

#### Şekil- 8: Beyazpano Ana Sayfa Görüntüsü



#### Beyazpano Nedir?

Beyazpano, öğretmenlerin çevrimiçi sınıfl oluşturabildikleri, bu sınıflar altında yer alan kütüphanelere dosyalar yükleyerek saklayabildikleri ve gerektiğinde öğrencileri ile paylaşabildikleri, çevrimiçi ödevler veya sınavlar oluşturabildikleri, bu fonksiyonlarla entegre olan not defterinde öğrencilerin tüm ders notlarını izleyebildikleri ve öğrencilere geri bildirim verebildikleri tamamen

Kaynak: Beyazpano, 2019.

### 2.3. 21. Yüzyıl Becerileri ve 21. Yüzyıl Öğretmen Özellikleri

Bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT)'ndeki hızlı gelişmeler, bireylerin bilgiye daha hızlı ulaşmalarına, ulaştıkları bilgiyi günlük yaşamlarında kullanmalarına, karşılaştıkları birçok probleme alternatif çözümler bulmalarına olanak tanıyan değişim ve dönüşümü de beraberinde getirmektedir (Atalay, Anagün ve Kumtepe, 2016). 21. yüzyılla birlikte hızlanan küreselleşme; toplumsal her alanı yenilenmeye yöneltirken zorlukları da gündeme getirmekte, bireylerin bu zorluklarla mücadele edebilmesi ve çağa ayak uydurması için belirli becerilere sahip olması gerekmektedir (Greiff vd., 2014). 21. yüzyılın gerektirdiği bu beceriler ne yalnız başına bilgi ne de yalnız başına beceridir. Dede (2010), anlamayı ve performansı içeren 21. yüzyıl becerilerini bilgi ve becerinin harmanlandığı bir olgu olarak nitelendirmektedir.

İlk insanla başlayan öğrenme olgusu bireyin kendi yaşantısı ve çevresinin etkisiyle formal, informal veya sarmal olarak yaşamın her döneminde devam eder. Bilgi teknolojilerinde ki gelişmeler insanları sürekli kendini yenileyen, gelişmelere ayak uydurabilen, yaşam boyu öğrenen bireyler olmaya zorlamaktadır. Global bir köy haline gelen dünyada, bilgi teknolojileri ve hız ile birlikte global düşünme ama lokal çözümler üretme önemli hale gelmekte, sadece insanlar değil; kurumlar, markalar, kültürler ve ülkeler de gelecek planlaması yapmak zorundadır (Gelen, 2017). Bilimsel ve teknolojik gelişmeler karşısında toplum sürekli kendini yenilerken eğitim sisteminin de kendini yenilemesi kaçınılmaz olmuş, teknolojik gelişmeler eğitimde kuram ve uygulamalardan öğretim yöntem ve tekniklerine, ölçme değerlendirilmeye kadar her alanda etkisini göstermiştir (Akay, 2014). Colwill ve Gallagher'a (2007) göre eğitimin temel amacı, 21. yüzyılın taleplerini karşılama yeterliğine sahip bireyler yetiştirmektir. Bu nedenle eğitimciler eğitim ile ilgili olarak çeşitli öğrenme, öğretme becerileri, yaklaşımları, modelleri, kuramları geliştirme çabası içerindedir ve bu yeni yaklaşımların 21. yüzyıl eğitim yeterlilikleri ve beklentileri ile ilgili olduğu yadsınamaz bir gerçektir (Gelen, 2017).

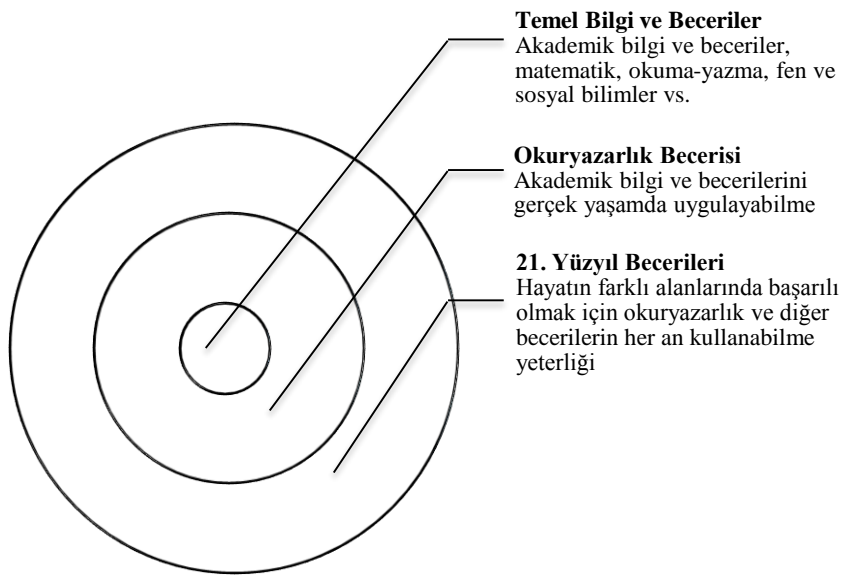
21. yüzyıl becerilerinin neler olması gerektiğini inceleyen birçok çerçeve bulunduğunu belirten Voogt ve Roblin (2010), bu çerçevelerin uzlaştıkları başlıkların iletişim, işbirliği, bilgi ve iletişim teknolojisi okuryazarlığı, sosyal ve/veya kültürel farkındalık becerileri ile yaratıcılık, eleştirel düşünme, problem çözme ve yüksek

kalitede ürünler geliştirme kapasitesi olguları olduğunu belirtmektedir. 2002 yılında iş, eğitim ve devlet camiasından kişilerin bir araya gelmesiyle Amerika’da kurulan “21. Yüzyıl Becerileri için Ortaklık (The Partnership for 21st Century Skills-P21)” adlı kuruluş tarafından 2009 yılında hazırlanan 21. Yüzyıl Öğrenme Çerçevesinde, 21. yüzyıl becerileri üç ana başlık altında toplanmıştır:

- ❖ **"Öğrenme ve Yenilenme Becerileri:** Yaratıcılık ve inovasyon, eleştirel düşünme ve problem çözme, iletişim ve iş birliği",
- ❖ **"Bilgi, Medya ve Teknoloji Becerileri:** Bilgi okuryazarlığı, medya okuryazarlığı, Bilgi-iletişim-teknoloji okuryazarlığı",
- ❖ **"Yaşam ve Kariyer Becerileri:** Esneklik ve uyum, girişimcilik ve kendini yönlendirme, sosyal ve kültürler arası beceriler, üretkenlik ve hesap verebilirlik, liderlik ve sorumluluk" (Başar, 2018).

Bireylerin bu becerilere sahip olması bireysel gelişimin yanı sıra toplumsal gelişim için de oldukça önemlidir. Çünkü bu beceriler, öğrencilerin şimdiki ve gelecekteki sosyal yaşantıları ve çalışma yaşamlarında başarılı olabilmeleri için temel becerilerdir. Bireyler söz konusu 21. yüzyıl becerilerini ancak eğitim yoluyla kazanabilirler (Atalay, vd., 2016).

#### Şekil- 9: Bilgi Toplumunda Sahip Olması Öngörülen Bilgi ve Becerilerin İlişkisi



Kaynak: Jerald, 2009

Jerald (2009), çalışmasında akademik bilgi ve becerilerin temel eğitim için gerekli fakat yeterli olmadığını, eğitim sisteminin 21. yüzyıl gerekliliklerine (aktif, işbirlikli, rekabetçi, yenilikçi, eleştirel vs.) cevap verecek şekilde donatılması gerektiğini belirtmektedir. Her bireye bu becerileri geliştirebileceği uygun fırsatların sunulması gerekmekte olup, eğitim ortamları ve eğitimciler bu anlamda önemli bir role sahiptir (Gülen, 2013). Wagner (2008) 21. yüzyıl öğrenenlerinin sahip olması gereken becerileri: Wagner (2008) 21. yüzyıl öğrenenlerinin sahip olması gereken becerileri:

- ❖ Eleştirel düşünme ve problem çözme,
- ❖ Sistemler ve bireyler arası işbirliği ve liderlik,
- ❖ Pratik zeka ve uyum sağlama,
- ❖ Girişimcilik ve inisiyatif alma,
- ❖ Etkili sözlü ve yazılı iletişim,
- ❖ Bilgiye erişebilme ve analiz edebilme,
- ❖ Merak ve hayal gücü olarak sıralamaktadır (Göksun, 2016).

Sadece verilen alan öğrenci profili yerini araştıran, sorgulayan, çözüm üreten bir öğrenci profiline; öğretmen merkezli eğitim sistemi yerini öğrenci merkezli eğitim sistemine bırakmış, insanların talep ettiği öğretmen tipi değişmiştir. Öğretmenler daha çok rehber niteliğinde olup öğrenciyi yönlendiren konumundadır bu sebeple öğrencileri tanıyan onlara ve çağa ayak uyduran öğretmenlere ihtiyaç duyulmaktadır. Bilgi teknolojisindeki gelişmeler ile öğrenciler bilgiye kolaylıkla ulaşabilir duruma gelmiştir bu nedenle artık "bilgiyi sunan-anlatan" öğretmen tipi istenilmemekte; öğrencilerin elde ettikleri bilgiyi üst düzey düşünme becerileri ile işleyebilmelerine rehberlik edebilecek öğretmen tipine ihtiyaç duyulmaktadır (Özcan, 2013). Bugünün ve yarının gereksinimlerine cevap verebilecek 21. yüzyıl öğretmenin öğrencilere yalnızca içerik sunan ve öğrencileri değerlendiren kişi değil, öğretme-öğrenme süreçlerini teknoloji ile yoğuran, iyi bir yönetici ve nitelikli bir danışman olmalıdır (Gökçe, 2000). Nitekim Çakır ve Oktay (2013: 51), eğitim ve öğretimin kaliteli olması için öncelikle her öğretmenin teknoloji kullanımı ve entegrasyonu hususunda bilgi sahibi olması ve bu teknolojileri öğrencilerinin verimli ve kaliteli kullanmalarında öncülük etmeleri gerektiğini vurgulamaktadır.

McNair ve Galanouli (2002), bilgi çağında öğretmenlerin taşımaları gereken nitelikleri;

- ❖ **Bireysel yeterlilik:** Özel bilgi ve iletişim teknolojisi araçlarını kullanabilme,
- ❖ **Konu yeterliliği:** Öğretmenlerin kendi alanlarına eğitim teknolojilerini bütünleştirebilme yeterliliği,
- ❖ **Öğretme yeterliliği:** Eğitim teknolojilerini kullanarak dersi planlama, hazırlama, öğretme ve değerlendirme yeterliliği, şeklinde sıralayarak öğretmenlerin öğretimde alan bilgisi, pedagoji ve teknolojiyi bütünleştirmesi gerektiğinin önemini ortaya koymaktadır (Gündüz ve Odabaşı, 2004).

Teknolojinin eğitimde etkili bir biçimde kullanılmasında standartlar ve performans göstergelerinin geliştirilmesi ile ilgili uluslararası düzeyde çalışmalar yapmakta olan ISTE de, öğretmenlerin öğretimde alan bilgisi, pedagoji ve teknolojiyi bütünleştirmesi gerektiğini vurgulamaktadır (ISTE, 2019).

UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) tarafından hazırlanan Öğretmenler için Bilgi İletişim Teknolojileri Yeterlilikleri Standartları kapsamında öğretmenlerin teknoloji okuryazarlık becerilerinin geliştirilmesi önerilmekte, başta bilgisayarlar ve internet olmak üzere öğretmenlerin bilgi iletişim teknolojilerini bir öğrenme ve öğretme aracı olarak etkili bir şekilde kullanabilmesi beklenmektedir (Martinovic ve Zhang, 2012). Avrupa Birliği'nin Eğitim Konseyi ve Komisyonu'nun (Şubat, 2004) Lizbon stratejisi kapsamında "Eğitim ve Öğretim 2010" çalışma programının uygulanmasıyla ilgili ortak raporunda öğretmenler için;

- ❖ BİT kullanımında yeterli olma ve öğretme-öğrenme süreçlerine bunu entegre etme,
- ❖ Bilginin bulunabileceği ve oluşturulabileceği ağlarda öğrencileri destekleme ve yardımcı olma,
- ❖ Öğrenmeyi bir yaşam süreci gibi görüp konu alanlarında yüksek düzeyde bilgi sahibi olma,

- ❖ Sınıflarda BİT'in üstünkörü olarak veri arama amaçlı bir teknik cihazdan öteye geçirme,
- ❖ Kültürel ve sözel sınırları aşmada iletişim araçlarını kullanma gibi yeterlikler tanımlanmıştır (European Comission, 2010).

Morphew (2012) ISTE standartları ve performans göstergelerinin eğitimde etkili teknoloji kullanımı ile ilgili gereken bilgi ve becerilere erişimde öğretmenlere bir yol haritası sunduğunu belirtmektedir. Borko, Whitcomb ve Liston'a (2009) göre öğretmenlerin bilgi teknolojilerini eğitim öğretimde kullanmalarını desteklemek için ISTE'nin öğretmenler için geliştirdiği standartlara yönelik ve "Teknolojik Pedagojik Alan Bilgisi" (TPAB) çerçevesindeki bilgi yapılarını içeren yeterliklere sahip olmaları gerekmektedir (Şimşek, 2016). TPAB, öğretmenlere ve akademisyenlere derslerinde teknoloji entegrasyonu konusunda yeni yönelimler sağlayan değerli bir çerçeve olarak karşımıza çıkmaktadır (Karaca, 2015).

Bu kapsamda gelişmiş ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de Milli Eğitim Bakanlığı ve Yüksek Öğretim Kurulu öğretmen yeterlikleri ile ilgili raporlarında eğitimde bilgi teknolojilerinin kullanımına önem vermekte, farklı bakanlık ve kurumlar bilişim teknolojilerinin öğretim sürecine entegrasyonu ve yaygınlaştırılmasına yönelik projeler geliştirmektedirler. "Millî Eğitim Bakanlığı (MEB) İnternet Erişim Projesi", "Bilgi ve İletişim Teknolojilerini Geliştirme Projesi", "Gelecek İçin Eğitim", "Temel Eğitim Projesi", "FATİH (Fırsatları Artırma ve Teknolojiyi İyileştirme Hareketi) Projesi " gibi çalışmalar bu projelere örnek verilebilir (Gülen, 2013).

Teknolojinin öğretim programına başarılı bir şekilde entegrasyonu hususunda öğretmenlerin sahip olduğu roller kritik bir öneme sahiptir, çünkü gerçekte teknolojiyi öğrenme-öğretme sürecine uyarlayan kişiler öğretmenlerdir (Saban, 2006). Öğretmenlerin öğrencilere önder ve rehber olabilmeleri ve teknolojinin eğitim öğretime entegrasyonunu sağlayabilmeleri için belirli standartlara sahip olunması gerekmektedir. Uluslararası pek çok ülke tarafından kabul gören ISTE tarafından, öğretmenlerin üst düzeyde eğitim teknolojilerini kullanmalarını sağlamak amacıyla ile "Öğretmenlere Yönelik Eğitim Teknolojisi Standartları (National

Educational Technology Standards for Teachers / NETS-T)" belirlenmiştir (Türk, 2019). İlk olarak 2000 yılında yayınlanan standartlarda; eğitim ortamlarındaki teknoloji uygulamaları için temel kavramlar, bilgi, beceri ve tutumlar tanımlanmış, teknolojideki hızlı gelişimin öğretmen ve öğrencilerin yeni taleplerini de beraberinde getirmesiyle 2007 ve 2008 yıllarında bu standartlar güncellenmiştir (İlgaz ve Usluel, 2011). ISTE 2008 yılında yayınlanan raporunda öğretmenlerin sahip olması gereken performans göstergelerini;

- ❖ Öğrencilerin dijital araçlar ile günlük yaşamdaki sorunları araştırmaya katarak çözümler aramalarını sağlama,
- ❖ İş birlikli araçların kullanımına önem verme,
- ❖ Öğrencilere yansımaya yapmaları konusunda destek verme,
- ❖ Öğrencilerin yaratıcı düşünme süreçlerine katılmalarına destek verme,
- ❖ Öğrencilerin derslere ve teknoloji kullanımına aktif katılımlarını sağlama,
- ❖ Öğrenci farklılıklarını gözetererek uygun teknolojileri işe koşma,
- ❖ Değerlendirme boyutunda da teknolojiden faydalanma,
- ❖ Teknolojiye ilişkin topluluklarla iletişim içerisinde olma,
- ❖ Gelişen teknolojileri analiz edip değerlendirme,
- ❖ Yasal ve etik kullanımlar konusunda öğrencilere model olma,
- ❖ Sosyal etkileşim sorumluluklarını aktarma,
- ❖ Başka ülkelerdeki meslektaşları ile iletişim kurabilme,
- ❖ Dijital araç ve kaynakların etkili kullanımı için mesleki uygulama ve araştırmaları değerlendirme olarak belirlemiştir (İlgaz ve Usluel, 2011:93).

ISTE'ye göre öğretmenlerin; yeni medya ortamında bilgi, beceri ve çalışma süreçlerini, yenilikçi bir mesleğin temsilcileri olarak sergilerken; öğrencinin öğrenme ve yaratıcılığını teşvik etmeleri, dijital öğrenim deneyimi tasarlama, geliştirme, hedeflenen performans kriterlerine göre bu kaynakları kullanmaları ve yaşam boyu öğrenimin gerçekleşmesine model oluşturmaları amaçlanmaktadır (Türk, 2019).



## BÖLÜM 3

### İLGİLİ LİTERATÜR

Son yıllarda sosyal ağlara milyonlarca internet kullanıcısı talep göstermiş, böylece sosyal ağlar hem yetişkin hem de genç kullanıcılar ile değerini artırmıştır (Lenhart ve Madden, 2007). Sosyal medya kullanıcı sayısının yoğunluğu nedeniyle eğitimcilerin de bu araçları kullanma durumlarının ve sosyal ağları kullanma amaçlarının belirlenmesinin önemi gittikçe daha iyi anlaşılmaktadır. Buna rağmen alan yazında öğrencilerin sosyal medya kullanım durumları ve sosyal medyaya karşı tutumlarına ilişkin çok sayıda örnek olmasına karşın öğretmenlerin sosyal medya kullanımları ile ilgili çok fazla çalışmaya rastlanmamıştır. Ancak öğretmenlerin sosyal medyayı hem kişisel ve mesleki gelişimleri için hem de bir iletişim ve eğlence ortamı olarak yoğun şekilde kullandıkları bilinmektedir (Sumuer, Esfer ve Yıldırım, 2014). Günlük hayatın içerisinde ve insan yaşamının kolaylaştırmak için sürekli gelişim gösteren teknolojinin beşeri ilişkilere ve yaşama etkileri araştırmacılar tarafından konu olarak ele alınmıştır (Başoğlu ve Yanar, 2017).

#### 3.1. Sosyal Medyanın Kullanım Amaçlarına İlişkin Yapılan Çalışmalar

Tuğlu (2013), yaptığı çalışmada ortaokul öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçlarını ve sosyal medyaya ilişkin tutumlarını belirlemeye çalışmıştır. Araştırmada nicel araştırma yöntemlerini tercih etmiş ve 500 öğrenci ile çalışmıştır. Araştırma sonuçlarına göre öğrencilerin sosyal medyayı en çok iletişim kurmak amacıyla kullandıkları görülmüş, akademik çalışmalar konusunda da sosyal medyadan yararlanma motivasyonları yüksek bulunmuştur. Öğrencilerin sıklıkla internet ve sosyal medya uygulamalarına bağlandıkları ve okul dışında vakitlerinin çoğunu sosyal medyada geçirdikleri görülmüştür.

Ucun (2012), yaptığı çalışmada Facebook'un genel ve mesleki eğitimde kullanım amaçlarını değerlendirmiştir. Araştırma sonuçlarına göre katılımcılar genel boyutta Facebook'u, eski ve yeni arkadaşları ile iletişim kurmak, aynı ilgi alanlarına sahip kişilerle etkileşimde bulunmak, eğitim süresi boyunca kendisine sağladığı kolaylıklardan yararlanmak, dünyadaki ve Türkiye'deki gelişmeleri takip etmek amaçlarıyla; mesleki boyutta aynı meslek dalında çalışan sektörün elemanları ile

etkileşimde bulunmak, iş hayatı boyunca kendisine sağladığı imkânlardan yararlanmak ve mesleğiyle ilgili dünyadaki ve Türkiye'deki gelişmeleri takip etmek amaçlarıyla kullanmaktadırlar.

Çavdar (2012), yaptığı çalışmada ilköğretim öğrencileri ve Fen Bilgisi öğretmen adaylarının sosyal ağları kullanım amaçları ve eğitsel kullanımlarını incelemiştir. Araştırma sonucuna göre, Fen Bilgisi öğretmen adaylarının ve ilköğretim öğrencilerinin internet kullanma amaçları arasında sosyal ağlar ilk sıralarda gelmektedir. Öğrencilerin en çok zaman geçirdiği sosyal ağ Facebook'tur. Bunu MSN ve Twitter izlemektedir. Öğrencilerin sosyal ağları sırasıyla; etkileşim, okul çalışmaları, eğlence için kullandıkları belirlenmiştir. Öğrenciler bu ortamları eğitsel amacı geri olanda bırakarak ağırlıklı olarak iletişim amaçlı olarak düşünmektedir. Tüm kademelerdeki öğrencilerin sosyal ağları eğitsel kullanım etkinlikleri düşüktür.

Diker ve Uçar (2016), yaptıkları çalışmada, üniversite öğrencilerinin sosyal ağları hangi amaçla kullandıklarını belirlemeye çalışmışlardır. Araştırmaya meslek yüksekokulunda öğrenim gören 440 öğrenci katılmıştır. Katılımcıların en çok kullandıkları sosyal ağ Facebook'tur ve bunu Twitter peşinden YouTube takip etmektedir. Araştırma sonucuna göre; öğrencilerin sosyal ağları en çok; araştırma ve bilgi edinme, kendi görüşlerini destekleyecek materyaller bulmak, belli bir konuda işbirliği yapmak, ortak ilgi alanların sahip kişilerle bir araya gelmek, etkinliklerden haberdar olmak, arkadaşlarıyla sohbet etmek ve mesajlaşmak, video resim vb. görselleri paylaşmak amaçlarıyla kullandıkları görülmüştür.

Zincir (2014), yaptığı çalışmada yöneticilerin sosyal medyayı kullanım amaçlarını ele almıştır. Araştırmanın ilk kısmında 10 yönetici ile görüşme yapılmıştır. Araştırmanın ikinci kısmında 100 yöneticiye birinci kısımdan edinilen bilgilerle oluşturulan anket uygulanmıştır. Edinilen bulgular çerçevesinde farklı sektörlerden farklı düzeyde yöneticilerin sosyal medya kullanma amaçlarının genel olarak 5 tane olduğu gözlenmiştir. Bunlar; sosyalleşme, bilgi edinme ve paylaşma, kişisel marka yaratma, iş ağı oluşturma, işbirliği imkanı sağlamadır.

Özlü (2016), yaptığı çalışmada üniversite öğrencilerini sosyal medya kullanım amaçlarına göre gruplandırmıştır. Bu kapsamda 995 öğrenciye anket uygulanmıştır. Araştırma kapsamında kullanılan sosyal medya kullanıcı davranışlarını ölçen ölçeğe bağlı olarak 7 tip kullanıcı davranışı belirlenmiştir. Bu davranışlar; içeriğe katılım ve paylaşma, eleştiri ve yorum yapma, içerik okuma, özgün içerik üretimi, aktif Twitter kullanımı, multimedya içerik üretimi ve oyun oynama davranışları olarak sıralanmaktadır. Bu kullanıcı davranış kalıplarına bağlı olarak; araştırma kapsamında üniversite öğrencilerinin sosyal medya platformlarını kullanım davranışlarına göre 6 farklı kümeye ayrıldığı belirlenmiştir. Bunlar: yön verenler, oyun sevdalıları, çekimseler, takipçiler, paylaşımcılar ve sosyalleşenlerdir.

Keskin (2014), yaptığı çalışmada öğretmenler, öğretmen adayları ve öğrencilerin Facebook'u kullanım amaçlarını ve benimseme süreçlerini karşılaştırmalı olarak incelemeyi amaçlamıştır. Araştırmaya 365 öğretmen, 313 öğretmen adayı, 223 öğrenci olmak üzere toplam 901 sosyal medya kullanıcısı katılmıştır. Verilerin analizi sonucunda katılımcıların en çok Facebook kullandıkları belirlenmiştir. Katılımcıların sosyal medya kullanım amaçları; iletişimi kurma, araştırma, işbirliği, eğlence, içerik paylaşma olarak belirlenmiştir. Araştırma ve işbirliği amacıyla kullanımda öğretmen adaylarının, eğlence ve içerik paylaşma amacıyla kullanımda öğrencilerin, iletişim kurma amacıyla kullanımda öğretmen adayı ve öğrencilerin diğer katılımcı gruplarına göre daha etkin olduğu tespit edilmiştir.

### **3.2. Öğretmenlerin Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Yapılan Çalışmalar**

Sönmez (2013), yaptığı çalışmada sosyal medyayı ve ortaöğretim öğretmenlerinin Facebook alışkanlıklarını ve amaçlarını incelemiştir. Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmış ve 40 öğretmenle görüşülmüştür. Elde edilen sonuçlara göre, görüşülenlerin Facebook arkadaş listelerinde arkadaşları, iş arkadaşları ve öğrenciler yer almaktadır. Bazılarının listesinde öğrenci velileri de mevcuttur. Görüşülenlerin Facebook'u boş zamanlarında arkadaşlarının paylaşımlarını incelemek, ana sayfada çıkan paylaşımları incelemek, arkadaşlarıyla çevrimiçi sohbet etmek, mesajlarına bakmak, fotoğraf, şarkı, yazı, ileti paylaşmak, oyun oynamak amaçlı kullandıkları tespit edilmiştir. Görüşülen öğretmenler

Facebook'u pedagojik paylaşımlar yapmak, iş arkadaşlarıyla Facebook üzerinden haberleşmek, öğrencilere ödev, test dağıtmak, branşlarıyla ilgili paylaşımlar yapmak amaçlı kullandıklarını da belirtmişlerdir. Yapılan görüşmeler sonucunda Facebook'un önemli bir iletişim aracı olduğu görülmüştür.

Günaydın (2017) yaptığı çalışmada sosyal medyayı öğretmenler açısından incelemeyi amaçlayarak öğretmenlerin sosyal medya kullanım endişeleri ve farkındalıkları konusunu ele almıştır. Araştırmaya çevrimiçi anket aracılığıyla 382 öğretmen katılmış nitel ve nicel veri toplanmıştır. Araştırma sonucunda öğretmenlerin din, siyaset, milliyet gibi konularda sosyal medyada bilgi paylaşmaktan ve bu gibi grupları takip etmekten çekindikleri, sosyal medyada duygu ve düşüncelerini rahatlıkla dile getirme konusunda kararsız oldukları, ötekileştirilme gibi endişeler nedeniyle paylaşım yapmaktan çekindikleri görülmüştür. Katılımcıların çoğu öğretmenlerin sosyal medya kullanması gerektiğini düşünse de bu konuda görüş ayrılığı saptanmıştır. Katılımcıların çoğu profillerinin sadece arkadaşlarına açık olduğunu belirtmişlerdir. Sosyal medya hesaplarını kapatmayı düşünen katılımcılar, bu ortamları bir zaman kaybı olarak gördüklerini veya bu ortamlardan izlendiğini, rahatsız edildiğini vb. nedenleri öne sürmüşlerdir. Sosyal medyanın araştırmaya katılan öğretmenler için bir alışkanlık haline geldiği görülmüştür. Genel olarak katılımcılar sosyal medyanın kullanım amacına bağlı olarak yararlı ya da zararlı olarak tanımlanabileceğini düşünmektedir.

Sumuer vd. (2014), yaptıkları çalışmada Türkiye'de K12 grubundaki öğretmenlerin kişisel ve mesleki hayatlarındaki Facebook kullanma alışkanlıklarını araştırmışlardır. Facebook hesabı olan 616 öğretmenden çevrimiçi anket yoluyla nicel veriler toplanmış; 32 öğretmenden de çevrimiçi açık uçlu sorular aracılığıyla nitel veriler elde edilmiştir. Araştırma sonuçları Facebook'un öğretmenler için artık günlük rutinlerinin bir parçası olduğunu göstermiştir. Ayrıca öğretmenlerin Facebook'ta kişisel bilgilerini paylaşma konusunda daha hassas davrandıkları, kişisel bilgilerini daha az paylaştıkları ve gizlilik ayarlarını sadece arkadaşlarının görebileceği şekilde ayarladıkları görülmüştür. Araştırmada birçok öğretmenin Facebook'u daha çok mesaj alışı verışı, arkadaşları ile iletişim, arkadaşlarının

gönderilerinin takibi için kullandığı bunun yanında eğitim ve kişisel gelişim için de bu ortamdan çeşitli yollarla yarar sağlanıldığı bulgusuna ulaşılmıştır.

Ciğerci (2016), yaptığı çalışmada Gündüz (2014) tarafından geliştirilen eğitsel sosyal ağın öğretmenlerin mesleki gelişimlerini sağlamada etkililiğini incelemiştir. 34 öğretmen ile gerçekleştirilen deneysel araştırmada eğitsel sosyal ağ sitesi öğretmenler tarafından 6 hafta kullanılmıştır. Çalışma sonucunda öğretmenler geliştirilen eğitsel sosyal ağ sitesinin mesleki gelişimlerini sağlamada yararlı olduğunu belirtmişlerdir. Öğretmenler sosyal ağın iletişim, işbirliği ve kaynak ve materyal paylaşımı konusunda kullanılabileceğini belirtmişlerdir. Bununla birlikte uygulamada öğrenme ve öğretme teknikleri hakkında farklı bilgiler edindiklerini ve tartışmalara katılmalarının yeni bilgiler edinmelerini sağladığını belirtmişlerdir.

Horzum (2010). yaptığı çalışmada öğretmenlerin Web 2.0 araçları ile ilişkisini incelemeyi amaçlamıştır. Araştırmacı geliştirdiği anketle 183 öğretmenden veri toplamıştır. Bulgular incelendiğinde, öğretmenlerin Facebook, MSN ve video paylaşım sitelerini sıklıkla ziyaret ettikleri, günlükleri ve Podcast'in varlığından haberdar olmadıkları, Wikipedia, Web Günlüklerini hiç ziyaret etmedikleri ortaya çıkmıştır. Öğretmenler sıklıkla kullandıkları sosyal ağları ağırlıklı olarak iletişim ve eğlence; seyrek kullandıkları sosyal medya platformlarını ise bilgi edinmek amacıyla kullandıkları görülmüştür.

Kırksekiz (2013) yaptığı çalışmada öğretim elemanlarının Facebook benimsemesi, Facebook Kullanım Amaçları ve Facebook'un eğitsel kullanımına ilişkin görüşlerini incelenmiştir. Araştırmanın örneklemini 1723 öğretim elemanı oluşturmaktadır. Yapılan araştırma neticesinde öğretim elemanları arasından 26 – 35 yaş aralığında bulunan, Öğretim Görevlisi ve Araştırma Görevlisi unvanlarına sahip çoğunlukla erkek öğretim elemanlarının Facebook'u daha fazla kullandıkları tespit edilmiştir. Öğretim elemanlarının cinsiyet, yaş ve unvan değişkenleri açısından Facebook benimseme düzeylerinin anlamlı farklılık göstermediği, kullanım süresi ve kullanım sıklığı arttıkça benimseme düzeylerinin arttığı belirlenmiştir. Katılımcıların Facebook benimsemeleri ile Facebook kullanım amaçları arasındaki ilişkinin pozitif yönlü yüksek düzeyde, Facebook benimsemeleri ile Facebook'u eğitsel kullanımı

arasındaki ilişkinin pozitif yönlü orta düzeyde, Facebook kullanım amacı ile Facebook'u eğitsel kullanımı arasındaki ilişkinin pozitif yönde orta düzeyde olduğu sonucu elde edilmiştir.

### **3.3. Sosyal Medyanın Eğitsel Kullanımına İlişkin Yapılan Çalışmalar**

Yaylak (2017) yaptığı doktora tezi çalışmasında, eğitimde sosyal medyanın kullanılmasını ele almıştır. Araştırma verileri hem nicel hem nitel yolla toplanmıştır. Nicel çalışma grubunda 236 sosyal bilgiler öğretmeni ile çalışılmış, bu gruptaki 30 sosyal bilgiler öğretmeni ile de nitel çalışma grubunda da çalışılmıştır. Nicel araştırma sonuçları; katılımcıların sosyal medyayı “kolaylık” ve “kişiselik” nedenlerinden dolayı benimsediklerini, kendi istekleri doğrultusunda dış etkiden uzak kullandıklarını, sosyal medyayı benimseme düzeyleri yüksek olan öğretmenlerin dahi sosyal medyanın eğitsel kullanımı konusunda yetersiz olduklarını, sadece düşünce olarak desteklediklerini göstermiştir. Nitel araştırma sonuçları, öğretmenlerin ve öğrencilerin çocuğunun sosyal medya kullandığını göstermiş, öğretmenlerin, öğrencilerin sosyal medyada boşa zaman geçirmeleri yerine sosyal medyayı eğitsel amaçlı kullanılabileceklerini ve sosyal medyanın eğitimin etkililiğini artıracığını ayrıca sosyal medyanın ders işlenmesi esnasında dikkati canlı tutabileceği görüşlerini savundukları sonuçlarına varılmıştır.

Tiryakioğlu ve Erzurum (2011), yaptıkları çalışmada öğretim elemanlarının Facebook'u eğitim aracı olarak kullanıp kullanmadıkları, kullanıyorlarsa hangisini, ne amaçla kullandıklarını ve eğitim aracı olarak nasıl kullandıklarını sorgulamışlardır. Çalışmada toplam 75 öğretim elemanı ile çalışılmıştır. Çalışma sonuçları öğretim üyelerinin Facebook'u benimsediklerini ve yoğun bir biçimde kullandığını göstermektedir. Katılımcılar Facebook'un eğitsel amaçla kullanımına da sıcak bakmaktadır ancak salt eğitim amaçlı kullanımında kararsız bir tutum sergilemişlerdir, Facebook'u daha çok öğrencileri ile iletişim kurma ve paylaşımında bulunma ortamı olarak değerlendirmişlerdir. Katılımcılardan yaşı 46'nın üzerinde olan öğretim elemanı Facebook'u kullansa bile onun eğitim amaçlı kullanılmasına inanmadığını belirtmiştir. 50-55 ve 56 + yaş grubuna dahil olan öğretim elemanları öğretim ortamı olarak Facebook'u kabul etmekte oldukları halde diğer yaş gruplarına göre daha olumsuz bir tutum sergilemişlerdir.

Şurgun (2016), yaptığı çalışmada sosyal medyanın öğrenme ortamı olarak kullanılmasına ilişkin Fen Bilgisi öğretmen adaylarının tutumlarını incelemiştir. Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış ve Fen Bilgisi Öğretmenliği'nde eğitim gören 517 öğretmen adayı ile çalışılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre üniversite, sınıf, yaş, akademik ortalama gibi faktörler ele alındığında öğrenciler arasında anlamlı bir fark oluşmazken, sadece cinsiyet faktörüne göre değişkenlik göstermiştir. Kız öğrencilerin sosyal medyayı öğrenme amaçlı kullanımlarının erkek öğrencilere göre daha fazla olduğu saptanmıştır.

Akçayır (2014), yaptığı çalışmada öğretim üyelerinin sosyal ağ sitelerini kullanım durumlarının ve sosyal ağları eğitim amaçlı kullanma durumlarının belirlenmesini amaçlamıştır. Çalışmasında 658 öğretim üyesine internet üzerinden anket uygulamış, 8 öğretim üyesi ile de yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirmiştir. Çalışma sonuçlarına göre; Öğretim üyelerinin büyük bir çoğunluğu sosyal ağ hesabına sahip olup cinsiyete göre önemli farklılık yoktur ancak unvana göre bakıldığında akademik unvan yükseldikçe sosyal ağ hesabı sahibi olma oranı düşmektedir. Öğretim üyeleri sosyal ağ hesaplarını en yüksek oranda arkadaşları ile bağlantı kurmak için kullanmakta olup gündemi ve haberleri takip etmek için kullandıkları da görülmüştür. Bulgulardan elde edilen genel kanı sosyal ağların bilinçli bir kullanımla, tek başına bir öğretim platformu olarak değil, yüz yüze ya da öğretim yönetim sistemleri gibi uzaktan öğretim ortamlarına destekleyici olarak kullanıldığında daha etkili olacaktır. Sosyal ağ hesabı sahibi olan öğretim üyelerinin hesaplarını, eğitim amaçlı kullanım durumlarına bakıldığında neredeyse yarı yarıya denebilecek bir sonuç elde edilmiştir.

Çetindaş (2016) yaptığı çalışmada, öğretmenlerin sosyal ağ kullanım durumlarını ele almıştır. Sosyal ağ kullanan 213 öğretmenle çalışılmıştır. Araştırma sonucuna göre; sosyal ağların eğitsel kullanımı hakkında olumlu düşünen öğretmenler, Facebook'un eğitsel amaçlı kullanılabilirliği görüşündedirler. Öğretmenlerin sosyal ağlara giriş sıklıkları ve geçirdikleri vakirler arttıkça, sosyal ağları eğitsel anlamda kullanımı ve iletişim konusunda görüşlerinin daha olumlu olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca Facebook' un eğitsel kullanımına ilişkin ve alt

faktörler olan iletişim, işbirliği ve kaynak/materyal paylaşımı açısından öğretmen görüşlerinin de olumlu olduğu tespit edilmiştir.

Derya (2017) yaptığı çalışmada, ortaokul öğrencilerinin sosyal medya sitelerini eğitsel kullanım amaçlarını incelemiştir. Araştırmanın çalışma grubunu 300 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırma sonucunda, sosyal medya sitelerinin eğitsel amaçla kullanımında kızların daha yetkin olduğu, okul türünün ise etkili olmadığı tespit edilmiştir.

Feyzioğlu (2016). okul yöneticilerinin ve öğretmenlerin eğitimde sosyal medyanın kullanılmasına ilişkin görüşlerini irdelemiştir. Çalışmada 20 okul yöneticisi ve 130 öğretmen tarafından cevaplanan 150 anket değerlendirilmiştir. Araştırma sonucuna göre; katılımcıların en çok kullandıkları sosyal ağlar sırasıyla; YouTube, Google+, Facebook ve Twitter olarak tespit edilmiştir. sosyal medyanın eğitimde kullanılmasına dair kadın öğretmenlerin daha olumlu düşünmesiyle birlikte genel olarak katılımcılar olumlu düşünmektedir. Katılımcılar sosyal medyayı eğitim-öğretim sürecinde en çok: meslektaşlar ile eğitim-öğretim içerikli paylaşım, derslerle ilgili duyuru ve bilgilendirme yapabilme, derslerle ilgili materyal paylaşımı amaçlı kullanmaktadır. Katılımcıların “internet” kullanım amaçları: araştırma yapmak, eğitim-öğretim, haberleşme, güncel olayların takibi şeklinde; “sosyal medya” kullanım amaçları ise: güncel konularla ilgili bilgi edinmek, eğitim-öğretim, haberleşme fikri ve sosyal paylaşımlar olarak sıralanmıştır.

Mazman (2009), yaptığı çalışmada Facebook’un kullanımını ele almıştır. Çalışmada 606 Facebook kullanıcılarına araştırmacılar tarafından geliştirilen anket uygulanmıştır. Araştırma sonucuna göre; Facebook’un eğitsel kullanımına ilişkin Facebook’un benimsenmesinin kullanım kolaylığı, yarar, kolaylaştırıcı faktörler, sosyal etki, ve topluluk kimliği ile anlamlı ve olumlu bir ilişkiye sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Facebook kullanım amaçlarının; sosyal ilişkileri sürdürme, çalışmalara ilişkin kullanım ve günlük etkinliklerde kullanım gibi 3 başlıkta toplanabileceği ortaya çıkmıştır. Facebook’un eğitsel kullanımının iletişim için kullanım, işbirliği için kullanım ve kaynak/materyal paylaşımı için kullanım olmak üzere 3 boyuttan oluştuğu ortaya çıkmıştır.



Menteşe (2013), yaptığı çalışmada sosyal medya ortam ve araçlarının eğitimde kullanımına ilişkin okul yöneticilerinin ve öğretmenlerin görüşlerini ele almıştır. Çalışmada 182 katılımcıya anket uygulanmıştır. Araştırma sonuçları; katılımcıların teknolojiyi takip etmediklerini, genç öğretmenlerin teknolojiyi eskilere göre daha iyi kullandıklarını göstermektedir. Araştırmada elde edilen bulgulara göre katılımcılar sosyal medya ortam ve araçlarının eğitimde kullanılmasını olumlu karşılamakta fakat her ders ve her seviyedeki öğrenci için uygun olmayacağını sadece iç motivasyonu yüksek öğrencilerde etkili olacağını düşünmektedir.

Özkan (2017), yaptığı çalışmada derslerinde Eğitsel Sosyal Ağ Sitesi (Edmodo) kullanmış olan öğretim elemanlarının deneyimlerinin incelemiştir. Nite araştırma yöntemlerinin kullanıldığı çalışmada 9 öğretim elemanı ile görüşülmüştür. Çalışma sonuçları, Edmodo'nun tüm ÖYS(Öğretim Yönetim Sistemi) ve SAS (Sosyal Ağ Sitesi) özelliklerinin kullanıldığını göstermiştir. Edmodo'nun kullanılma nedenleri; sınıf içi etkinliklerin kolaylaştırılması, öğrencilerin derse karşı ilgilerinin artırılması ve sınıf içi etkileşim-iletişimin artırılması olmak üzere üç temel neden olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcılar Edmodo'nun ÖYS gibi kullanılmasına imkan tanıyan ödev, quiz, kütüphane ve rozet gibi özellikleri ile Edmodo'nun klasik SAS gibi kullanılmasına imkan tanıyan grup oluşturma, duvar, cevaplama, tepkiler ve bildirimler gibi özellikleri derslerinde kullandıklarını ifade etmişlerdir.

Özmen vd. (2012), yaptıkları çalışmada sosyal ağ sitelerinin eğitsel ortamlardaki işlevselliğini ele almışlardır. Araştırma bulguları incelendiğinde, sosyal ağların katılımcılar tarafından etkin bir şekilde kullanıldığı, eğitsel amaçlar için sosyal ağların kullanımı, katılımcılar arasında sağladığı eş güdümün ve bilgi paylaşımının, varılmak istenen amaçları gerçekleştirme noktasında olumlu katkısının olduğu görülmüştür.

Polat (2016), yaptığı çalışmada eğitsel sosyal medya platformlarını ve Edmodo örnek uygulamasını incelemiştir. Nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin birlikte kullanıldığı çalışmada 61 öğretmen adayı ile çalışılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre öğrencilerin Edmodo'yu ders içi kaynak ve materyal paylaşımında kullandıkları, dersler ile ilgili duyuruları, ödevleri ve görevleri Edmodo'dan takip ettikleri

belirlenmiştir. Edmodo'nun sınıf dışında sağlıklı bir iletişim sağladığı ve eğitsel ortamlarda başarılı bir şekilde kullanılabilceği sonucuna ulaşılmıştır.

Yalçın (2015), yaptığı çalışmada Fen ve Teknoloji öğretmen adaylarının sosyal ağların eğitimde kullanılmasına ilişkin görüşlerini incelemiştir. Çalışma kapsamında 183 öğretmen adayına anket uygulanmıştır. Yapılan analizler sonucunda, üye olunan sosyal ağ sitesi sayısı artıkça sosyal ağları eğitimde kullanım amacının arttığı görülmüştür. Öğretmen adaylarının sosyal ağları eğitimde daha çok fotoğraf paylaşımı, video paylaşımı, kaynak- materyal paylaşımı, mesajlaşma, gündemi takip etmek ve arkadaşlarıyla iletişim kurmak amaçlarıyla kullandıkları görülmüştür.



## BÖLÜM 4

### YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, evren ve örnekleme, uygulama süreci, veri toplama araçları ve verilerin analizi başlıklar şeklinde verilmiştir.

#### 4.1. Araştırma Modeli

Araştırmada nicel yöntem kullanılmış olup, araştırmanın modeli tarama modelinde desenlenmiştir. "Tarama modelleri, geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekilde betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımlarıdır. Araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne, kendi koşulları içinde ve olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır. Onları herhangi bir şekilde değiştirme, etkileme çabası gösterilmez. Bilinmek istenen şey vardır ve oradadır. Önemli olan onu uygun biçimde 'gözleyip' belirleyebilmektir" (Karasar, 2014: 77). Araştırmada var olan bir durum incelendiği için tarama modelinde betimsel bir çalışmadır. "Betimsel çalışma, herhangi bir değişkene ait sayısal verilerin toplanması, betimlenmesi ve sunulmasına dayanmaktadır. Betimsel istatistik bir grubun özelliklerini betimlemek için kullanılan frekans, yüzde, korelasyon gibi teknikleri içermektedir" (Büyüköztürk, 2014). Araştırma alt amaçları doğrultusunda tekil ve ilişkisel tarama modellerinden her ikisi uygulanmıştır. "Tekil tarama modeli, araştırmanın konusu olan değişkenlerin tür ya da miktar olarak mevcut durumlarının betimlendiği ve araştırma konusuyla ilgili davranış, tutum, beklenti, gereksinim ve bilgi düzeylerinin belirlendiği, ilişkisel tarama modeli ise iki ya da daha çok sayıda değişken arasında bir ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla kullanılan araştırma modelidir" (Karasar, 2014; Gay, 1987).

#### 4.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, 2017-2018 eğitim öğretim yılında Amasya ilinin Suluova ilçesi merkezinde ve bu ilçeye yerleşkelerde bulunan ilkokul, ortaokul, ortaöğretim kurumları ve diğer okullarda (mesleki eğitim merkezi, halk eğitim merkezi vs. ) görev yapan öğretmenleri kapsamaktadır. Söz konusu yerleşim yerinde özel okul olmaması sebebiyle araştırma sadece devlet okullarında görev yapan öğretmenleri kapsamaktadır. Araştırmada ilçede görev yapan öğretmenlerin

tamamına ulaşılmaması hedeflenmiş ulaşılan öğretmenler örneklem kabul edilmiştir. Bu nedenle çalışmanın evreni ulaşılabilen evrendir. Çalışma kapsamında 500'ün üzerinde öğretmene ulaşılmış olup anketlerin incelenmesi neticesinde cevapların eksik veya hatalı olmasından dolayı geçersiz sayılmış olan anketler çıkarılarak toplamda 491 öğretmenin anketi değerlendirmeye alınmıştır. Araştırmanın örneklemini oluşturan öğretmenlere ait kişisel bilgiler tabloda verilmektedir.

**Tablo- 1: Araştırmaya Katılan Öğretmenlerin Kişisel Bilgileri**

<b>Kişisel Bilgiler</b>	<b>f</b>	<b>%</b>		
Cinsiyet	Kadın	254	51,7	
	Erkek	237	48,3	
	Toplam	491	100,0	
Yaş	20-30 yaş arası	107	21,8	
	31-40 yaş arası	213	43,4	
	40 yaş üstü	171	34,8	
	Toplam	491	100	
Öğrenim Durumu	Lisans	450	91,6	
	Yüksek Lisans	35	7,1	
	Diğer	6	1,2	
	Toplam	316	100	
Branşlar	Beden Eğitimi Öğrt.	19	3,9	
	Bilişim Teknolojileri Öğrt.	11	2,2	
	Coğrafya Öğrt.	13	2,6	
	Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğrt.	28	5,7	
	Fen Bilimleri Öğrt.	23	4,7	
	Görsel Sanatlar Öğrt.	14	2,9	
	Matematik Öğrt.	44	9,0	
	Meslek Dersleri Öğrt.	46	9,4	
	Okul Öncesi Öğrt.	22	4,5	
	Rehberlik Öğrt.	11	2,2	
	Sınıf Öğrt.	123	25,1	
	Sosyal Bilgiler Öğrt.	17	3,5	
	Tarih Öğrt.	14	2,9	
	Türkçe Öğrt.	31	6,3	
	Türk Dili ve Edebiyatı Öğrt.	29	5,9	
	Yabancı Dil Öğrt.	27	5,5	
	Diğer	19	3,9	
	Toplam	491	100	
	Hizmet Yılı	1-5 yıl	109	22,2
		6-10 yıl	93	18,9
11-15 yıl		115	23,4	
16 yıl ve üstü		174	35,4	

	Toplam	491	100
	İlkokul	139	28,3
	Ortaokul	152	31,0
	Anadolu Lisesi	40	8,1
	Fen Lisesi	16	3,3
	Meslek Lisesi	81	16,5
	İmam Hatip Lisesi	40	8,1
	Diğer	23	4,7
Okul Türü	Toplam	491	100

Tabloda öğretmenlerin cinsiyet durumu dağılımına bakıldığında, erkek öğretmenlerin %48,3 (237 öğretmen), kadın öğretmenlerin %54,7 (254 öğretmen) olduğu; yaş durumu dağılımına bakıldığında 20-30 yaş aralığında olanların 107 öğretmen (%21,8), 31-40 yaş aralığında olanların 213 öğretmen (%43,4) ve 40 yaş üstü olanların 171 öğretmen (%34,8) olduğu; öğrenim durumuna bakıldığında 450 öğretmenin (%91,6) Lisans, 35 öğretmenin (%7,1) Yüksek Lisans, 6 öğretmenin (%1,2) ise diğer mezun olduğu; öğretmenlerin branş durumu dağılımına bakıldığında; beden eğitimi öğretmeni 19 (3,9), bilişim teknolojileri öğretmeni 11 (%2,2), coğrafya öğretmeni 13 (2,6), din kültürü ve ahlak bilgisi öğretmeni 28 (5,7), fen bilimleri öğretmeni 23 (4,7), görsel sanatlar öğretmeni 14 (%2,9), matematik öğretmeni 44 (9,0), meslek dersleri öğretmeni 46 (%9,4), okul öncesi öğretmeni 22 (%4,5), rehberlik öğretmeni 11 (%2,2), sınıf öğretmeni 123 (25,1), sosyal bilgiler öğretmeni 17 (%3,5), tarih öğretmeni 14 (%2,9), Türkçe öğretmeni 31 (%6,3), Türk dili ve edebiyatı öğretmeni 29 (%5,9), yabancı dil öğretmeni 27 (%5,5) ve diğer branşlardan 19 öğretmen (%3,9) olduğu; öğretmenlerin hizmet yılı durumu dağılımına bakıldığında; 1-5 yıl meslek tecrübesi olan 109 (% 22,2), 6-10 yıl meslek tecrübesi olan 93 (% 18,9), 11-15 yıl meslek tecrübesi olan 115 (% 23,4) ve 16 yıl ve üstü meslek tecrübesi olan 174 öğretmen (% 35,4) olduğu; öğretmenlerin okul türüne göre dağılımları ilkokulda görevli olan 139 (%28,3), ortaokulda görevli olan 152 (%31,0), Anadolu lisesinde görevli olan 40 (%8,1), fen lisesinde görevli olan 16 (%3,3), meslek lisesinde görevli olan 81 (%16,5), imam hatip lisesinde görevli olan 40 (%8,1) ve diğer okullarda görevli 23 öğretmen (4,7) olduğu görülmektedir

### 4.3. Veri Toplama Aracı ve Verilerin Toplanması

Araştırma verileri iki bölümden oluşan bir ölçme aracı ile toplanılmıştır. Birinci bölümde öğretmenlerin demografik özelliklerini, internet ve sosyal medya kullanım durumlarını belirlemek amacıyla araştırmacı tarafından geliştirilen “Kişisel Bilgi Formu”, ikinci bölümde Usluel, Y. Demir, Ö. ve Çınar, M. (2014) tarafından geliştirilmiş olan "Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği (SAKAÖ)" kullanılmıştır. Ölçme aracı araştırmaya katılan öğretmenlere araştırmacı tarafından bizzat ulaşılarak uygulanmış ve veriler toplanılmıştır.

#### 4.3.1. Kişisel Bilgi Formu

Araştırmaya katılan öğretmenlerin cinsiyet, yaş, öğrenim durumu, hizmet yılı, branşı, okul türü vb. demografik bilgileri ile interneti kullanım durumları, sosyal medya kullanım durumları ve eğitsel sosyal medya kullanım durumlarını belirlemeye yönelik 21 adet seçenekli ve 4 adet açık uçlu soru maddesi içermektedir. Kişisel bilgi formu oluşturulurken Bostancı (2010), Yaylak (2017), Günaydın (2017) ve Tuğlu (2017)'nin araştırmalarından yararlanılmıştır.

#### 4.3.2. Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği

Araştırmaya katılan öğretmenlerin sosyal ağları kullanım amaçlarının belirlenmesi amacıyla Usluel vd. (2014) tarafından geliştirilmiş olan “Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği (SAKAÖ)” kullanılmıştır. 7’li likert tipinde tasarlanmış olan ölçek 26 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin maddelerine verilecek cevaplar “Kesinlikle katılıyorum” (7) ile “Kesinlikle katılmıyorum” (1) arasında değişmektedir. Ölçekten en fazla 182, en az 26 puan alınabilmektedir. Sosyal ağların kullanım amaçlarını oluşturan faktörler; araştırma, işbirliği, iletişimi başlatma, iletişim kurma, iletişimi sürdürme, içerik paylaşma ve eğlence olarak ortaya çıkmıştır. Ölçeğin kapsam ve dilsel geçerliği için uzman görüşlerine başvurulmuştur. Ölçeğin yapı geçerliği için birinci ve ikinci düzey doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Ölçeğin Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı .92 olarak hesaplanmıştır. Cronbach güvenilirlik katsayısının .6 ile .8 arasında olmasının ölçeğin oldukça güvenilir olduğu anlamına geldiği ifade edilmektedir (Kayış, 2010). Bu şekilde, araştırma kapsamında geliştirilen sosyal ağların kullanım amaçları ölçeğinin geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğu kuramsal ve istatistiksel olarak desteklenmiştir

(Usluel, vd., 2014). Geliştiricileri tarafından yapıldığından SAKAÖ için tekrar faktör analizleri yapılmayacak olup tutarlılık çalışması yapılmıştır.

“Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği”nin (SAKAÖ) toplam 7 tane alt boyutu bulunmaktadır. Bunlar sırasıyla; "Araştırma" (1, 2 ve 3 nolu sorular), "İşbirliği" (4, 5, 6, 7, 8 ve 9 nolu sorular), "İletişimi Başlatma" (10, 11 ve 12 nolu sorular), "İletişim Kurma" (13 ve 14 nolu sorular), "İletişimi Sürdürme" (15, 16, 17 ve 18 nolu sorular), "İçerik Paylaşma" (19, 20, 21, 22 ve 23 nolu sorular) ve "Eğlence" (24, 25 ve 26 nolu sorular) alt boyutlarıdır.

**Tablo- 2: Faktörlere Göre Güvenirlilik Katsayıları**

<b>Faktör</b>	<b>Güvenirlilik Katsayısı</b>	<b>N</b>
Araştırma	,835	3
İşbirliği	,853	6
İletişimi Başlatma	,782	3
İletişim Kurma	,845	2
İletişimi Sürdürme	,842	4
İçerik Paylaşma	,833	5
Eğlence	,783	3

Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği'nin (SAKAÖ) iç tutarlılık katsayısı (Cronbach's Alpha) ,909 olarak belirlenmiştir. Faktörlere ilişkin ise; "Araştırma" alt boyutuna ait iç tutarlılık kat sayısı ,835; "İşbirliği" alt boyutuna ait iç tutarlılık katsayısı ,853; "İletişimi Başlatma" alt boyutuna ait iç tutarlılık katsayısı ,782; "İletişim Kurma" alt boyutuna ait iç tutarlılık katsayısı ,845; "İletişimi Sürdürme" alt boyutuna ait iç tutarlılık katsayısı ,842; "İçerik Paylaşma" alt boyutuna ait iç tutarlılık katsayısı ,833; "Eğlence" alt boyutuna ait iç tutarlılık katsayısı ise ,783 olarak belirlenmiştir (Tablo 2). Ölçeğin güvenilirliğine ilişkin hesaplanan değerlerin kabul edilebilir bir aralıkta olduğu belirlenmiştir.

#### **4.4. Verilerin Analizi ve Yorumlanması**

Veriler araştırmacı tarafından incelenmiş olup verilerin bilgisayar ortamına aktarılmasında sosyal ağların kullanım amaçları ölçeğindeki maddeler için “1-Kesinlikle Katılmıyorum”, ..., “7-Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde bir puanlama yapılmıştır. Araştırmadan elde edilen veriler Excel 2007 programında kodlanarak, analizleri analizler SPSS (Statistical Package for the Social Sciences versiyon 24.0.0;

SPSS Inc., Chicago, IL, ABD) programı ile yapılmıştır. Analizlerde tanımlayıcı istatistikler frekans (n), yüzde (%), ortalama, standart sapma, ortanca, çeyreklikler arası genişlik, minimum ve maksimum değerler olarak belirtilmiştir. Ankette kullanılan 26 maddelik Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği (SAKAÖ) sıralamalı (ordinal) bir ölçek olduğundan yapılan analizlerde parametrik olmayan testler kullanılacaktır (Boone ve Boone, 2012). Normal dağılıma uymayan bağımsız iki grup sürekli değişkenlerin karşılaştırılmasında Mann-Whitney U testi, ikiden fazla gruplu sürekli değişkenlerin karşılaştırılmasında Kruskal-Wallis testi, istatistiksel olarak anlamlı farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için ise Dunn-Bonferroni post hoc testi kullanılmıştır. İstatistiksel anlamlılık için tip 1 hata değeri 0,05'in altında olan ( $p < 0,05$ ) durumlar anlamlı kabul edilmiştir.



## BÖLÜM 5

### BULGU VE YORUMLAR

Öğretmenlerin sosyal ağları kullanım amaçlarının araştırıldığı bu araştırmada alt amaçlar da dikkate alınarak bulgular başlıklar halinde verilmiştir.

#### 5.1. Öğretmenlerin İnternet Kullanım Durumlarına İlişkin Bulgular

Öğretmenlerin, ölçeğin birinci bölümü olan kişisel bilgi formunda yer alan internet kullanımına yönelik sorulara verdikleri yanıtlara ilişkin bulgular verilmiştir

##### 5.1.1. Öğretmenlerin İnternete Kolayca Bağlanma Durumları

Öğretmenlerin kolayca internete bağlanma durumlarına ilişkin veriler analiz edilmiş ve Tablo- 3'te verilmiştir.

**Tablo- 3: Öğretmenlerin Kolayca İnternete Bağlanabilme Durumlarına Göre Dağılımları**

		f	%
<b>Olgular</b>	Evet	471	95,9
	Hayır	20	4,1
	Total	491	100,0

Öğretmenlerin kolayca internete bağlanma durumu dağılımına bakıldığında; büyük çoğunluğun (471 öğretmen - %95,9) kolayca kullanabileceği internet bağlantısının olduğu görülmektedir.

##### 5.1.2. Öğretmenlerin İnternete Bağlanırken En Çok Kullandıkları Araç Türleri

Öğretmenlerin internete bağlanırken en çok kullandıkları araçlara göre durumlarına ilişkin veriler analiz edilmiş ve Tablo- 4'te verilmiştir.

**Tablo- 4: Öğretmenlerin İnternete Bağlanırken En Çok Kullandıkları Araç Türlerine Göre Dağılımları**

		f	%
<b>Olgular</b>	Telefon	416	84,7
	Tablet	6	1,2
	Laptop	33	6,7
	Masaüstü	36	7,3

Total	491	100,0
-------	-----	-------

Öğretmenlerin en çok kullanılan internete bağlanma aracı durumu dağılımına bakıldığında; büyük çoğunluğun (416 öğretmen - %84,7) telefonu, %7,3'ünün (36 öğretmen) masaüstü bilgisayarını, %6,7'sinin (33 öğretmen) laptopu, %1,2'sinin (6 öğretmen) ise tableti internete bağlanırken en çok kullandıkları araçlar olarak belirttikleri görülmektedir.

### 5.1.3. Öğretmenlerin İnternete Giriş Sıklıkları

Öğretmenlerin internete giriş sıklığı durumlarına ilişkin veriler analiz edilmiş ve Tablo- 5'te verilmiştir.

**Tablo- 5: Öğretmenlerin İnternete Giriş Sıklıklarına Göre Dağılımları**

	f	%	
<b>Olgular</b>	Her gün	457	93,1
	Haftada 1-2 gün	12	2,4
	Haftada 3-5 gün	16	3,3
	Ayda 1-2 gün	3	,6
	Ayda 3-5 gün	3	,6
	Total	491	100,0

Öğretmenlerin internete giriş sıklığı durumu dağılımına bakıldığında; büyük çoğunluğun (457 öğretmen - %93,1) her gün, %3,3'ünün (16 öğretmen) haftada 3-5 gün, %2,4'ünün (12 öğretmen) haftada 1-2 gün, %0,6'sının (3 öğretmen) ise ayda 3-5 gün internete giriş yaptığı görülmektedir.

### 5.1.4. Öğretmenlerin İnternette Geçirdikleri Süreler

Öğretmenlerin internete giriş yaptıktan sonra internette geçirdikleri süreler göre durumlarına ilişkin veriler analiz edilmiş ve Tablo- 6'da verilmiştir.

**Tablo- 6: Öğretmenlerin İnternete Girdiklerinde İnternette Geçirdikleri Sürelere Göre Dağılımları**

	f	%	
<b>Olgular</b>	30 dakikadan az	168	34,2
	30 dakika-1 saat arası	179	36,5
	1-2 saat arası	90	18,3
	2-3 saat arası	33	6,7
	3 saatten fazla	21	4,3
	Total	491	100,0

Öğretmenlerin internete giriş yaptıktan sonra geçirdikleri süre durumu dağılımına bakıldığında; 179 öğretmenin (%36,5) 30 dakika-1 saat arası, 168 öğretmenin (%34,3) 30 dakikadan az, 90 öğretmenin (%18,3) 1-2 saat arası, 33 öğretmenin (%6,7) 2-3 saat arası, 21 öğretmenin (%4,3) ise 3 saatten fazla internette vakit geçirdiği görülmektedir.

### 5.1.5. Öğretmenlerin İnternet Kullanım Amaçları

Öğretmenlerin internet kullanım amaçlarına ilişkin veriler analiz edilmiş ve Tablo- 7'de verilmiştir.

**Tablo- 7: Öğretmenlerin İnternet Kullanım Amaçlarına Göre Dağılımları**

	f	%
E-Okul	269	54,8
E-Devlet	81	16,5
Haber	244	49,7
Bankacılık	107	21,8
Sosyal Medya	281	57,2
<b>Olgular</b> Alış-veriş	71	14,5
Araştırma	104	21,2
İletişim	106	21,6
Dosya İndirme	31	6,3
Oyun	11	2,2
Video	36	7,3
Diğer	6	1,2

Öğretmenlerin internet kullanım amacı durumu dağılımına bakıldığında; en sık sosyal medyaya (281 öğretmen - %57,2), e-okula (269 öğretmen - %54,8) ve haberlere (244 öğretmen - %49,7) ulaşmak için; en seyrek olarak da oyuna (11 öğretmen - %2,2) ulaşmak için interneti kullandıkları görülmektedir.

### 5.2. Öğretmenlerin Sosyal Medya Kullanım Durumlarına İlişkin Bulgular

Öğretmenlerin, ölçeğin birinci bölümü olan kişisel bilgi formunda yer alan sosyal medya kullanımına yönelik sorulara verdikleri yanıtlara ilişkin bulgular verilmiştir.

#### 5.2.1. Öğretmenlerin E-posta Adresi Olması Durumu

Öğretmenlerin e-posta adresi olmasına ilişkin veriler analiz edilmiş ve Tablo- 8'de verilmiştir.

**Tablo- 8: Öğretmenlerin E-posta Adresi Olması Durumuna Göre Dağılımları**

		f	%
<b>Olgular</b>	Evet	475	96,7
	Hayır	16	3,3
	Total	491	

Öğretmenlerin e-posta adresi olması durumuna göre dağılımlarına bakıldığında; büyük çoğunluğun (475 öğretmen - %96,7) e-posta adresinin olduğu, %3,3'ünün (16 öğretmen) ise e-posta adresinin olmadığı görülmektedir.

### 5.2.2. Öğretmenlerin Sosyal Medya Hesabı Olması Durumu

Öğretmenlerin sosyal medya hesabı olmasına ilişkin veriler analiz edilmiş ve Tablo- 9'da verilmiştir.

**Tablo- 9: Öğretmenlerin Sosyal Medya Hesabı Olması Durumuna Göre Dağılımları**

		f	%
<b>Olgular</b>	Evet	444	90,4
	Hayır	47	9,6
	Total	491	100,0

Öğretmenlerin sosyal medya hesabı olması durumlarına göre dağılıma bakıldığında; büyük çoğunluğun (444 öğretmen - %90,4) sosyal medya hesabının olduğu, %9,6'sının (47 öğretmen) ise sosyal medya hesabının olmadığı görülmektedir.

### 5.2.3. Öğretmenlerin Sosyal Medyayı Kullanma Süreleri

Öğretmenlerin sosyal medyayı kullanma sürelerine ilişkin veriler analiz edilmiş ve Tablo- 10'da verilmiştir.

**Tablo- 10: Öğretmenlerin Sosyal Medyayı Kullanma Sürelerine Göre Dağılımları**

		f	%
<b>Olgular</b>	Son 1 yıldır	43	8,8
	2-3 yıldır	63	12,8
	3-4 yıldır	42	8,6
	4-5 yıldır	57	11,6
	5 yıldan fazla	286	58,2
	Total	491	100,0

Öğretmenlerin sosyal medyayı kullanma sürelerine göre dağılımlarına bakıldığında; yarısından fazlasının (286 öğretmen - %58,2) 5 yıldan fazla süredir, 63 öğretmenin (%12,8) 2-3 yıldır, 57 öğretmenin (%11,6) 4-5 yıldır, 43 öğretmenin (%8,8) son bir yıldır, 42 öğretmenin (%8,6) ise 3-4 yıldır sosyal medyayı kullandıkları görülmektedir.

#### 5.2.4. Öğretmenlerin Sosyal Medyayı Kullanırken En Çok Kullandıkları Araç Türleri

Öğretmenlerin sosyal medyayı kullanırken en çok kullandıkları araç türlerine göre durumlarına ilişkin veriler analiz edilmiş ve Tablo - 11’de verilmiştir.

**Tablo- 11. Öğretmenlerin Sosyal Medyayı Kullanırken En Çok Kullandıkları Araç Türlerine Göre Dağılımları**

	f	%	
<b>Olgular</b>	Telefon	439	89,4
	Tablet	1	,2
	Laptop	26	5,3
	Masaüstü	25	5,1
	Total	491	100,0

Öğretmenlerin sosyal medyayı kullanırken kullandıkları araç türlerine göre dağılımlarına bakıldığında; büyük çoğunluğun (439 öğretmen - %89,4) telefonu, %5,3’ünün (26 öğretmen) laptopu, %5,1’inin (25 öğretmen) masaüstü bilgisayarını, %0,2’sinin (1 öğretmen) ise tableti sosyal medyayı kullanım aracı olarak kullandığı görülmektedir.

#### 5.2.5. Öğretmenlerin Sosyal Medyayı Kullanma Sıklıkları

Öğretmenlerin sosyal medyayı kullanma sıklıklarına ilişkin veriler analiz edilmiş ve Tablo- 12’de verilmiştir.

**Tablo- 12: Öğretmenlerin Sosyal Medyayı Kullanma Sıklıklarına Göre Dağılımları**

	f	%	
<b>Olgular</b>	Her gün birden fazla	352	71,7
	Her gün bir kere	79	16,1
	Haftada birden fazla	33	6,7
	Haftada bir kere	12	2,4
	Ayda 1 kaç kez	15	3,1
	Total	491	100,0

Öğretmenlerin sosyal medyayı kullanım sıklığı durumu dağılımlarına bakıldığında; büyük çoğunluğun (352 öğretmen - %71,7) her gün birden fazla kez, %16,1'inin (79 öğretmen) her gün bir kere, %6,7'sinin (33 öğretmen) haftada birden fazla, %2,4'ünün (12 öğretmen) ayda birkaç kez, %3,1'inin (15 öğretmen) ise ayda birkaç kez sosyal medyayı kullandığı görülmektedir.

### 5.2.6. Öğretmenlerin Sosyal Medyada Geçirdikleri Süreler

Öğretmenlerin sosyal medyaya girdiklerinde sosyal medyada geçirdikleri süreye ilişkin veriler analiz edilmiş ve Tablo- 13'te verilmiştir.

**Tablo- 13: Öğretmenlerin Sosyal Medyada Geçirdikleri Sürelere Göre Dağılımları**

	f	%	
<b>Olgular</b>	30 dakikadan az	286	58,2
	30 dakika-1 saat arası	135	27,5
	1-2 saat arası	50	10,2
	2-3 saat arası	10	2,0
	3 saatten fazla	10	2,0
	Total	491	100,0

Öğretmenlerin sosyal medyaya giriş yaptıktan sonra geçirdikleri vakitlere göre dağılımlarına bakıldığında; 286 öğretmenin (%58,25) 30 dakikadan az, 135 öğretmenin (%27,5) 30 dakika - 1 saat arası, 50 öğretmenin (%10,2) 1-2 saat arası, 10 öğretmenin (%2) 2-3 saat arası, 10 öğretmenin (%2) ise 3 saatten fazla sosyal medyada vakit geçirdiği görülmektedir.

### 5.2.7. Öğretmenlerin Hesaplarının Olduğu Sosyal Medya Platformları

Öğretmenlerin hangi sosyal medyaya platformlarında hesapları olduğuna ilişkin veriler analiz edilmiş ve Tablo- 14'te verilmiştir.

**Tablo- 14: Öğretmenlerin Hesaplarının Olduğu Sosyal Medya Platformlarına Göre Dağılımı**

	f	%	
<b>Olgular</b>	WhatsApp	432	88,0
	Facebook	370	75,4
	Instagram	277	56,4
	Twitter	133	27,1
	Google+	133	27,1

Youtube	121	24,6
FourSquare	14	2,9
Swarm	24	4,9
Snapchat	25	5,1
Tumblr	3	,6
LinkedIn	11	2,2
Blogcu	1	,2
Ekşi Sözlük	14	2,9
Flickr	3	,6
Hi5	1	,2
Myspace	1	,2
WindowsliveSpace	6	1,2
Wordpress	1	,2
Wikipedia	5	1,0
Edmodo, Busuu vb. eğitim prog.	4	,8

Öğretmenlerin sosyal medya platformlarındaki hesaplarına ilişkin dağılımlarına bakıldığında; en fazla olarak WhatsApp'ta (488 öğretmen - %88), sonrasında Facebook'ta (370 öğretmen - %75,4), Instagram'da (277 öğretmen - %56,4), Twitter'da ve Google+'da (133 öğretmen - %27,1) hesabın olduğu, Blogcu, Hi5, Myspace, Wordpress gibi sosyal medya ortamlarında hesabın az olduğu (1 öğretmen - %0,2) görülmektedir. Ayrıca öğretmenlerin hiçbirinin Blogster ve Meetup isimli sosyal medyalarda hesaplarının olmadığı saptanmıştır.

### 5.2.8. Öğretmenlerin En Sık Kullandıkları Sosyal Medya Platformları

Öğretmenlerin en sık hangi sosyal medya platformlarını kullandıklarına ilişkin veriler analiz edilmiş ve Tablo- 15'te verilmiştir.

**Tablo- 15: Öğretmenlerin En Sık Kullandıkları Sosyal Medya Platformlarına Göre Dağılımları**

	f	%
WhatsApp	439	89,4
Facebook	289	58,9
Instagram	230	46,8
Twitter	53	10,8
<b>Olgular</b> Google+	34	6,9
Youtube	40	8,1
Snapchat	2	,4
Ekşi Sözlük	1	,2
Flickr	1	,2

Öğretmenlerin en sık kullandıkları sosyal medya platformu durumu dağılımına bakıldığında; en sık Whatsapp'ı (439 öğretmen - %89,4), sonrasında Facebook'u (289 öğretmen - %58,9) ve Instagram'ı (239 öğretmen - %46,8) kullandıkları; bunları Twitter (53 öğretmen - %10,8) ve Youtube'un (40 öğretmen - %8,1) takip ettiği görülmektedir.

### 5.2.9. Öğretmenlerin Sosyal Medyada Takip Ettikleri Alanlar

Öğretmenlerin sosyal medyada hangi alanları takip ettiğine ilişkin veriler analiz edilmiş ve Tablo- 16'da verilmiştir.

**Tablo- 16: Öğretmenlerin Takip Ettikleri Sosyal Medya Alanlarına Göre Dağılımları**

	f	%
Eğitim-Bilim	396	80,7
Teknoloji	125	25,5
Müzik	117	23,8
Sinema	43	8,8
Tv Programı	20	4,1
<b>Olgular</b> Kitap-Yazar	80	16,3
Dini Gruplar	41	8,4
Siyasi Gruplar	46	9,4
Spor	70	14,3
Gezi-Tur	33	6,7
Alışveriş	32	6,5
Diğer	175	35,6

Öğretmenlerin takip edilen sosyal medya alanlarına göre dağılımlarına bakıldığında; en sık eğitim-bilim alanını (396 öğretmen - %80,7), sonrasında teknoloji alanını (125 öğretmen - %25,5) ve müzik alanını (117 öğretmen - %23,8) takip ettikleri; en seyrek olarak da tv programı alanını (20 öğretmen - %4,1) takip ettikleri görülmektedir.

### 5.3. Öğretmenlerin Açık Uçlu Sorulara Verdikleri Yanıtlara İlişkin Bulgular

Öğretmenlerin, ölçeğin birinci bölümü olan kişisel bilgi formunda yer alan açık uçlu sorulara verdikleri yanıtlara ilişkin bulgular verilmiştir.



Öğretmenlerin açık uçlu sorulara verdikleri yanıtlara ilişkin veriler analiz edilmiş ve Tablo- 17’de verilmiştir.

**Tablo- 17: Öğretmenlerin Evet/Hayır Yanıtlarına Göre Dağılımları**

SORU MADDESİ	EVET		HAYIR	
	f	%	f	%
Bir öğretmen olarak sosyal medya kullanmanız gerektiğini düşünüyor musunuz?	387	78,8	104	22,2
Sosyal medyayı eğitim süreçlerinde kullanıyor musunuz?	328	66,8	163	33,2
Öğrencilerinizin sosyal medya kullanmasını uygun buluyor musunuz?	210	42,8	281	57,2
Öğretmenlere sosyal medya kullanımı ile ilgili hizmet içi eğitim verilmeli midir?	236	48,1	255	51,9

Öğretmenlerin “Bir öğretmen olarak sosyal medya kullanmanız gerektiğini düşünüyor musunuz?” sorusuna verilen cevap durumu dağılımına bakıldığında; büyük çoğunluğunun (387 öğretmen- %78,8) sosyal medyayı kullanması gerektiğini düşünürken %21,2’sinin (104 öğretmen) ise sosyal medyayı kullanmasını gerekli görmediği görülmektedir. Bir öğretmen olarak sosyal medyanın kullanılmasının gerekli olduğunu düşünen öğretmenlerin "Neden" sorusuna verdikleri cevaplar incelendiğinde en fazla "kolay ve kısa sürede iletişim/haberleşme sağlanması" yanıtı göze çarparken diğer nedenler; bilgi alış veriş, çağın gereği olması, gündemin takip edilmesi, kişisel gelişim, sosyalleşme, öğrencilerin sosyal medyada nelerle karşılaşabileceklerinin tespit edilmesi, öğrencilere uyum, velilerle ilişki kurulması, ortak meslek gruplarının bir arada toplanabilmesi, zümrelerle bilgi alış veriş ve farklı eğitim materyallerinden faydalanılması başlıkları altında toplanabilmektedir. Bir öğretmen olarak sosyal medyanın kullanılması gerektiğini düşünen bu öğretmenlerin çoğu bilinçli, verimli ve dozunda kullanılması gerektiği şartına değinmişlerdir. Sosyal medya kullanmadıklarını bildiren bazı öğretmenler kendilerinin kullanmadıklarını fakat kullanılmasının faydalı olabileceğini

belirtmişlerdir. Bir öğretmen olarak sosyal medyanın kullanılmasının gerekli olmadığını düşünen öğretmenlerin çoğu "Neden" sorusunu yanıtsız bırakmıştır. Soruyu yanıtlayan öğretmenlerin verdikleri cevaplar incelendiğinde en fazla "zaman kaybına neden olması" yanıtı göze çarparken diğer nedenler; bilgi kirliliği, gereken bilgilere ulaşım için internetin yeterli olması, amaca uygun kullanılmaması, sosyalleşmeyi engellemesi, gerçek dünyayı yansıtmaması, göz ile ilgili sağlık problemlerine neden olması ve yanlış yönlendirmelere sebebiyet vermesi başlıkları altında toplanabilmektedir.

Öğretmenlerin "Sosyal medyayı eğitim süreçlerinde kullanıyor musunuz?" sorusuna verilen cevap durumu dağılımına bakıldığında; %66,8'inin (328 öğretmen) sosyal medyayı eğitim süreçlerinde kullandığı, %33,2'sinin (163 öğretmen) ise sosyal medyayı eğitim süreçlerinde kullanmadığı görülmektedir. Sosyal medyayı eğitim süreçlerinde kullandığını belirten öğretmenlerin "Neden" sorusuna verdikleri cevaplar incelendiğinde en çok "eğitsel materyal ve etkinlikleri edinmek ve paylaşmak" yanıtlarının verildiği göze çarparken diğer nedenler; sınıflara duyuru yapma, öğrenci/veli ve diğer öğretmenlerle gruplar kurarak kolay iletişim/paylaşım sağlama, eğitim ve alanla ilgili sayfa/grup takibi, sınavlara hazırlık, soru çözümü, eğitim videolarından faydalanma (özellikle YouTube belirtilmiştir), eğitimle ilgili haber/gelişme/güncellemeleri takip etme, diğer şehir ve okullardaki öğretmenlerle iletişim/paylaşım sağlama, araştırma ve zümrelerle işbirliği yapma başlıkları altında toplanabilmektedir. Öğretmenler sosyal medyadaki videoları öğrencilerin konuya ve derse dikkatini çekmek amacıyla kullandıklarını belirtmişlerdir. Sosyal medyayı eğitsel anlamda kullanmayan bazı öğretmenler yakın zamanda kullanmaya başlayacaklarını çünkü artık gereklilik olduğunu düşündüklerini bildirmişlerdir. Sosyal medyayı eğitim süreçlerinde kullanmadığını belirten öğretmenlerin büyük çoğunluğu "Neden" sorusunu yanıtsız bırakmışlardır. Soruyu yanıtlayan öğretmenlerin verdikleri cevaplar ise; çocuklara uygun bulmadıkları ve zaman kaybı olarak görmeleri şeklindedir.

Öğretmenlerin "Öğrencilerinizin sosyal medya kullanmasını uygun buluyor musunuz?" sorusuna verilen cevap durumu dağılımına bakıldığında; %57,2'sinin (281 öğretmen) sosyal medyayı öğrencilerinin kullanmasını uygun bulmadığı,

%42,8'inin (210 öğretmen) ise sosyal medyayı öğrencilerinin kullanmasını uygun bulduğu görülmektedir. Öğrencilerinin sosyal medya kullanmasını uygun bulan öğretmenlerin "Neden" sorusuna verdikleri cevaplar incelendiğinde en çok "eğitim amaçlı fayda sağlamaları" yanıtının verildiği göze çarparken diğer nedenler; dersler ve okulla ilgili grupların takip edilmesi, çağımızın bir gerekliliği olması, iletişim kurma, kişisel gelişim sağlama, gündemin takip edilmesi, araştırma yapma ve derslere yardımcı kaynak temini başlıkları altında toplanabilmektedir. Yanıtlar incelendiğinde hiçbir öğretmenin net bir şekilde "evet kullanmaları uygundur" şeklinde cevap vermediği; yaşlarına uygun şekilde, dozunda ve ebeveyn kontrolü dahilinde kullanmaları gerektiği şartlarını belirttikleri dikkat çekmektedir. Öğrencilerinin sosyal medya kullanmasını uygun bulmayan öğretmenlerin "Neden" sorusuna verdikleri cevaplar incelendiğinde büyük çoğunluğun "yaşlarına uygun olmadığı" yanıtını verdiği görülmektedir. Amaçları dışında kullanmaları, bağımlı hale gelmeleri, sosyal medyadaki her şeyi doğru kabul edip örnek almaları, nasıl kullanmaları gerektiğine dair bilinçli olmamaları, sosyal medyanın güvenli olmaması, bilgi kirliliği olması, ders çalışmalarına engel olması ve asosyalleşmeye sebebiyet vermesi diğer nedenlerin başlıcalarıdır.

Öğretmenlerin "Öğretmenlere sosyal medya kullanımı ile ilgili hizmet içi eğitim verilmeli midir?" sorusuna verilen cevap durumu dağılımına bakıldığında; %51,9'unun (255 öğretmen) sosyal medya kullanımı ile ilgili hizmet içi eğitime gerek olmadığını belirttiği görülürken %48,1'inin (236 öğretmen) ise sosyal medya kullanımı ile ilgili hizmet içi eğitimin gerekli olduğunu belirttiği görülmektedir. Öğretmenlere sosyal medya kullanımı ile ilgili hizmet içi eğitim verilmesi gerektiğini düşünen öğretmenlerin "Neden" sorusuna verdikleri cevaplar incelendiğinde en çok "bilinçli bir sosyal medya kullanıcısı olmak" yanıtı göze çarparken diğer nedenler; bağımlılıktan kurtulma, etkili ve verimli kullanma, fayda ve zararları ayırt edebilme, risklerle ilgili farkındalık oluşması, kullanım kolaylığı sağlanması, zaman kaybının en aza indirilmesi, eğitsel kullanımda bilgi sahibi olunması, gereksiz kullanımların önüne geçilmesi ve öğretmenlerin bilinçlenmesinin öğrencilere katkı sağlayacak olması başlıkları altında toplanabilmektedir. Öğretmenlere sosyal medya kullanımı ile ilgili hizmet içi eğitim verilmesi gerekmediğini düşünen öğretmenlerin geneli

"Neden" sorusunu yanıtızsız bırakmış olup yanıtlayan kullanıcıların cevapları incelendiğinde; öğretmenlerin zaten nasıl kullanması gerektiğini bilmeleri, öğretmenlerin değil öğrencilerin eğitim alması gerektiği, gereksiz bir eğitim olacağı ve hobi olduğu için eğitime gerek olmadığı yanıtlarının verildiği görülmektedir.

#### **5.4. Öğretmenlerin Sosyal Ağları Kullanım Amaçlarına İlişkin Bulgular**

Öğretmenlerin sosyal ağları kullanma amaçlarını belirlemek için "Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği (SAKAÖ)"nde yer alan sorulara verdikleri yanıtlara ilişkin veriler incelenmiş; araştırmanın amacı, alt amaçları ve ölçeğin alt boyutları da ele alınarak ulaşılan bulgular başlıklar halinde verilmiştir.

##### **5.4.1. Öğretmenlerin SAKAÖ Maddelerine Verdikleri Cevapların Ölçek ve Ölçeğin Alt Boyutlarına İlişkin Genel Durumu**

Usluel vd. tarafından geliştirilmiş 26 maddeden oluşan "Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği"nden en fazla 182, en az 26 puan alınabilmektedir. Araştırmaya katılan öğretmenlerin ölçeğin maddelerine verdikleri cevapların toplam skorlarının ortalaması  $100,35 \pm 28,38$ , ortancası 101,00 ( $\text{ÇAG}=36,00$ ), Minimum toplam puanı 26,00, Maksimum toplam puanı 182,00 olarak tespit edilmiştir.

SAKAÖ alt boyutlarından olan "Araştırma" alt boyutunun toplam skor ortalaması  $14,90 \pm 5,24$ , "İşbirliği" alt boyutunun toplam skor ortalaması  $27,36 \pm 8,90$ , "İletişimi Başlatma" alt boyutunun toplam skor ortalaması  $6,93 \pm 4,68$ , "İletişim Kurma" alt boyutunun toplam skor ortalaması  $9,40 \pm 3,77$ , "İletişimi Sürdürme" alt boyutunun toplam skor ortalaması  $16,62 \pm 6,68$ , "İçerik Paylaşma" alt boyutunun toplam skor ortalaması  $16,18 \pm 7,60$  iken "Eğlence" alt boyutunun ortalaması  $8,97 \pm 5,00$ 'dir.

Ölçeğin geliştiricileri tarafından alt boyutlara göre kullanım amacı konusunda sınır bir değer belirlenmemiştir. Usluel, vd. (2014), herhangi bir kullanım amacı faktörünün aritmetik ortalama olarak yüksek olmasının, bireyin sosyal ağları söz konusu amaç için yoğun kullandığı şeklinde yorumlanabileceğini belirtmektedirler. Öğretmenlerin sosyal ağları hangi amaçla kullandığını ortalama skorlara göre değerlendirdiğimizde; en fazla "İş Birliği", en az "İletişimi Başlatma" amaçlarıyla kullandıkları görülmektedir.

#### 5.4.2. Öğretmenlerin Cinsiyetlerine Göre Sosyal Ağları Kullanım Amaçları

**Tablo- 18: Öğretmenlerin Cinsiyeti ile SAKAÖ ve Alt Boyutları Arasındaki Farklılığa İlişkin Mann Whitney U-Testi Sonuçları**

	Grup	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
SAKAÖ	Kadın	254	264,61	67212,00	25271,00	0,003
	Erkek	237	226,05	53574,00		
Araştırma	Kadın	254	274,81	69800,50	22782,50	0,000
	Erkek	237	215,13	50985,50		
İşbirliği	Kadın	254	262,57	66693,50	25889,50	0,007
	Erkek	237	228,24	54092,50		
İletişimi Başlatma	Kadın	254	232,74	59115,00	26730,00	0,028
	Erkek	237	260,22	61671,00		
İletişim Kurma	Kadın	254	268,11	68100,00	24483,00	0,000
	Erkek	237	222,30	52686,00		
İletişimi Sürdürme	Kadın	254	254,26	64583,00	28000,00	0,181
	Erkek	237	237,14	56203,00		
İçerik Paylaşma	Kadın	254	261,99	66546,00	26037,00	0,010
	Erkek	237	228,86	54240,00		
Eğlence	Kadın	254	249,51	63375,50	29207,50	0,568
	Erkek	237	242,24	57410,50		

Tablo- 18'de kadın ve erkek öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerinin karşılaştırılmasına ilişkin Mann Whitney U-testi sonuçları incelenmiştir. Cinsiyete göre sosyal ağları kullanım amaçları yetkinlikleri anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir [ $U= 25271.00$ ;  $p=.003$ ]. Kadın öğretmenlerin sosyal ağları kullanım amaçları yetkinlikleri sıra ortalaması (264,61) iken, bu değer erkek öğretmenlerde (226,05) olarak gerçekleşmiştir. Diğer bir ifade ile kadın veya erkek olmak, öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerini etkilememektedir.

Kadınların sosyal ağların kullanım amaçları yetkinlikleri, erkeklerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerinden daha yüksektir. Ayrıca;

- Öğretmenlerin araştırma yetkinlikleri toplam skorlarının cinsiyete göre farklılaştığı ve bu durumda anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir [ $U=22782.50$ ;  $p < ,001$ ]. Diğer bir ifade ile kadın veya erkek olmak, öğretmenlerin araştırma yetkinliklerini etkilemektedir. Kadın öğretmenlerin araştırma yetkinlikleri (Sıra Ortalaması = 274,81) erkek öğretmenlerin araştırma yetkinliklerinden (Sıra Ortalaması = 215,13) daha yüksektir.

- Öğretmenlerin işbirliği yetkinlikleri toplam skorlarının cinsiyete göre farklılaştığı ve bu durumda anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir [ $U=25889.50$ ;  $p = ,007$ ]. Diğer bir ifade ile kadın veya erkek olmak, öğretmenlerin işbirliği yetkinliklerini etkilemektedir. Kadın öğretmenlerin işbirliği yetkinlikleri (Sıra Ortalaması = 262,57) erkek öğretmenlerin işbirliği yetkinliklerinden (Sıra Ortalaması = 228,24) daha yüksektir.

- Öğretmenlerin iletişim başlatma yetkinlikleri toplam skorlarının cinsiyete göre farklılaştığı ve bu durumda anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir [ $U=26730.00$ ;  $p = ,023$ ]. Diğer bir ifade ile kadın veya erkek olmak, öğretmenlerin iletişimi başlatma yetkinliklerini etkilemektedir. Kadın öğretmenlerin iletişimi başlatma yetkinlikleri (Sıra Ortalaması = 232,74) erkek öğretmenlerin iletişimi başlatma yetkinliklerinden (Sıra Ortalaması = 260,22) daha düşüktür.

- Öğretmenlerin iletişimi kurma yetkinlikleri toplam skorlarının cinsiyete göre farklılaştığı ve bu durumda anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir [ $U=24483.00$ ;  $p < ,001$ ]. Diğer bir ifade ile kadın veya erkek olmak, öğretmenlerin iletişimi kurma yetkinliklerini etkilemektedir. Kadın öğretmenlerin iletişimi kurma yetkinlikleri (Sıra Ortalaması = 268,11) erkek öğretmenlerin iletişimi kurma yetkinliklerinden (Sıra Ortalaması = 222,30) daha yüksektir.

- Öğretmenlerin içerik paylaşma yetkinlikleri toplam skorlarının cinsiyete göre farklılaştığı ve bu durumda anlamlı farklılık gösterdiği

belirlenmiştir [ $U= 26037.00$ ;  $p = ,010$ ]. Diğer bir ifade ile kadın veya erkek olmak, öğretmenlerin içerik paylaşma yetkinliklerini etkilemektedir. Kadın öğretmenlerin içerik paylaşma yetkinlikleri (Sıra Ortalaması = 261,99) erkek öğretmenlerin içerik paylaşma yetkinliklerinden (Sıra Ortalaması = 228,86) daha yüksektir.

- Öğretmenlerin iletişimi sürdürme ve eğlence yetkinlikleri anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir [Sırasıyla  $U= 28000.00$ ,  $29207,50$ ;  $p> ,05$ ]. Kadın öğretmenlerin iletişimi sürdürme yetkinlikleri sıra ortalaması (254,26) iken, erkek öğretmenlerde (237,14) olarak ve kadın öğretmenlerin eğlence yetkinlikleri sıra ortalaması (249,51) iken erkek öğretmenlerde (242,24) olarak gerçekleşmiştir. Diğer bir ifade ile kadın veya erkek olmak, öğretmenlerin iletişimi sürdürme ve eğlence yetkinliklerini etkilememektedir.

#### 5.4.3. Öğretmenlerin Yaşlarına Göre Sosyal Ağları Kullanım Amaçları

**Tablo - 19: Öğretmenlerin Yaşı ile SAKAÖ ve Alt Boyutları Arasındaki Farklılığa İlişkin Kruskal Wallis H-Testi Sonuçları**

	Grup	N	Sıra Ortalaması	Sd	$\chi^2$	p
SAKAÖ	20-30 yaş arası	107	267,09			
	31-40 yaş arası	213	260,87	2	13,258	,001
	40 üstü	171	214,27			
Araştırma	20-30 yaş arası	107	271,83			
	31-40 yaş arası	213	246,35	2	5,967	,051
	40 üstü	171	229,41			
İşbirliği	20-30 yaş arası	107	268,82			
	31-40 yaş arası	213	251,05	2	6,642	,036
	40 üstü	171	225,43			
İletişimi Başlatma	20-30 yaş arası	107	235,31			
	31-40 yaş arası	213	255,46	2	1,856	,395
	40 yaş	171	240,90			

İletişim Kurma	üstü						
	20-30 yaş arası	yaş	107	265,24			
	31-40 yaş arası	yaş	213	260,21	2	11,788	,003
	40 üstü	yaş	171	216,26			
İletişimi Sürdürme	20-30 yaş arası	yaş	107	238,04			
	31-40 yaş arası	yaş	213	258,83	2	3,116	,211
	40 üstü	yaş	171	235,01			
İçerik Paylaşma	20-30 yaş arası	yaş	107	272,96			
	31-40 yaş arası	yaş	213	251,84	2	9,197	,010
	40 üstü	yaş	171	221,86			
Eğlence	20-30 yaş arası	yaş	107	277,19			
	31-40 yaş arası	yaş	213	259,66	2	18,701	,000
	40 üstü	yaş	171	209,47			

Tablo- 19’da görüldüğü gibi, yaş grupları farklı olan öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerini belirlemek için yapılan Kruskal Wallis H-testi sonucunda yaş grupları arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir [ $\chi^2=13,258$ ;  $p=.001$ ]. Diğer bir ifade ile yaş aralığı, öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerini etkilemektedir. Ayrıca bu istatistiksel olarak anlamlı farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için yapılan Dunn-Bonferroni post hoc testleri sonucunda;

**a.** 31-40 yaş aralığında bulunan öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerinin, 40 yaş üzeri katılımcıların sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.001$ ).

**b.** 20-30 yaş aralığında bulunan öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerinin, 40 yaş üzeri öğretmenlerin sosyal ağların kullanım



amaçları yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.003$ ).

- Öğretmenlerin işbirliği, iletişim kurma, içerik paylaşma ve eğlence yetkinlikleri ile yaş grupları arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir [Sırasıyla  $\chi^2 = 6,642, 11,788, 9,197, 18,701$ ;  $p < .05$ ]. Diğer bir ifade ile yaş aralığı, öğretmenlerin işbirliği, iletişim kurma, içerik paylaşma ve eğlence yetkinliklerini etkilemektedir. Ayrıca bu istatistiksel olarak anlamlı farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için yapılan Dunn-Bonferroni post hoc testleri sonucunda;

**a.** 20-30 yaş aralığında bulunan öğretmenlerin işbirliği yetkinliklerinin, 40 yaş üzeri öğretmenlerin işbirliği yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.039$ ).

**b.** 31-40 yaş aralığında bulunan öğretmenlerin iletişim kurma yetkinliklerinin, 40 yaş üzeri öğretmenlerin iletişim kurma yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.007$ ).

**c.** 20-30 yaş aralığında bulunan öğretmenlerin iletişim kurma yetkinliklerinin, 40 yaş üzeri öğretmenlerin iletişim kurma yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.014$ ).

**d.** 20-30 yaş aralığında bulunan öğretmenlerin içerik paylaşma yetkinliklerinin, 40 yaş üzeri öğretmenlerin içerik paylaşma yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.010$ ).

**e.** 31-40 yaş aralığında bulunan öğretmenlerin eğlence yetkinliklerinin, 40 yaş üzeri öğretmenlerin eğlence yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.002$ ).

**f.** 20-30 yaş aralığında bulunan öğretmenlerin eğlence yetkinliklerinin, 40 yaş üzeri öğretmenlerin eğlence yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p < 0.001$ ).

- Öğretmenlerin araştırma, iletişimi başlatma ve iletişimi sürdürme yetkinlikleri ile yaş grupları arasında anlamlı farklılık oluşmadığı belirlenmiştir [Sırasıyla  $\chi^2= 5,967, 1,856, 3,116; p>.05$ ]. Diğer bir ifade ile yaş aralığı, öğretmenlerin araştırma, iletişimi başlatma ve iletişimi sürdürme yetkinliklerini etkilememektedir.

#### 5.4.4. Öğretmenlerin Öğrenim Durumuna Göre Sosyal Ağları Kullanım Amaçları

Tablo- 20: Öğretmenlerin Öğrenim Durumu ile SAKAÖ ve Alt Boyutları Arasındaki Farklılığa İlişkin Kruskal Wallis H-Testi Sonuçları

	Grup	N	Sıra Ortalaması	sd	$\chi^2$	p
SAKAÖ	Lisans	450	247,37			
	Yüksek Lisans	35	250,47	2	5,044	,080
	Diğer	6	116,92			
Araştırma	Lisans	450	248,70			
	Yüksek Lisans	35	227,67	2	3,532	,171
	Diğer	6	150,17			
İşbirliği	Lisans	450	246,60			
	Yüksek Lisans	35	253,80	2	2,569	,277
	Diğer	6	155,33			
İletişimi Başlatma	Lisans	450	248,23			
	Yüksek Lisans	35	225,44	2	1,583	,453
	Diğer	6	198,67			
İletişim Kurma	Lisans	450	246,46			
	Yüksek Lisans	35	259,13	2	4,059	,131
	Diğer	6	134,67			
İletişimi Sürdürme	Lisans	450	245,97			
	Yüksek Lisans	35	251,69	2	,347	,841
	Diğer	6	214,83			
İçerik Paylaşma	Lisans	450	245,77			
	Yüksek Lisans	35	265,20	2	3,327	,190
	Diğer	6	151,25			
Eğlence	Lisans	450	247,34			
	Yüksek Lisans	35	256,41	2	8,074	,190

Diğer	6	84,75
-------	---	-------

Tablo- 20'de görüldüğü gibi, öğrenim durumu farklı olan öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerini belirlemek için yapılan Kruskal Wallis H-testi sonucunda öğrenim durumları arasında anlamlı farklılık olmadığı belirlenmiştir [ $\chi^2= 5,044$ ;  $p=.080$ ]. Ayrıca;

- Öğretmenlerin araştırma, işbirliği, iletişimi başlatma, iletişim kurma, iletişimi sürdürme, içerik paylaşma ve eğlence yetkinlikleri ile öğrenim grupları arasında anlamlı farklılık oluşmadığı belirlenmiştir [Sırasıyla  $\chi^2= 3,532, 2,569, 1,583, 4,059, ,347, 3,327, 8,074$ ;  $p>.05$ ]. Diğer bir ifade ile öğrenim durumu, öğretmenlerin araştırma, işbirliği, iletişimi başlatma, iletişim kurma, iletişimi sürdürme, içerik paylaşma ve eğlence yetkinliklerini etkilememektedir.

#### 5.4.5. Öğretmenlerin Branşları Göre Sosyal Ağları Kullanım Amaçları

**Tablo- 21: Öğretmenlerin Branşları ile SAKAÖ ve Alt Boyutları Arasındaki Farklılığa İlişkin Kruskal Wallis H-Testi Sonuçları**

	Grup	N	Sıra Ortalaması	sd	$\chi^2$	p
SAKAÖ	Matematik Öğrt.	44	250,85	16	15,376	,497
	Meslek Dersleri Öğrt.	46	220,71			
	Türk Dili ve Edebiyatı Öğrt.	29	225,10			
	Rehberlik Öğrt.	11	226,09			
	Coğrafya Öğrt.	13	157,69			
	Tarih Öğrt.	14	259,50			
	Yabancı Dil Öğrt.	27	234,81			
	Beden Eğitimi Öğrt.	19	264,39			
	Fen Bilimleri Öğrt.	23	268,76			
	Türkçe Öğrt.	31	227,63			
	Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğrt.	28	246,11			
	Sınıf Öğrt.	123	248,73			
	Okul Öncesi Öğrt.	22	303,77			
	Bilişim Teknolojileri Öğrt.	11	249,91			
	Görsel Sanatlar Öğrt.	14	305,57			
Sosyal Bilgiler Öğrt.	17	252,65				
Diğer	19	252,97				
Araştırma	Matematik Öğrt.	44	261,17	16	16,737	,403
	Meslek Dersleri Öğrt.	46	215,54			

	Türk Dili ve Edebiyatı Öğrt.	29	199,76				
	Rehberlik Öğrt.	11	224,64				
	Coğrafya Öğrt.	13	218,38				
	Tarih Öğrt.	14	236,21				
	Yabancı Dil Öğrt.	27	239,35				
	Beden Eğitimi Öğrt.	19	276,89				
	Fen Bilimleri Öğrt.	23	284,74				
	Türkçe Öğrt.	31	246,37				
	Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğrt.	28	219,02				
	Sınıf Öğrt.	123	242,95				
	Okul Öncesi Öğrt.	22	308,20				
	Bilişim Teknolojileri Öğrt.	11	240,05				
	Görsel Sanatlar Öğrt.	14	262,14				
	Sosyal Bilgiler Öğrt.	17	266,29				
	Diğer	19	285,61				
İşbirliği	Matematik Öğrt.	44	263,86				
	Meslek Dersleri Öğrt.	46	218,05				
	Türk Dili ve Edebiyatı Öğrt.	29	232,57				
	Rehberlik Öğrt.	11	254,55				
	Coğrafya Öğrt.	13	193,85				
	Tarih Öğrt.	14	210,71				
	Yabancı Dil Öğrt.	27	196,78				
	Beden Eğitimi Öğrt.	19	220,55				
	Fen Bilimleri Öğrt.	23	284,17				
	Türkçe Öğrt.	31	254,35	16	18,259	,309	
	Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğrt.	28	241,11				
	Sınıf Öğrt.	123	244,23				
	Okul Öncesi Öğrt.	22	287,14				
	Bilişim Teknolojileri Öğrt.	11	234,18				
	Görsel Sanatlar Öğrt.	14	300,57				
	Sosyal Bilgiler Öğrt.	17	275,15				
	Diğer	19	296,66				
	İletişimi Başlatma	Matematik Öğrt.	44	208,97			
		Meslek Dersleri Öğrt.	46	245,72			
		Türk Dili ve Edebiyatı Öğrt.	29	256,50			
Rehberlik Öğrt.		11	215,14	16	16,250	,436	
Coğrafya Öğrt.		13	196,42				
Tarih Öğrt.		14	296,50				
Yabancı Dil Öğrt.		27	233,41				

	Beden Eğitimi Öğrt.	19	267,13				
	Fen Bilimleri Öğrt.	23	257,61				
	Türkçe Öğrt.	31	236,47				
	Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğrt.	28	264,71				
	Sınıf Öğrt.	123	255,44				
	Okul Öncesi Öğrt.	22	271,05				
	Bilişim Teknolojileri Öğrt.	11	228,95				
	Görsel Sanatlar Öğrt.	14	306,86				
	Sosyal Bilgiler Öğrt.	17	230,62				
	Diğer	19	190,34				
İletişim Kurma	Matematik Öğrt.	44	258,86				
	Meslek Dersleri Öğrt.	46	241,50				
	Türk Dili ve Edebiyatı Öğrt.	29	244,50				
	Rehberlik Öğrt.	11	224,77				
	Coğrafya Öğrt.	13	136,88				
	Tarih Öğrt.	14	252,71				
	Yabancı Dil Öğrt.	27	261,48				
	Beden Eğitimi Öğrt.	19	261,87				
	Fen Bilimleri Öğrt.	23	295,61	16	19,816	,229	
	Türkçe Öğrt.	31	246,27				
	Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğrt.	28	257,14				
	Sınıf Öğrt.	123	224,45				
	Okul Öncesi Öğrt.	22	262,20				
	Bilişim Teknolojileri Öğrt.	11	293,27				
	Görsel Sanatlar Öğrt.	14	269,54				
	Sosyal Bilgiler Öğrt.	17	299,74				
	Diğer	19	224,55				
	İletişimi Sürdürme	Matematik Öğrt.	44	228,14			
		Meslek Dersleri Öğrt.	46	255,75			
		Türk Dili ve Edebiyatı Öğrt.	29	245,88			
Rehberlik Öğrt.		11	204,86				
Coğrafya Öğrt.		13	172,42				
Tarih Öğrt.		14	298,50				
Yabancı Dil Öğrt.		27	243,17	16	11,897	,751	
Beden Eğitimi Öğrt.		19	267,39				
Fen Bilimleri Öğrt.		23	270,78				
Türkçe Öğrt.		31	234,05				
Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğrt.		28	231,04				
Sınıf Öğrt.		123	250,48				

	Okul Öncesi Öğrt.	22	269,66				
	Bilişim Teknolojileri Öğrt.	11	274,00				
	Görsel Sanatlar Öğrt.	14	275,68				
	Sosyal Bilgiler Öğrt.	17	227,26				
	Diğer	19	215,92				
İçerik Paylaşma	Matematik Öğrt.	44	240,06				
	Meslek Dersleri Öğrt.	46	218,46				
	Türk Dili ve Edebiyatı Öğrt.	29	251,62				
	Rehberlik Öğrt.	11	203,09				
	Coğrafya Öğrt.	13	189,27				
	Tarih Öğrt.	14	253,18				
	Yabancı Dil Öğrt.	27	243,74				
	Beden Eğitimi Öğrt.	19	255,66				
	Fen Bilimleri Öğrt.	23	250,00	16	15,943	,457	
	Türkçe Öğrt.	31	220,26				
	Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğrt.	28	245,98				
	Sınıf Öğrt.	123	246,50				
	Okul Öncesi Öğrt.	22	300,95				
	Bilişim Teknolojileri Öğrt.	11	252,59				
	Görsel Sanatlar Öğrt.	14	325,96				
	Sosyal Bilgiler Öğrt.	17	231,65				
	Diğer	19	290,21				
	Eğlence	Matematik Öğrt.	44	254,11			
		Meslek Dersleri Öğrt.	46	232,11			
Türk Dili ve Edebiyatı Öğrt.		29	230,95				
Rehberlik Öğrt.		11	253,77				
Coğrafya Öğrt.		13	155,08				
Tarih Öğrt.		14	251,14				
Yabancı Dil Öğrt.		27	281,19				
Beden Eğitimi Öğrt.		19	285,66				
Fen Bilimleri Öğrt.		23	218,96	16	15,943	,155	
Türkçe Öğrt.		31	219,92				
Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğrt.		28	245,02				
Sınıf Öğrt.		123	249,18				
Okul Öncesi Öğrt.		22	315,50				
Bilişim Teknolojileri Öğrt.		11	236,09				
Görsel Sanatlar Öğrt.		14	308,43				
Sosyal Bilgiler Öğrt.		17	211,15				
Diğer		19	214,68				

Tablo- 21’de görüldüğü gibi, branş durumu farklı olan öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerini belirlemek için yapılan Kruskal Wallis H-testi sonucunda branş durumları arasında anlamlı farklılık olmadığı belirlenmiştir [ $\chi^2= 15,376$ ;  $p=.497$ ]. Ayrıca;

- Öğretmenlerin araştırma, işbirliği, iletişimi başlatma, iletişim kurma, iletişimi sürdürme, içerik paylaşma ve eğlence yetkinlikleri ile branş grupları arasında anlamlı farklılık oluşmadığı belirlenmiştir [Sırasıyla  $\chi^2= 16,737, 18,259, 16,250, 19,816, 11,897, 15,943, 15,943$ ;  $p>.05$ ]. Diğer bir ifade ile branş grubu, öğretmenlerin araştırma, işbirliği, iletişimi başlatma, iletişim kurma, iletişimi sürdürme, içerik paylaşma ve eğlence yetkinliklerini etkilememektedir.

#### 5.4.6. Öğretmenlerin Hizmet Yılına Göre Sosyal Ağları Kullanım Amaçları

Tablo- 22: Öğretmenlerin Hizmet Yılı ile SAKAÖ ve Alt Boyutları Arasındaki Farklılığa İlişkin Kruskal Wallis H-Testi Sonuçları

	Grup	N	Sıra Ortalaması	sd	$\chi^2$	p
SAKAÖ	1-5 yıl	109	270,72	3	7,995	,046
	6-10 yıl	93	248,20			
	11-15 yıl	115	254,39			
	16 yıl ve üstü	174	223,80			
Araştırma	1-5 yıl	109	266,31	3	3,563	,313
	6-10 yıl	93	250,48			
	11-15 yıl	115	237,09			
	16 yıl ve üstü	174	236,77			
İşbirliği	1-5 yıl	109	267,21	3	3,830	,280
	6-10 yıl	93	243,92			
	11-15 yıl	115	246,60			
	16 yıl ve üstü	174	233,43			
İletişimi Başlatma	1-5 yıl	109	243,39	3	,973	,808
	6-10 yıl	93	234,99			
	11-15 yıl	115	252,57			
	16 yıl ve üstü	174	249,18			
İletişim Kurma	1-5 yıl	109	267,71	3	5,579	,134
	6-10 yıl	93	255,91			
	11-15 yıl	115	242,78			

	16 yıl ve üstü	174	229,23			
İletişimi Sürdürme	1-5 yıl	109	246,91			
	6-10 yıl	93	241,94			
	11-15 yıl	115	254,20	3	,593	,898
	16 yıl ve üstü	174	242,18			
İçerik Paylaşma	1-5 yıl	109	273,70			
	6-10 yıl	93	244,19			
	11-15 yıl	115	254,97	3	8,956	,030
	16 yıl ve üstü	174	223,69			
Eğlence	1-5 yıl	109	274,99			
	6-10 yıl	93	260,15			
	11-15 yıl	115	264,95	3	20,410	,000
	16 yıl ve üstü	174	207,76			

Tablo- 22’de görüldüğü gibi, hizmet yılı durumu farklı olan öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerini belirlemek için yapılan Kruskal Wallis H-testi sonucunda hizmet yılı durumları arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir [ $\chi^2= 7,995$ ;  $p=.046$ ]. Diğer bir ifade ile hizmet yılı aralığı, öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerini etkilemektedir. Ayrıca bu istatistiksel olarak anlamlı farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için yapılan Dunn-Bonferroni post hoc testleri sonucunda;

1-5 yıldır çalışan öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerinin, 16 yıl ve üstü çalışan öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.041$ ).

- Öğretmenlerin içerik paylaşma ve eğlence yetkinlikleri ile hizmet yılı grupları arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir [Sırasıyla  $\chi^2= 8,956$ ,  $20,410$ ;  $p<.05$ ]. Diğer bir ifade ile hizmet yılı grubu, öğretmenlerin içerik paylaşma ve eğlence yetkinliklerini etkilemektedir. Ayrıca bu istatistiksel olarak anlamlı farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için yapılan Dunn-Bonferroni post hoc testleri sonucunda;



a. 1-5 yıldır çalışan öğretmenlerin içerik paylaşma yetkinliklerinin, 16 yıl ve üstü çalışan öğretmenlerin içerik paylaşma yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.023$ ).

b. 6-10 yıldır çalışan öğretmenlerin eğlence yetkinliklerinin, 16 yıl ve üstü çalışan öğretmenlerin eğlence yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.023$ ).

c. 11-15 yıldır çalışan öğretmenlerin eğlence yetkinliklerinin, 16 yıl ve üstü çalışan öğretmenlerin eğlence yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.004$ ).

d. 1-5 yıldır çalışan öğretmenlerin eğlence yetkinliklerinin, 16 yıl ve üstü çalışan öğretmenlerin eğlence yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.001$ ).

- Öğretmenlerin araştırma, işbirliği, iletişimi başlatma, iletişim kurma ve iletişimi sürdürme yetkinlikleri ile hizmet yılı grupları arasında anlamlı farklılık oluşmadığı belirlenmiştir [Sırasıyla  $\chi^2 = 3,563, 3,830, ,973, 5,579, ,593$ ;  $p > .05$ ]. Diğer bir ifade ile hizmet yılı grubu, öğretmenlerin araştırma, işbirliği, iletişimi başlatma, iletişim kurma ve iletişimi sürdürme yetkinliklerini etkilememektedir.

#### 5.4.7. Öğretmenlerin Okul Türüne Göre Sosyal Ağları Kullanım Amaçları

**Tablo - 23: Öğretmenlerin Okul Türü ile SAKAÖ ve Alt Boyutları Arasındaki Farklılığa İlişkin Kruskal Wallis H-Testi Sonuçları**

	Grup	N	Sıra Ortalaması	sd	$\chi^2$	p
SAKAÖ	İlkokul	139	250,45	6	3,079	,799
	Ortaokul	152	248,87			
	Anadolu Lisesi	40	237,30			
	Fen Lisesi	16	288,38			
	Meslek Lisesi	81	241,59			
	İmam Hatip Lisesi	40	221,21			
	Diğer	23	244,43			
Araştırma	İlkokul	139	241,94	6	5,400	,494
	Ortaokul	152	249,54			

	Anadolu Lisesi	40	253,79			
	Fen Lisesi	16	275,22			
	Meslek Lisesi	81	247,48			
	İmam Hatip Lisesi	40	206,05			
	Diğer	23	277,59			
İşbirliği	İlkokul	139	248,81			
	Ortaokul	152	259,12			
	Anadolu Lisesi	40	238,88			
	Fen Lisesi	16	261,22			
	Meslek Lisesi	81	242,98	6	5,369	,497
	İmam Hatip Lisesi	40	206,50			
	Diğer	23	223,41			
İletişimi Başlatma	İlkokul	139	253,69			
	Ortaokul	152	244,04			
	Anadolu Lisesi	40	218,41			
	Fen Lisesi	16	296,09			
	Meslek Lisesi	81	241,45	6	4,528	,606
	İmam Hatip Lisesi	40	237,04			
	Diğer	23	257,24			
İletişim Kurma	İlkokul	139	231,63			
	Ortaokul	152	260,92			
	Anadolu Lisesi	40	256,51			
	Fen Lisesi	16	220,91			
	Meslek Lisesi	81	245,93	6	6,096	,412
	İmam Hatip Lisesi	40	261,21			
	Diğer	23	207,20			

İletişimi Sürdürme	İlkokul	139	252,39	6	1,838	,934
	Ortaokul	152	246,64			
	Anadolu Lisesi	40	219,71			
	Fen Lisesi	16	243,53			
	Meslek Lisesi	81	244,20			
	İmam Hatip Lisesi	40	254,38			
	Diğer	23	242,35			
İçerik Paylaşma	İlkokul	139	247,98	6	3,912	,689
	Ortaokul	152	238,44			
	Anadolu Lisesi	40	248,17			
	Fen Lisesi	16	301,78			
	Meslek Lisesi	81	242,75			
	İmam Hatip Lisesi	40	235,64			
	Diğer	23	270,85			
Eğlence	İlkokul	139	245,61	6	5,543	,476
	Ortaokul	152	240,24			
	Anadolu Lisesi	40	233,81			
	Fen Lisesi	16	275,38			
	Meslek Lisesi	81	266,50			
	İmam Hatip Lisesi	40	214,79			
	Diğer	23	269,26			

Tablo- 23'te görüldüğü gibi, okul türü durumu farklı olan öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerini belirlemek için yapılan Kruskal Wallis H-testi sonucunda okul türü durumları arasında anlamlı farklılık olmadığı belirlenmiştir [ $\chi^2= 3,079$ ;  $p=.799$ ]. Ayrıca;

- Öğretmenlerin araştırma, işbirliği, iletişimi başlatma, iletişim kurma, iletişimi sürdürme, içerik paylaşma ve eğlence yetkinlikleri ile okul türü grupları

arasında anlamlı farklılık oluşmadığı belirlenmiştir [Sırasıyla  $\chi^2= 5,400, 5,369, 4,528, 6,096, 1,838, 3,912, 5,543; p>.05$ ]. Diğer bir ifade ile okul türleri, öğretmenlerin araştırma, işbirliği, iletişimi başlatma, iletişim kurma, iletişimi sürdürme, içerik paylaşma ve eğlence yetkinliklerini etkilememektedir

#### 5.4.8. Öğretmenlerin İnternete Erişim Durumuna Göre Sosyal Ağları Kullanım Amaçları

**Tablo- 24: Öğretmenlerin Kolayca İnternete Bağlanması ile SAKAÖ ve Alt Boyutları Arasındaki Farklılığa İlişkin Mann Whitney U-Testi Sonuçları**

	Grup	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	P																																																																										
SAKAÖ	Evet	471	247,81	116718,00	3858,00	,170																																																																										
	Hayır	20	203,40	4068,00			Araştırma	Evet	471	245,63	115690,50	4534,50	,776	Hayır	20	254,77	5095,50	İşbirliği	Evet	471	244,77	115289,00	4133,00	,353	Hayır	20	274,85	5497,00	İletişimi Başlatma	Evet	471	247,62	116630,00	3946,00	,209	Hayır	20	207,80	4156,00	İletişim Kurma	Evet	471	249,92	117710,50	2865,50	,003	Hayır	20	153,78	3075,50	İletişimi Sürdürme	Evet	471	249,06	117307,50	3268,50	,020	Hayır	20	173,92	3478,50	İçerik Paylaşma	Evet	471	247,35	116503,00	4073,00	,305	Hayır	20	214,15	4283,00	Eğlence	Evet	471	250,16	117826,00	2750,00	,002	Hayır
Araştırma	Evet	471	245,63	115690,50	4534,50	,776																																																																										
	Hayır	20	254,77	5095,50			İşbirliği	Evet	471	244,77	115289,00	4133,00	,353	Hayır	20	274,85	5497,00	İletişimi Başlatma	Evet	471	247,62	116630,00	3946,00	,209	Hayır	20	207,80	4156,00	İletişim Kurma	Evet	471	249,92	117710,50	2865,50	,003	Hayır	20	153,78	3075,50	İletişimi Sürdürme	Evet	471	249,06	117307,50	3268,50	,020	Hayır	20	173,92	3478,50	İçerik Paylaşma	Evet	471	247,35	116503,00	4073,00	,305	Hayır	20	214,15	4283,00	Eğlence	Evet	471	250,16	117826,00	2750,00	,002	Hayır	20	148,00	2960,00								
İşbirliği	Evet	471	244,77	115289,00	4133,00	,353																																																																										
	Hayır	20	274,85	5497,00			İletişimi Başlatma	Evet	471	247,62	116630,00	3946,00	,209	Hayır	20	207,80	4156,00	İletişim Kurma	Evet	471	249,92	117710,50	2865,50	,003	Hayır	20	153,78	3075,50	İletişimi Sürdürme	Evet	471	249,06	117307,50	3268,50	,020	Hayır	20	173,92	3478,50	İçerik Paylaşma	Evet	471	247,35	116503,00	4073,00	,305	Hayır	20	214,15	4283,00	Eğlence	Evet	471	250,16	117826,00	2750,00	,002	Hayır	20	148,00	2960,00																			
İletişimi Başlatma	Evet	471	247,62	116630,00	3946,00	,209																																																																										
	Hayır	20	207,80	4156,00			İletişim Kurma	Evet	471	249,92	117710,50	2865,50	,003	Hayır	20	153,78	3075,50	İletişimi Sürdürme	Evet	471	249,06	117307,50	3268,50	,020	Hayır	20	173,92	3478,50	İçerik Paylaşma	Evet	471	247,35	116503,00	4073,00	,305	Hayır	20	214,15	4283,00	Eğlence	Evet	471	250,16	117826,00	2750,00	,002	Hayır	20	148,00	2960,00																														
İletişim Kurma	Evet	471	249,92	117710,50	2865,50	,003																																																																										
	Hayır	20	153,78	3075,50			İletişimi Sürdürme	Evet	471	249,06	117307,50	3268,50	,020	Hayır	20	173,92	3478,50	İçerik Paylaşma	Evet	471	247,35	116503,00	4073,00	,305	Hayır	20	214,15	4283,00	Eğlence	Evet	471	250,16	117826,00	2750,00	,002	Hayır	20	148,00	2960,00																																									
İletişimi Sürdürme	Evet	471	249,06	117307,50	3268,50	,020																																																																										
	Hayır	20	173,92	3478,50			İçerik Paylaşma	Evet	471	247,35	116503,00	4073,00	,305	Hayır	20	214,15	4283,00	Eğlence	Evet	471	250,16	117826,00	2750,00	,002	Hayır	20	148,00	2960,00																																																				
İçerik Paylaşma	Evet	471	247,35	116503,00	4073,00	,305																																																																										
	Hayır	20	214,15	4283,00			Eğlence	Evet	471	250,16	117826,00	2750,00	,002	Hayır	20	148,00	2960,00																																																															
Eğlence	Evet	471	250,16	117826,00	2750,00	,002																																																																										
	Hayır	20	148,00	2960,00																																																																												

Tablo- 24'te internete kolayca bağlanabilen ve bağlanamayan öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerinin karşılaştırılmasına ilişkin Mann Whitney U-testi sonuçları incelenmiştir. Buna göre, sosyal ağları kullanım amaçları

yetkinlikleri anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir [U= 3858.00; p=.170]. İnternete kolayca bağlanabilen öğretmenlerin sosyal ağları kullanım amaçları yetkinlikleri sıra ortalaması (247,81) iken, bu değer internete kolayca bağlanamayan öğretmenlerde (203,40) olarak gerçekleşmiştir. Ayrıca;

- Öğretmenlerin iletişimi kurma yetkinlikleri toplam skorlarının kolayca internete bağlanma durumuna göre farklılaştığı ve bu durumunda anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir [U= 2865.50; p = ,003]. Diğer bir ifade ile kolayca internete bağlanmak veya bağlanamamak, öğretmenlerin iletişimi kurma yetkinliklerinin etkilemektedir ve kolayca internete bağlanan öğretmenlerin iletişimi kurma yetkinlikleri (Sıra Ortalaması = 249,92) bağlanamayan öğretmenlerin iletişimi kurma yetkinliklerinden (Sıra Ortalaması = 153,78) daha yüksektir.

- Öğretmenlerin iletişimi sürdürme yetkinlikleri toplam skorlarının kolayca internete bağlanma durumuna göre farklılaştığı ve bu durumunda anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir [U= 3268.50; p = ,020]. Diğer bir ifade ile kolayca internete bağlanmak veya bağlanamamak, öğretmenlerin iletişimi sürdürme yetkinliklerinin etkilemektedir ve kolayca internete bağlanan öğretmenlerin iletişimi sürdürme yetkinlikleri (Sıra Ortalaması = 249,06) bağlanamayan öğretmenlerin iletişimi sürdürme yetkinliklerinden (Sıra Ortalaması = 173,92) daha yüksektir.

- Öğretmenlerin eğlence yetkinlikleri toplam skorlarının kolayca internete bağlanma durumuna göre farklılaştığı ve bu durumunda anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir [U= 2750.00; p = ,002]. Diğer bir ifade ile kolayca internete bağlanmak veya bağlanamamak, öğretmenlerin eğlence yetkinliklerini etkilemektedir ve kolayca internete bağlanan öğretmenlerin eğlence yetkinlikleri (Sıra Ortalaması = 250,16) bağlanamayan öğretmenlerin eğlence yetkinliklerinden (Sıra Ortalaması = 148,00) daha yüksektir.

- Öğretmenlerin araştırma, işbirliği, iletişimi başlatma ve içerik paylaşma yetkinlikleri anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir [Sırasıyla U= 4534,50, 4133,00, 3946,00, 4073,00; p > ,05]. Diğer bir ifade ile kolayca internete

bağlanmak veya bağlanamamak, öğretmenlerin araştırma, işbirliği, iletişimi başlatma ve içerik paylaşma yetkinliklerini etkilememektedir

#### 5.4.15. Öğretmenlerin İnternete Bağlanırken En Çok Kullandıkları Araç Türüne Göre Sosyal Ağları Kullanım Amaçları

**Tablo- 25: Öğretmenlerin En Çok Kullandıkları İnternete Bağlanma Araçları ile SAKAÖ ve Alt Boyutları Arasındaki Farklılığa İlişkin Kruskal Wallis H-Testi Sonuçları**

	Grup	N	Sıra Ortalaması	sd	$\chi^2$	p
SAKAÖ	Telefon	416	249,89	3	5,116	,164
	Tablet	6	155,08			
	Laptop	33	208,53			
	Masaüstü	36	250,56			
Araştırma	Telefon	416	251,90	3	5,876	,118
	Tablet	6	219,33			
	Laptop	33	194,27			
	Masaüstü	36	229,64			
İşbirliği	Telefon	416	249,82	3	3,317	,345
	Tablet	6	171,33			
	Laptop	33	218,03			
	Masaüstü	36	239,94			
İletişimi Başlatma	Telefon	416	242,64	3	2,834	,418
	Tablet	6	204,92			
	Laptop	33	266,97			
	Masaüstü	36	272,47			
İletişim Kurma	Telefon	416	254,00	3	9,789	,020
	Tablet	6	228,67			
	Laptop	33	183,80			
	Masaüstü	36	213,47			
İletişimi Sürdürme	Telefon	416	248,53	3	,867	,833
	Tablet	6	232,92			
	Laptop	33	231,53			
	Masaüstü	36	232,25			
İçerik Paylaşma	Telefon	416	251,08	3	10,830	,013
	Tablet	6	104,58			
	Laptop	33	195,97			
	Masaüstü	36	256,68			
Eğlence	Telefon	416	249,47	3	5,752	,124
	Tablet	6	149,33			

Laptop	33	207,55
Masaüstü	36	257,24

Tablo- 25’de görüldüğü gibi, en çok kullanılan internete bağlanma aracı durumu farklı olan öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerini belirlemek için yapılan Kruskal Wallis H-testi sonucunda en çok kullanılan internete bağlanma aracı durumları arasında anlamlı farklılık olmadığı belirlenmiştir [ $\chi^2= 5,116$ ;  $p=.164$ ]. Ayrıca;

- Öğretmenlerin iletişim kurma ve içerik paylaşma yetkinlikleri ile en çok kullanılan internete bağlanma aracı durumu arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir [Sırasıyla  $\chi^2= 9,789, 10,830$ ;  $p<.05$ ]. Diğer bir ifade ile en çok kullanılan internete bağlanma aracı durumu, öğretmenlerin içerik paylaşma ve eğlence yetkinliklerini etkilemektedir. Ayrıca bu istatistiksel olarak anlamlı farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için yapılan Dunn-Bonferroni post hoc testleri sonucunda;

- a. İnternete bağlanma aracı olarak telefon kullanan öğretmenlerin iletişim kurma yetkinliklerinin, laptop kullanan öğretmenlerin iletişim kurma yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.035$ ).

- b. İnternete bağlanma aracı olarak telefon kullanan öğretmenlerin içerik paylaşma yetkinliklerinin, laptop kullanan öğretmenlerin içerik paylaşma yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.012$ ).

- Öğretmenlerin araştırma, işbirliği, iletişimi başlatma, iletişimi sürdürme ve eğlence yetkinlikleri ile en çok kullanılan internete bağlanma aracı durumu arasında anlamlı farklılık oluşmadığı belirlenmiştir [Sırasıyla  $\chi^2= 5,876, 3,317, 2,834, ,867, 5,752$ ;  $p>.05$ ]. Diğer bir ifade ile en çok kullanılan internete bağlanma aracı durumu, öğretmenlerin araştırma, işbirliği, iletişimi başlatma, iletişimi sürdürme ve eğlence yetkinliklerini etkilememektedir.

#### 5.4.10. Öğretmenlerin İnternete Giriş Sıklıklarına Göre Sosyal Ağları Kullanım Amaçları

Tablo- 26: Öğretmenlerin İnternete Giriş Sıklıkları ile SAKAÖ ve Alt Boyutları Arasındaki Farklılığa İlişkin Kruskal Wallis H-Testi Sonuçları

	Grup	N	Sıra Ortalaması	sd	$\chi^2$	p
SAKAÖ	Her gün	457	251,51	4	14,549	,006
	Haftada 1-2 gün	12	116,88			
	Haftada 3-5 gün	16	219,31			
	Ayda 1-2 gün	3	211,00			
	Ayda 3-5 gün	3	100,17			
Araştırma	Her gün	457	251,58	4	17,162	,002
	Haftada 1-2 gün	12	122,13			
	Haftada 3-5 gün	16	206,47			
	Ayda 1-2 gün	3	294,67			
	Ayda 3-5 gün	3	54,17			
İşbirliği	Her gün	457	251,87	4	14,427	,006
	Haftada 1-2 gün	12	126,42			
	Haftada 3-5 gün	16	206,44			
	Ayda 1-2 gün	3	193,67			
	Ayda 3-5 gün	3	94,00			
İletişimi Başlatma	Her gün	457	245,56	4	1,460	,834
	Haftada 1-2 gün	12	215,42			
	Haftada 3-5 gün	16	270,84			
	Ayda 1-2 gün	3	255,17			
	Ayda 3-5 gün	3	293,17			
İletişim Kurma	Her gün	457	253,80	4	22,982	,000
	Haftada 1-2 gün	12	104,67			
	Haftada 3-5 gün	16	173,00			
	Ayda 1-2 gün	3	189,33			
	Ayda 3-5 gün	3	69,50			



İletişimi Sürdürme	Her gün	457	251,39			
	Haftada 1-2 gün	12	143,58			
	Haftada 3-5 gün	16	208,78	4	12,275	,015
	Ayda 1-2 gün	3	191,67			
	Ayda 3-5 gün	3	86,83			
İçerik Paylaşma	Her gün	457	249,49			
	Haftada 1-2 gün	12	177,29			
	Haftada 3-5 gün	16	226,28	4	5,574	,233
	Ayda 1-2 gün	3	208,33			
	Ayda 3-5 gün	3	131,67			
Eğlence	Her gün	457	250,22			
	Haftada 1-2 gün	12	129,67			
	Haftada 3-5 gün	16	219,78	4	11,454	,022
	Ayda 1-2 gün	3	312,67			
	Ayda 3-5 gün	3	141,17			

Tablo- 26’da görüldüğü gibi, internete giriş sıklığı durumu farklı olan öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerini belirlemek için yapılan Kruskal Wallis H-testi sonucunda internete giriş sıklığı durumları arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir [ $\chi^2= 14,549$ ;  $p=.006$ ]. Diğer bir ifade ile internete giriş sıklığı aralığı, öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerini etkilemektedir. Ayrıca bu istatistiksel olarak anlamlı farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için yapılan Dunn-Bonferroni post hoc testleri sonucunda;

İnternete giriş sıklığı her gün olan öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerinin, haftada 1-2 gün olan öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.012$ ).

- Öğretmenlerin araştırma, işbirliği, iletişim kurma, iletişimi sürdürme ve eğlence yetkinlikleri ile internete giriş sıklığı durumu arasında anlamlı farklılık

oluştugu belirlenmiştir [Sırasıyla  $\chi^2= 17,162, 14,427, 22,982, 12,275, 11,454$ ;  $p<.05$ ]. Diğer bir ifade ile internete giriş sıklığı durumu, öğretmenlerin araştırma, işbirliği, iletişim kurma, iletişimi sürdürme ve eğlence yetkinliklerini etkilemektedir. Ayrıca bu istatistiksel olarak anlamlı farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için yapılan Dunn-Bonferroni post hoc testleri sonucunda;

**a.** İnternete giriş sıklığı her gün olan öğretmenlerin araştırma yetkinliklerinin, haftada 1-2 gün olan öğretmenlerin araştırma yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.017$ ).

**b.** İnternete giriş sıklığı her gün olan öğretmenlerin işbirliği yetkinliklerinin, haftada 1-2 gün olan öğretmenlerin işbirliği yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.025$ ).

**c.** İnternete giriş sıklığı her gün olan öğretmenlerin iletişim kurma yetkinliklerinin, haftada 1-2 gün olan öğretmenlerin iletişim kurma yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.003$ ).

**d.** İletişim sürdürme anlamlılık değeri 0,05' yakın olduğu için gruplar arası farklılaşma olmamaktadır.

**e.** İnternete giriş sıklığı her gün olan öğretmenlerin eğlence yetkinliklerinin, haftada 1-2 gün olan öğretmenlerin eğlence yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.035$ ).

• Öğretmenlerin iletişimi başlatma ve içerik paylaşma yetkinlikleri ile internete giriş sıklığı durumu arasında anlamlı farklılık oluşmadığı belirlenmiştir [Sırasıyla  $\chi^2= 1,460, 5,574$ ;  $p>.05$ ]. Diğer bir ifade ile internete giriş sıklığı durumu, öğretmenlerin başlatma ve içerik paylaşma yetkinliklerini etkilememektedir.

#### 5.4.11. Öğretmenlerin İnternette Geçirdikleri Sürelere Göre Sosyal Ağları Kullanım Amaçları

**Tablo- 27: Öğretmenlerin İnternete Giriş Yaptıklarında İnternette Geçirdikleri Vakit ile SAKAÖ ve Alt Boyutları Arasındaki Farklılığa İlişkin Kruskal Wallis H-Testi Sonuçları**

	Grup	N	Sıra Ortalaması	sd	$\chi^2$	P
SAKAÖ	30 dakikadan az	168	231,22	4	15,232	,004
	30 dakika-1 saat arası	179	243,75			
	1-2 saat arası	90	237,16			
	2-3 saat arası	33	302,91			
	3 saatten fazla	21	331,93			
Araştırma	30 dakikadan az	168	239,96	4	2,416	,660
	30 dakika-1 saat arası	179	247,13			
	1-2 saat arası	90	239,81			
	2-3 saat arası	33	265,02			
	3 saatten fazla	21	281,36			
İşbirliği	30 dakikadan az	168	232,46	4	10,140	,038
	30 dakika-1 saat arası	179	243,54			
	1-2 saat arası	90	243,77			
	2-3 saat arası	33	287,06			
	3 saatten fazla	21	320,26			
İletişimi Başlatma	30 dakikadan az	168	237,62	4	3,042	,551
	30 dakika-1 saat arası	179	243,38			
	1-2 saat arası	90	250,41			
	2-3 saat arası	33	267,27			
	3 saatten fazla	21	283,07			
İletişim Kurma	30 dakikadan az	168	235,17	4	10,202	,037
	30 dakika-1 saat arası	179	244,13			
	1-2 saat arası	90	236,63			
	2-3 saat arası	33	291,92			
	3 saatten fazla	21	316,55			
İletişimi Sürdürme	30 dakikadan az	168	227,45	4	6,809	,146
	30 dakika-1 saat arası	179	250,37			
	1-2 saat arası	90	249,91			

	2-3 saat arası	33	279,11			
	3 saatten fazla	21	288,40			
İçerik Paylaşma	30 dakikadan az	168	246,62			
	30 dakika-1 saat arası	179	228,82			
	1-2 saat arası	90	245,61	4	11,170	,025
	2-3 saat arası	33	295,03			
	3 saatten fazla	21	312,19			
Eğlence	30 dakikadan az	168	232,84			
	30 dakika-1 saat arası	179	239,93			
	1-2 saat arası	90	252,51	4	8,839	,065
	2-3 saat arası	33	296,38			
	3 saatten fazla	21	296,02			

Tablo- 27’de görüldüğü gibi, internete giriş yaptıktan sonra geçirilen vakit durumu farklı olan öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerini belirlemek için yapılan Kruskal Wallis H-testi sonucunda internete giriş yaptıktan sonra geçirilen vakit durumları arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir [ $\chi^2=15,232$ ;  $p=.004$ ]. Diğer bir ifade ile internete giriş yaptıktan sonra geçirilen vakit aralığı, öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerini etkilemektedir. Ayrıca bu istatistiksel olarak anlamlı farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için yapılan Dunn-Bonferroni post hoc testleri sonucunda;

İnternette geçirdikleri vakit 3 saatten fazla olan öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerinin, 30 dakikadan az olan öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.022$ ).

Öğretmenlerin işbirliği, iletişim kurma ve içerik paylaşma yetkinlikleri ile internete giriş yaptıktan sonra geçirilen vakit durumu arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir [Sırasıyla  $\chi^2=10,140, 10,202, 11,170$ ;  $p<.05$ ]. Diğer bir ifade ile internete giriş yaptıktan sonra geçirilen vakit durumu, öğretmenlerin araştırma, işbirliği, iletişim kurma ve eğlence yetkinliklerini etkilemektedir. Ayrıca anlamlılık değerleri 0,05’ e yakın olduğu için gruplar arası farklılaşma olmamaktadır.

- Öğretmenlerin araştırma, iletişimi başlatma, iletişimi sürdürme ve eğlence yetkinlikleri ile internete giriş yaptıktan sonra geçirilen vakit durumu arasında anlamlı farklılık oluşmadığı belirlenmiştir [Sırasıyla  $\chi^2= 2,416, 3,042, 6,809, 8,839; p>.05$ ]. Diğer bir ifade ile internete giriş yaptıktan sonra geçirilen vakit durumu, öğretmenlerin başlatma ve içerik paylaşma yetkinliklerini etkilememektedir.

#### 5.4.12. Öğretmenlerin Sosyal Medyayı Kullanma Sürelerine Göre Sosyal Ağları Kullanım Amaçları

Tablo- 28:Öğretmenlerin Sosyal Medyayı Kullanım Süresi ile SAKAÖ ve Alt Boyutları Arasındaki Farklılığa İlişkin Kruskal Wallis H-Testi Sonuçları

	Grup	N	Sıra Ortalaması	sd	$\chi^2$	p
SAKAÖ	Son 1 yıldır	43	151,59	4	35,112	000
	2-3 yıldır	63	200,77			
	3-4 yıldır	42	229,40			
	4-5 yıldır	57	282,66			
	5 yıldan fazla	286	265,29			
Araştırma	Son 1 yıldır	43	201,08	4	12,872	,012
	2-3 yıldır	63	207,23			
	3-4 yıldır	42	245,51			
	4-5 yıldır	57	274,99			
	5 yıldan fazla	286	255,59			
İşbirliği	Son 1 yıldır	43	170,09	4	22,680	,000
	2-3 yıldır	63	222,79			
	3-4 yıldır	42	239,51			
	4-5 yıldır	57	298,71			
	5 yıldan fazla	286	252,97			
İletişimi Başlatma	Son 1 yıldır	43	203,53	4	5,592	,232
	2-3 yıldır	63	235,16			
	3-4 yıldır	42	242,43			
	4-5 yıldır	57	258,55			
	5 yıldan fazla	286	252,80			
İletişim Kurma	Son 1 yıldır	43	183,14	4	15,928	,003
	2-3 yıldır	63	218,19			
	3-4 yıldır	42	233,30			
	4-5 yıldır	57	244,33			
	5 yıldan fazla	286	263,77			
İletişimi	Son 1 yıldır	43	166,72	4	24,908	,000

Sürdürme	2-3 yıldır	63	207,53			
	3-4 yıldır	42	234,58			
	4-5 yıldır	57	249,87			
	5 yıldan fazla	286	267,30			
İçerik Paylaşma	Son 1 yıldır	43	160,31			
	2-3 yıldır	63	203,04			
	3-4 yıldır	42	243,07	4	28,128	,000
	4-5 yıldır	57	276,28			
	5 yıldan fazla	286	262,74			
Eğlence	Son 1 yıldır	43	160,94			
	2-3 yıldır	63	205,67			
	3-4 yıldır	42	224,52	4	29,684	,000
	4-5 yıldır	57	254,24			
	5 yıldan fazla	286	269,18			

Tablo- 28’de görüldüğü gibi, sosyal medyayı kullanım süresi durumu farklı olan öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerini belirlemek için yapılan Kruskal Wallis H-testi sonucunda sosyal medyayı kullanım süresi durumları arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir [ $\chi^2= 35,112$ ;  $p<.001$ ]. Diğer bir ifade ile sosyal medyayı kullanım süresi aralığı, öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerini etkilemektedir. Ayrıca bu istatistiksel olarak anlamlı farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için yapılan Dunn-Bonferroni post hoc testleri sonucunda;

**a.** Sosyal medya kullanım süresi 5 yıldan fazla olan öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerinin, son 1 yıldır olan öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p < 0.001$ ).

**b.** Sosyal medya kullanım süresi 4-5 yıldır olan öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerinin, son 1 yıldır olan öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p < 0.001$ ).

**c.** Sosyal medya kullanım süresi 5 yıldan fazla olan öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerinin, 2-3 yıldır olan öğretmenlerin sosyal

ağların kullanım amaçları yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.011$ ).

**d.** Sosyal medya kullanım süresi 4-5 yıldır olan öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerinin, 2-3 yıldır olan öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.016$ ).

- Öğretmenlerin araştırma, işbirliği, iletişim kurma, iletişimi sürdürme, içerik paylaşma ve eğlence yetkinlikleri sosyal medyayı kullanım süresi durumu arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir [Sırasıyla  $\chi^2 = 12,872, 22,680, 15,928, 24,908, 28,128, 29,684$ ;  $p < .05$ ]. Diğer bir ifade ile sosyal medyayı kullanım süresi durumu, öğretmenlerin araştırma, işbirliği, iletişim kurma, iletişimi sürdürme, içerik paylaşma ve eğlence yetkinliklerini etkilemektedir. Ayrıca bu istatistiksel olarak anlamlı farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için yapılan Dunn-Bonferroni post hoc testleri sonucunda;

**a.** Araştırma yetkinliklerinin anlamlılık değerleri 0,05' yakın olduğu için gruplar arası farklılaşma olmamaktadır.

**b.** Sosyal medya kullanım süresi 5 yıldan fazla olan öğretmenlerin işbirliği yetkinliklerinin, son 1 yıldır olan öğretmenlerin işbirliği yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.004$ ).

**c.** Sosyal medya kullanım süresi 4-5 yıldır olan öğretmenlerin işbirliği yetkinliklerinin, son 1 yıldır olan öğretmenlerin işbirliği yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p < 0.001$ ).

**d.** Sosyal medya kullanım süresi 4-5 yıldır olan öğretmenlerin işbirliği yetkinliklerinin, 2-3 yıldır olan öğretmenlerin işbirliği yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.034$ ).

**e.** Sosyal medya kullanım süresi 5 yıldan fazla olan öğretmenlerin iletişim kurma yetkinliklerinin, son 1 yıldır olan öğretmenlerin iletişim kurma yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.005$ ).

**f.** Sosyal medya kullanım süresi 4-5 yıldır olan öğretmenlerin iletişimi sürdürme yetkinliklerinin, son 1 yıldır olan öğretmenlerin iletişimi sürdürme yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.037$ ).

**g.** Sosyal medya kullanım süresi 5 yıldan fazla olan öğretmenlerin iletişimi sürdürme yetkinliklerinin, son 1 yıldır olan öğretmenlerin iletişimi sürdürme yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p < 0.001$ ).

**h.** Sosyal medya kullanım süresi 5 yıldan fazla olan öğretmenlerin iletişimi sürdürme yetkinliklerinin, 2-3 yıldır olan öğretmenlerin iletişimi sürdürme yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.024$ ).

**i.** Sosyal medya kullanım süresi 5 yıldan fazla olan öğretmenlerin içerik paylaşma yetkinliklerinin, son 1 yıldır olan öğretmenlerin içerik paylaşma yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p < 0.001$ ).

**j.** Sosyal medya kullanım süresi 4-5 yıldır olan öğretmenlerin içerik paylaşma yetkinliklerinin, son 1 yıldır olan öğretmenlerin içerik paylaşma yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.001$ ).

**k.** Sosyal medya kullanım süresi 5 yıldan fazla olan öğretmenlerin içerik paylaşma yetkinliklerinin, 2-3 yıldır olan öğretmenlerin içerik paylaşma yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.025$ ).

**l.** Sosyal medya kullanım süresi 5 yıldan fazla olan öğretmenlerin içerik paylaşma yetkinliklerinin, 3-4 yıldır olan öğretmenlerin içerik paylaşma yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.047$ ).

**m.** Sosyal medya kullanım süresi 4-5 yıldır olan öğretmenlerin eğlence yetkinliklerinin, son 1 yıldır olan öğretmenlerin eğlence yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.011$ ).



n. Sosyal medya kullanım süresi 5 yıldan fazla olan öğretmenlerin eğlence yetkinliklerinin, son 1 yıldır olan öğretmenlerin eğlence yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p < 0.001$ ).

o. Sosyal medya kullanım süresi 5 yıldan fazla olan öğretmenlerin eğlence yetkinliklerinin, 2-3 yıldır olan öğretmenlerin eğlence yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.012$ ).

- Öğretmenlerin iletişimi başlatma yetkinlikleri ile sosyal medyayı kullanım süresi durumu arasında anlamlı farklılık oluşmadığı belirlenmiştir [ $\chi^2 = 5,592$ ;  $p = .232$ ]. Diğer bir ifade ile sosyal medyayı kullanım süresi durumu, öğretmenlerin iletişimi başlatma yetkinliklerini etkilememektedir.

#### 5.4.13. Öğretmenlerin Sosyal Medyayı Kullandıkları Araç Türüne Göre Sosyal Ağları Kullanım Amaçları

Tablo- 29: Öğretmenlerin Sosyal Medyayı Kullanırken En Çok Kullandıkları Araç Türü ile SAKAÖ ve Alt Boyutları Arasındaki Farklılığa İlişkin Kruskal Wallis H-Testi Sonuçları

	Grup	N	Sıra Ortalaması	Sd	$\chi^2$	P
SAKAÖ	Telefon	439	249,80	3	4,613	,202
	Tablet	1	137,50			
	Laptop	26	237,98			
	Masaüstü	25	191,94			
Araştırma	Telefon	439	248,29	3	3,654	,301
	Tablet	1	437,00			
	Laptop	26	232,79			
	Masaüstü	25	211,80			
İşbirliği	Telefon	439	248,82	3	6,251	,100
	Tablet	1	118,50			
	Laptop	26	263,42			
	Masaüstü	25	183,40			
İletişimi Başlatma	Telefon	439	243,64	3	2,271	,518
	Tablet	1	194,50			
	Laptop	26	284,38			
	Masaüstü	25	249,58			
İletişim	Telefon	439	255,12	3	17,506	,001

Kurma	Tablet	1	205,00	3	4,468	,215
	Laptop	26	172,58			
	Masaüstü	25	163,82			
İletişimi Sürdürme	Telefon	439	250,55	3	4,468	,215
	Tablet	1	224,50			
	Laptop	26	215,13			
	Masaüstü	25	198,98			
İçerik Paylaşma	Telefon	439	248,66	3	3,733	,292
	Tablet	1	61,00			
	Laptop	26	245,58			
	Masaüstü	25	207,20			
Eğlence	Telefon	439	247,84	3	,902	,825
	Tablet	1	169,00			
	Laptop	26	230,73			
	Masaüstü	25	232,64			

Tablo- 29’da görüldüğü gibi, sosyal medyayı kullanım aracı durumu farklı olan öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerini belirlemek için yapılan Kruskal Wallis H-testi sonucunda sosyal medyayı kullanım aracı durumları arasında anlamlı farklılık olmadığı belirlenmiştir [ $\chi^2= 4,613$ ;  $p=.202$ ]. Ayrıca;

Öğretmenlerin iletişimi kurma yetkinlikleri ile sosyal medyayı kullanım aracı durumu arasında anlamlı farklılık oluştuğu belirlenmiştir [ $\chi^2= 17,506$ ;  $p=.001$ ]. Diğer bir ifade ile sosyal medyayı kullanım aracı durumu, öğretmenlerin iletişimi kurma yetkinliklerini etkilemektedir. Ayrıca bu istatistiksel olarak anlamlı farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için yapılan Dunn-Bonferroni post hoc testleri sonucunda;

**a.** Sosyal medya kullanırken en çok kullandıkları araç telefon olan öğretmenlerin iletişim kurma yetkinliklerinin, masaüstü bilgisayar olan öğretmenlerin iletişim kurma yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.010$ ).

**b.** Sosyal medya kullanırken en çok kullandıkları araç telefon olan öğretmenlerin iletişim kurma yetkinliklerinin, laptop olan öğretmenlerin iletişim kurma yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.022$ ).

- Öğretmenlerin araştırma, işbirliği, iletişim başlatma, iletişimi sürdürme, içerik paylaşma ve eğlence yetkinlikleri sosyal medyayı kullanım aracı durumu arasında anlamlı farklılık oluşmadığı belirlenmiştir [Sırasıyla  $\chi^2= 3,654, 6,251, 2,271, 4,468, 3,733, ,902; p>.05$ ]. Diğer bir ifade ile sosyal medyayı kullanım aracı durumu, öğretmenlerin araştırma, işbirliği, iletişim başlatma, iletişimi sürdürme, içerik paylaşma ve eğlence yetkinliklerini etkilememektedir.

#### 5.4.14. Öğretmenlerin Sosyal Medyayı Kullanım Sıklıklarına Göre Sosyal Ağları Kullanım Amaçları

**Tablo- 30: Öğretmenlerin Sosyal Medyayı Kullanma Sıklıkları ile SAKAÖ ve Alt Boyutları Arasındaki Farklılığa İlişkin Kruskal Wallis H-Testi Sonuçları**

	Grup	N	Sıra Ortalaması	sd	$\chi^2$	p
SAKAÖ	Her gün birden fazla	352	268,55	4	53,576	,000
	Her gün bir kere	79	223,27			
	Haftada birden fazla	33	126,45			
	Haftada bir kere	12	66,46			
	Ayda 1 kaç kez	15	243,27			
Araştırma	Her gün birden fazla	352	259,71	4	24,271	,000
	Her gün bir kere	79	239,09			
	Haftada birden fazla	33	185,64			
	Haftada bir kere	12	93,96			
	Ayda 1 kaç kez	15	214,97			
İşbirliği	Her gün birden fazla	352	261,67	4	30,410	,000
	Her gün bir kere	79	240,13			
	Haftada birden fazla	33	152,48			
	Haftada bir kere	12	108,54			
	Ayda 1 kaç kez	15	224,97			

		kez				
İletişimi Başlatma	Her gün birden fazla	352	255,34			
	Her gün bir kere	79	241,53			
	Haftada birden fazla	33	176,06	4	17,494	,002
	Haftada bir kere	12	145,67			
	Ayda 1 kaç kez	15	284,60			
İletişim Kurma	Her gün birden fazla	352	267,04			
	Her gün bir kere	79	239,08			
	Haftada birden fazla	33	132,35	4	51,149	,000
	Haftada bir kere	12	73,67			
	Ayda 1 kaç kez	15	176,60			
İletişimi Sürdürme	Her gün birden fazla	352	257,20			
	Her gün bir kere	79	257,30			
	Haftada birden fazla	33	155,80	4	33,382	,000
	Haftada bir kere	12	76,50			
	Ayda 1 kaç kez	15	257,73			
İçerik Paylaşma	Her gün birden fazla	352	267,34			
	Her gün bir kere	79	203,22			
	Haftada birden fazla	33	164,65	4	38,476	,000
	Haftada bir kere	12	103,25			
	Ayda 1 kaç kez	15	263,73			
Eğlence	Her gün birden fazla	352	267,30			
	Her gün bir kere	79	207,90	4	38,985	,000
	Haftada	33	157,39			

birden fazla			
Haftada	bir	12	104,33
kere			
Ayda	1 kaç	15	255,17
kez			

Tablo- 30'da görüldüğü gibi, sosyal medyayı kullanım sıklığı durumu farklı olan öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerini belirlemek için yapılan Kruskal Wallis H-testi sonucunda sosyal medyayı kullanım sıklığı durumları arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir [ $\chi^2= 53,576$ ;  $p<.001$ ]. Diğer bir ifade ile sosyal medyayı kullanım sıklığı aralığı, öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerini etkilemektedir. Ayrıca bu istatistiksel olarak anlamlı farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için yapılan Dunn-Bonferroni post hoc testleri sonucunda;

**a.** Sosyal medya kullanma sıklıkları her gün bir kere olan öğretmenlerin sosyal medyayı kullanım sıklığı yetkinliklerinin, hafta da bir kere olan öğretmenlerin sosyal medyayı kullanım sıklığı yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.004$ ).

**b.** Sosyal medya kullanma sıklıkları ayda birkaç kez olan öğretmenlerin sosyal medyayı kullanım sıklığı yetkinliklerinin, hafta da bir kere olan öğretmenlerin sosyal medyayı kullanım sıklığı yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.013$ ).

**c.** Sosyal medya kullanma sıklıkları her gün birden fazla olan öğretmenlerin sosyal medyayı kullanım sıklığı yetkinliklerinin, hafta da bir kere olan öğretmenlerin sosyal medyayı kullanım sıklığı yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p < 0.001$ ).

**d.** Sosyal medya kullanma sıklıkları her gün bir kere olan öğretmenlerin sosyal medyayı kullanım sıklığı yetkinliklerinin, hafta da birden fazla olan öğretmenlerin sosyal medyayı kullanım sıklığı yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.010$ ).

**e.** Sosyal medya kullanma sıklıkları her gün birden fazla olan öğretmenlerin sosyal medyayı kullanım sıklığı yetkinliklerinin, hafta da birden fazla

olan öğretmenlerin sosyal medyayı kullanım sıklığı yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p < 0.001$ ).

Öğretmenlerin araştırma, işbirliği, iletişimi kurma, iletişim başlatma, iletişimi sürdürme, içerik paylaşma ve eğlence yetkinlikleri sosyal medyayı kullanım sıklığı durumu arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir [Sırasıyla  $\chi^2 = 24,271, 30,410, 17,494, 51,149, 33,382, 38,476, 38,985$ ;  $p < .05$ ]. Diğer bir ifade ile sosyal medyayı kullanım sıklığı durumu, öğretmenlerin araştırma, işbirliği, iletişim kurma, iletişim başlatma, iletişimi sürdürme, içerik paylaşma ve eğlence yetkinliklerini etkilemektedir. Ayrıca bu istatistiksel olarak anlamlı farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için yapılan Dunn-Bonferroni post hoc testleri sonucunda;

**a.** Sosyal medya kullanma sıklıkları her gün bir kere olan öğretmenlerin araştırma yetkinliklerinin, hafta da bir kere olan öğretmenlerin araştırma yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.009$ )

**b.** Sosyal medya kullanma sıklıkları her gün birden fazla olan öğretmenlerin araştırma yetkinliklerinin, hafta da bir kere olan öğretmenlerin araştırma yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.001$ )

**c.** Sosyal medya kullanma sıklıkları her gün bir kere olan öğretmenlerin araştırma yetkinliklerinin, hafta da birden fazla olan öğretmenlerin araştırma yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.039$ )

**d.** Sosyal medya kullanma sıklıkları her gün bir kere olan öğretmenlerin işbirliği yetkinliklerinin, hafta da bir kere olan öğretmenlerin işbirliği yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.027$ )

**e.** Sosyal medya kullanma sıklıkları her gün birden fazla olan öğretmenlerin işbirliği yetkinliklerinin, hafta da bir kere olan öğretmenlerin işbirliği yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.002$ )

**f.** Sosyal medya kullanma sıklıkları her gün birden fazla olan öğretmenlerin işbirliği yetkinliklerinin, hafta da birden fazla olan öğretmenlerin işbirliği yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p < 0.001$ )

**g.** Sosyal medya kullanma sıklıkları her gün bir kere olan öğretmenlerin işbirliği yetkinliklerinin, hafta da birden fazla olan öğretmenlerin işbirliği yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.029$ )

**h.** Sosyal medya kullanma sıklıkları her gün birden fazla olan öğretmenlerin iletişimi başlatma yetkinliklerinin, hafta da birden fazla olan öğretmenlerin iletişimi başlatma yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.017$ )

**i.** Sosyal medya kullanma sıklıkları her gün bir kere olan öğretmenlerin iletişimi kurma yetkinliklerinin, hafta da bir kere olan öğretmenlerin iletişimi kurma yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.002$ )

**j.** Sosyal medya kullanma sıklıkları her gün birden fazla olan öğretmenlerin iletişimi kurma yetkinliklerinin, hafta da birden fazla olan öğretmenlerin iletişimi kurma yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p < 0.001$ )

**k.** Sosyal medya kullanma sıklıkları her gün bir kere olan öğretmenlerin iletişimi kurma yetkinliklerinin, hafta da birden fazla olan öğretmenlerin iletişimi kurma yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.003$ )

**l.** Sosyal medya kullanma sıklıkları her gün birden fazla olan öğretmenlerin iletişimi kurma yetkinliklerinin, hafta da bir kere olan öğretmenlerin iletişimi kurma yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p < 0.001$ )

**m.** Sosyal medya kullanma sıklıkları her gün birden fazla olan öğretmenlerin iletişimi sürdürme yetkinliklerinin, hafta da bir kere olan öğretmenlerin iletişimi sürdürme yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p < 0.001$ )

**n.** Sosyal medya kullanma sıklıkları her gün bir kere olan öğretmenlerin iletişimi sürdürme yetkinliklerinin, hafta da bir kere olan öğretmenlerin iletişimi sürdürme yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p < 0.001$ )

**o.** Sosyal medya kullanma sıklıkları ayda birkaç kez olan öğretmenlerin iletişimi sürdürme yetkinliklerinin, hafta da birden fazla olan öğretmenlerin iletişimi sürdürme yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.010$ )

**p.** Sosyal medya kullanma sıklıkları her gün bir kere olan öğretmenlerin iletişimi sürdürme yetkinliklerinin, hafta da birden fazla olan öğretmenlerin iletişimi sürdürme yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.001$ )

**q.** Sosyal medya kullanma sıklıkları her gün birden fazla olan öğretmenlerin iletişimi sürdürme yetkinliklerinin, hafta da bir kere olan öğretmenlerin iletişimi sürdürme yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.005$ )

**r.** Sosyal medya kullanma sıklıkları ayda birkaç kez olan öğretmenlerin içerik paylaşma yetkinliklerinin, hafta da birden fazla olan öğretmenlerin içerik paylaşma yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.035$ )

**s.** Sosyal medya kullanma sıklıkları her gün birden fazla olan öğretmenlerin içerik paylaşma yetkinliklerinin, hafta da bir kere olan öğretmenlerin içerik paylaşma yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.001$ )

**t.** Sosyal medya kullanma sıklıkları her gün bir kere olan öğretmenlerin içerik paylaşma yetkinliklerinin, hafta da birden fazla olan öğretmenlerin içerik paylaşma yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.001$ )

**u.** Sosyal medya kullanma sıklıkları her gün bir kere olan öğretmenlerin içerik paylaşma yetkinliklerinin, her gün birden fazla olan öğretmenlerin içerik paylaşma yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.003$ )



v. Sosyal medya kullanma sıklıkları her gün bir kere olan öğretmenlerin eğlence yetkinliklerinin, haftada birden fazla olan öğretmenlerin eğlence yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır (p = 0.001)

w. Sosyal medya kullanma sıklıkları her gün bir kere olan öğretmenlerin eğlence yetkinliklerinin, haftada bir kere olan öğretmenlerin eğlence yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır (p = 0.007)

#### 5.4.15. Öğretmenlerin Sosyal Medyada Geçirdikleri Sürelere Göre Sosyal Ağları Kullanım Amaçları

Tablo- 31: Öğretmenlerin Sosyal Medyada Geçirdikleri Süreler ile SAKAÖ ve Alt Boyutları Arasındaki Farklılığa İlişkin Kruskal Wallis H-Testi Sonuçları

	Grup	N	Sıra Ortalaması	sd	$\chi^2$	P
SAKAÖ	30 dakikadan az	286	215,96	4	36,143	,000
	30 dakika-1 saat arası	135	275,90			
	1-2 saat arası	50	294,61			
	2-3 saat arası	10	336,50			
	3 saatten fazla	10	367,90			
Araştırma	30 dakikadan az	286	226,66	4	17,132	,002
	30 dakika-1 saat arası	135	274,54			
	1-2 saat arası	50	248,71			
	2-3 saat arası	10	337,35			
	3 saatten fazla	10	308,90			
İşbirliği	30 dakikadan az	286	225,43	4	15,214	,004
	30 dakika-1 saat arası	135	274,12			
	1-2 saat arası	50	269,61			
	2-3 saat arası	10	270,25			
	3 saatten fazla	10	312,45			
İletişimi	30 dakikadan	286	231,31	4	21,534	,000

Başlatma	az					
	30 dakika-1 saat arası	135	241,07			
	1-2 saat arası	50	308,52			
	2-3 saat arası	10	344,50			
	3 saatten fazla	10	321,60			
İletişim Kurma	30 dakikadan az	286	225,79			
	30 dakika-1 saat arası	135	266,44			
	1-2 saat arası	50	273,73	4	17,716	,001
	2-3 saat arası	10	310,00			
	3 saatten fazla	10	345,40			
İletişimi Sürdürme	30 dakikadan az	286	224,08			
	30 dakika-1 saat arası	135	261,74			
	1-2 saat arası	50	287,51	4	23,497	,000
	2-3 saat arası	10	355,10			
	3 saatten fazla	10	343,60			
İçerik Paylaşma	30 dakikadan az	286	225,20			
	30 dakika-1 saat arası	135	265,23			
	1-2 saat arası	50	289,19	4	17,696	,001
	2-3 saat arası	10	276,55			
	3 saatten fazla	10	334,90			
Eğlence	30 dakikadan az	286	217,96			
	30 dakika-1 saat arası	135	271,51			
	1-2 saat arası	50	300,76	4	31,833	,000
	2-3 saat arası	10	329,40			
	3 saatten fazla	10	346,50			

Tablo- 31’de görüldüğü gibi, puanlarının sosyal medyada vakit geçirme süresi durumu farklı olan öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerini belirlemek için yapılan Kruskal Wallis H-testi sonucunda puanlarının sosyal

medyada vakit geçirme süresi durumları arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir [ $\chi^2= 36,143$ ;  $p<.001$ ]. Diğer bir ifade ile puanlarının sosyal medyada vakit geçirme süresi, öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinliklerini etkilemektedir. Ayrıca bu istatistiksel olarak anlamlı farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için yapılan Dunn-Bonferroni post hoc testleri sonucunda;

Sosyal medyada vakit geçirme süreleri 30 dakikadan az olan öğretmenlerin sosyal medyayı kullanım sıklığı yetkinliklerinin, 1-2 saat arası, 3 saatten fazla ve 30 dakika-1 saat arası olan öğretmenlerin sosyal medyayı kullanım sıklığı yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p < 0.05$ ).

- Öğretmenlerin araştırma, işbirliği, iletişimi kurma, iletişim başlatma, iletişimi sürdürme, içerik paylaşma ve eğlence yetkinlikleri sosyal medyada vakit geçirme süresi durumu arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir [Sırasıyla  $\chi^2= 17,132, 15,214, 21,534, 17,716, 23,497, 17,696, 31,833$ ;  $p<.05$ ]. Diğer bir ifade ile sosyal medyada vakit geçirme süresi durumu, öğretmenlerin araştırma, işbirliği, iletişim kurma, iletişim başlatma, iletişimi sürdürme, içerik paylaşma ve eğlence yetkinliklerini etkilemektedir. Ayrıca bu istatistiksel olarak anlamlı farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için yapılan Dunn-Bonferroni post hoc testleri sonucunda;

- a. Sosyal medyada vakit geçirme süreleri 30 dakika-1 saat arasında olan öğretmenlerin araştırma yetkinliklerinin, 2-3 saat arası olan öğretmenlerin araştırma yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.011$ ).

- b. Sosyal medyada vakit geçirme süreleri 1-2 saat arasında olan öğretmenlerin iletişimi başlatma yetkinliklerinin, 30 dakikadan az ve 30 dakika- 1 saat arası olan öğretmenlerin iletişimi başlatma yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p < 0.05$ ).

- c. İletişimi kurma yetkinliklerinin anlamlılık değerleri 0,05' yakın olduğu için gruplar arası farklılaşma olmamaktadır.

**d.** Sosyal medyada vakit geçirme süreleri 30 dakikadan az olan retmenlerin iletişimi sürdürme yetkinliklerinin, 1-2 saat arası ve 2-3 saat arası olan retmenlerin iletişimi sürdürme yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p < 0.05$ ).

**e.** Sosyal medyada vakit geçirme süreleri 30 dakikadan az olan retmenlerin içerik paylaşma yetkinliklerinin, 1-2 saat arası olan retmenlerin içerik paylaşma yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p = 0.032$ ).

**f.** Sosyal medyada vakit geçirme süreleri 30 dakikadan az olan retmenlerin eğlence yetkinliklerinin, 1-2 saat arası, 3 saatten fazla ve 30 dakika-1 saat arası olan retmenlerin eğlence yetkinliklerinden daha yüksek olduğu ve bu farkın da istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p < 0.05$ ).

## BÖLÜM 6

### SONUÇLAR VE TARTIŞMA

Bu bölümde araştırma sonucunda elde edilen bulgular yorumlanmış, tahmin ve kısmi önerilerde bulunulmuştur.

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte yaşanan ve yaşanmaya devam eden değişimler sosyal hayatı ve ortamı, sosyal iletişimi ve sosyal ilişkileri kapsayan bir sosyal dönüşüm olmakla birlikte gündelik hayatı adeta sanal dünya aracılığıyla şekillenir bir duruma getirmiştir (Kırık, 2012; Çoklar, 2013). Web 2.0 teknolojisiyle sosyal ortamlar ve iletişim; bilgisayar ve internet ortamına aktarılmış ve sosyal medya adını almıştır. Sosyal medya kullanıcı sayılarına bakıldığında, dünya üzerinde her meslek grubu ve yaştan katılımcılarının olduğunu söylemek mümkündür (Günaydın, 2017). Bu meslek gruplarından biri de öğretmenliktir. Öğrenme sürecinde "öğretmen" ve "teknoloji" iki önemli öğeyi oluşturmaktadır (Makhabbat, 2017). Sosyal ağlar öğretmen ve öğrenciler arasında iletişim sağlamada, öğretmenlerin ve öğrencilerin kendi aralarında iletişim kurmasında, araştırma yapmalarında ve paylaşımında bulunmalarında da kullanılabilir (Çetintaş, 2016). Bunun yanı sıra değişen toplum yapısı, bireylerin bazı bilgi ve beceriler kazanmasını ve bazı özelliklere sahip olmasını gerekli kılmaktadır. 21. yüzyıl bireylerin; kişisel gelişimlerini sağlayarak yaşam boyu öğrenen, eğitim ve meslek yaşamları başta olmak üzere hayatlarında başarılı ve söz sahibi olan, yaşanan çağın gerekliliklerini sağlayarak ihtiyaçlarına cevap veren, donanımlı ve aktif bireyler haline gelebilmelerini gerektirmektedir (Başar, 2018).

21. yüzyılın gerektirdiği bireysel yeterliliklere sahip bireyleri yetiştirme rolü üstlenmiş ve bu rolü başarı ile yapabilmesi için kendisinin de bu yeterliliklerle donanması gerekli olan öğretmenlerle yine 21. yüzyılın gerektirdiği teknolojik gerekliliklerin başında sayılabilecek sosyal medyanın birleştirildiği bu çalışmada, Milli Eğitim Bakanlığına bağlı okulların farklı branş ve kademelerinde görev yapan öğretmenlerin sosyal ağları kullanım amaçları incelenmiştir. Bu kapsamda öğretmenlerin internet ve sosyal medya kullanım durumları ve eğitsel sosyal medya kullanımı da ele alınmış; demografik özellikler, internet ve sosyal medya kullanım

durumları ile sosyal ağların kullanım amaçları arasındaki farklılıklar ortaya çıkarılmıştır. Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden tarama yöntemi kullanılmıştır, var olan bir durum incelendiği için tarama modelinde betimsel bir çalışmadır. Araştırmanın örneklemini, Amasya ili Suluova ilçesinde görev yapmakta olan farklı branş ve kademelerden toplam 491 öğretmen oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından geliştirilen “Kişisel Bilgi Formu” ile Usluel, Y. Demir, Ö. ve Çınar, M. (2014) tarafından geliştirilmiş olan "Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği (SAKAÖ)" kullanılmıştır.

Sosyal ağlar yaşamın içinde daha fazla yer aldıkça bu ağlarda neler yapıldığı, kullanım amaçları, hangi değişkenleri etkilediği vb. konusunda da betimleme çalışmaları yoğunluk kazanmıştır (Keskin, 2014). Bu çalışmada da öğretmenlerin sosyal ağları kullanım amaçları betimlenmeye çalışılmıştır.

**Sosyal ağların kullanım amaçlarına ilişkin bulgular, araştırmaya katılan öğretmenlerin demografik bilgileri dikkate alınarak ele alındığında:**

Araştırmaya katılan 491 öğretmenin 254'ü kadın, 237'si erkektir. Cinsiyet türleri öğretmenlerin sosyal ağları kullanım amaçlarında anlamlı bir farklılık yaratmıştır. Kadın öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçları yetkinlikleri erkek öğretmenlerden daha yüksektir. Araştırmaya katılan öğretmenlerin en fazla 31-40 yaş aralığında olduğu görülmektedir. 40 yaş altındaki öğretmenler, 40 yaş üstündeki öğretmenlere göre sosyal ağları daha amaçlı kullanmaktadır. Öğretmenlerin öğretim durumlarına bakıldığında çok büyük çoğunluğun lisans mezunu olduğu, doktora mezunu öğretmen olmadığı görülmektedir. Öğretmenlerin öğretim durumları sosyal ağları kullanım amaçlarında anlamlı bir farklılık yaratmamıştır. Araştırmaya en fazla sınıf öğretmenliği branşından öğretmen katılmıştır. Öğretmenlerin branş türleri sosyal ağları kullanım amaçlarında anlamlı bir farklılık yaratmamıştır. Araştırmaya en fazla katılım 16 yıl ve üstü meslek tecrübesine sahip öğretmenlerden olmuşken yaş gruplarındaki öğretmen sayıları birbirine oldukça yakındır. 1-5 yıldır çalışan öğretmenlerin sosyal ağları kullanım amaçları yetkinlikleri diğerlerine göre daha yüksektir. Araştırmaya en fazla katılım ortaokul kademesinde çalışan öğretmenlerden

olmuştur. Okul türü öğretmenlerin sosyal ağları kullanım amaçlarında anlamlı bir farklılık yaratmamıştır.

**Sosyal ağların kullanım amaçlarına ilişkin bulgular, araştırmaya katılan öğretmenlerin internet kullanım durumları dikkate alınarak ele alındığında:**

İnternet kullanımı ülkemizde ve dünyada her geçen gün daha büyük bir hızla artmaktadır. 2018 İnternet World Stats verilerine göre dünyada yaklaşık 4 milyar 208 milyon internet kullanıcısı bulunmakta ve bu rakam dünya nüfusunun % 55,1'ine karşılık gelmekte, bu durum bir önceki yıla göre de %1,066 oranında bir artış göstermektedir (İnternet World Stats, 2018). Araştırmaya katılan öğretmenlerin internet kullanımlarına ilişkin bulgular ele alındığında öğretmenlerin neredeyse tamamının kolayca internet erişimi sağlayabildikleri görülmektedir. TÜİK'in 08 Ağustos 2017 tarihli haber bülteninde yayınladığı hane halkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması sonuçlarına göre ülkemizde 2018 yılı nisan ayında hanelerin %83,8'i evden internete erişim imkânına sahip olmuştur (TÜİK, 2017). Bulgular incelendiğinde internete kolayca bağlanabilen ve bağlanamayan öğretmenlerin sosyal ağların kullanım amaçlarında anlamlı bir farklılık yoktur. Öğretmenlerin internete bağlanma aracı olarak en fazla telefonu kullandığı görülmektedir. Bu duruma son yıllarda mobil teknolojilerin gelişmesi ve hemen herkesin akıllı telefonlara sahip olmasının neden olduğu söylenebilir. Öğretmenlerin internete bağlanırken kullandıkları araç türü, öğretmenlerin sosyal ağları kullanım amaçlarında anlamlı bir farklılık yaratmamıştır. Öğretmenlerin çok büyük çoğunluğu internete her gün giriş yaptığını belirtmiştir. Öğrenci bilgilerinden, notlarına, ödevlerine kadar her türlü bilginin e-okula girilmesi gerekliliği ayrıca günümüzde artık çoğu şeyin (e-devlet, banka işlemleri, alışveriş, eğlence vs.) internet üzerinden yapılmasının bu durumda etkili olduğunu söylemek mümkündür. İnternete her gün giriş yapan öğretmenlerin sosyal ağları kullanım amaçları yetkinlikleri diğerlerine göre daha yüksektir. Öğretmenlerin büyük çoğunluğu internete giriş yaptıklarında 0-1 saat arası vakit geçirdiğini belirtmiştir. İnternete girdiklerinde 3 saatten fazla vakit geçiren öğretmenlerin sosyal ağları kullanım amaçları yetkinlikleri 30 dakikadan az kalanlara (çoğunluğu oluşturanlar) göre daha yüksektir. Öğretmenlerin interneti en fazla sosyal medyaya bağlanmak amacıyla kullandıkları, bunu e-okul ve haberlere erişim

amacının takip ettiği ve en az da oyun oynamak amacıyla kullandıkları görülmektedir. Feyzioğlu (2016) da yaptığı çalışmada katılımcıların interneti "eğitim-öğretim" ve "güncel olaylar (haberler)"in takip edilmesi amacıyla kullanıldığını belirtmiştir.

**Sosyal ağların kullanım amaçlarına ilişkin bulgular, araştırmaya katılan öğretmenlerin sosyal medya kullanım durumları dikkate alınarak ele alındığında:**

Öğretmenlerin sosyal medya kullanım tarihçelerine bakıldığında yarısından fazlasının 5 yıldan fazla süredir sosyal medya kullandığı görülmektedir. Bu veri öğretmenlerin bu ortamlara oldukça alışık oldukları ve uzun yıllardır sosyal medya kullandıkları yönünde bir çıkarımda bulunulmasını sağlamaktadır. Sosyal medya kullanım süresi ve sosyal ağların amaçlı kullanımı doğru orantılı bir seyir izlemektedir. Örneğin, 5 yıldan fazla süredir sosyal medya kullanan öğretmenler diğerlerinden, 2-3 yıldır kullananlar 1 yıldır kullananlardan daha amaçlı şekilde sosyal ağları kullanmaktadır. Öğretmenlerin büyük çoğunluğu internet için yapılan araştırma sonuçlarında olduğu gibi sosyal medyaya da telefon aracılığı ile bağlandığını belirtmiştir. Bu duruma mobil teknolojilerin gelişmesi, hemen herkesin cep telefonu sahibi olması ayrıca sosyal ağ uygulamalarının cep telefonlarına özel geliştiriliyor olması sebep olarak gösterilebilir. Öğretmenlerin sosyal medyaya bağlanırken kullandıkları araç türü, öğretmenlerin sosyal ağları kullanım amaçlarında anlamlı bir farklılık yaratmamıştır. Öğretmenlerin sosyal medya kullanım sıklıklarına ilişkin bulgular incelendiğinde büyük bir çoğunluğunun internet kullanımında olduğu gibi her gün birden fazla kez sosyal medyaya giriş yaptıkları görülmektedir. Bu bulgular öğretmenlerin internet ve sosyal medyayı her gün yokladıklarını ve aktif kullanıcı olduklarını göstermektedir. Tuğlu (2013)'da yaptığı çalışmasında katılımcıların her gün yüksek bir oranla internet ve sosyal medya platformlarına bağlandıkları sonucuna ulaşmıştır. Sosyal medyaya her gün giriş yapan öğretmenler diğerlerine göre daha amaçlı bir kullanım sergilemektedir. Yine internet kullanımında olduğu gibi öğretmenlerin büyük çoğunluğu (286 öğretmen - 30' dan az / 135 öğretmen - 30' ile 1 saat arası) sosyal medyaya girdiklerinde bir saate kadar vakit geçirdiğini belirtmiştir. Bu sonuçlardan yola çıkarak sosyal medyanın



öğretmenler için bir alışkanlık haline geldiği söylenebilir. Bu bulgu Sumuer vd. (2014) ve Tonbuloğlu ve İşman (2014) bulguları ile de örtüşmektedir. Sumuer vd. (2014) Facebook'un öğretmenler için artık günlük rutinlerinin bir parçası olduğunu belirtmişlerdir. Bu durumu destekler nitelikte Günaydın (2017) da yaptığı çalışmada sosyal medyanın öğretmenler için bir alışkanlık haline geldiği sonucuna ulaşmıştır. Sosyal medyada vakit geçirme süreleri 30 dakikadan az olan öğretmenlerin sosyal ağları kullanım amaçları yetkinlikleri diğerlerine göre daha yüksektir. Öğretmenlerin neredeyse tamamı Whatsapp kullanmaktadır, kullanıcı sayıları dikkate alındığında Whatsapp'ı sırasıyla Facebook ve Instagram takip etmektedir. Bununla birlikte Blogcu, Hi5, Myspace, Wordpress gibi sosyal medya platformlarında sadece 1 öğretmenin hesabının olduğu Blogster ve Meetup'ta hiçbir öğretmenin hesabının olmadığı görülmektedir. Öğretmenlerin Facebook, Instagram, Twitter gibi siteleri kullanırken eğitsel anlamda daha fazla yararlanabilecekleri wikiler, podcastler ve blogları çok az kullandıkları hatta tamamen eğitim öğretim üzerine şekillenmiş olan eğitsel sosyal medya platformlarında (edmodo vd.) hesapları olan öğretmenlerin sayısının oldukça az olduğu görülmektedir (4 öğretmen). Cığerci (2016), eğitsel sosyal ağ sitelerinin öğretmenlerin mesleki gelişimlerini sağlamada yararlı olduğunu belirtmiştir. Bu platformlar üyelik dışında sınırlı erişim sağlamaktadır. Öğretmenlerin bu platformlardan yararlanabilmeleri için üyelik gerçekleştirmeleri gerekmektedir. Öğretmenlerin bu platformlarda hesaplarının olmaması yararlanmadıklarını göstermektedir. Bu durumun sebepleri geleneksel yöntemlerden vazgeçememe, bilişim teknolojilerini kullanmada ki yetersizlikler, aradığı her şeyi zaten diğer web sayfalarında bulabildiği düşüncesi veya elindekilerle yetinme olabileceği gibi; öğretmenlerin neden bu platformlardan yararlanmadığının daha açık belirlenebilmesi için nitel araştırma yöntemleri kullanılıp öğretmenlerle görüşmeler yapılarak bilgi alınması yararlı olacaktır. Çavdar (2012) çalışmasında katılımcıların en fazla Facebook, ardından MSN ve Twitter kullandıklarını, Diker ve Uçar (2016) yaptıkları çalışmada katılımcıların en çok Facebook ardından Twitter ve YouTube'u kullandıklarını, Keskin (2014) yaptığı çalışmada öğretmen ve öğretmen adaylarının sosyal ağlardan en çok Facebook'u kullandıklarını, Feyzioğlu (2016) okul yöneticileri ve öğretmenlerin sosyal ağları sırasıyla en çok YouTube, Google+, Facebook ve Twitter şeklinde kullandıklarını, Horzum (2010) yaptığı çalışmada

öğretmenlerin Facebook, MSN ve VPS'nin varlığından haberdar olanlarının sayının yüksek, buna karşın günlükler ve Podcastin varlığından haberdar olmayan öğretmen sayısının yüksek olduğunu belirtmiştir. Çalışmalar birbirlerini destekler niteliktedir. Yine bulgular incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmenlerin en sık kullandıkları sosyal medya platformunun WhatsApp olduğu bunu Facebook ve Instagram'ın takip ettiği görülmektedir. Literatür incelendiğinde en sık kullanılan sosyal medya platformunun Facebook olduğu çalışmaların çoğunda, WhatsApp'ın hiç ele alınmadığı görülmektedir. Bu bağlamda araştırma diğer araştırmaları destekler niteliktedir. Öğretmenlerin açık uçlu sorulara verdikleri yanıtlar göz önüne alındığında, en fazla WhatsApp kullanmalarında özellikle ilkökul öğretmenlerinin iletişim sağlamak amacıyla veliler ile kurdukları WhatsApp grupları ve öğretmenlerin eğitsel içerik paylaşımı için zümreleriyle kurdukları WhatsApp gruplarının etkili olduğu söylenilebilir. Dünyanın önde gelen araştırma ve istatistik şirketlerinden Statista, 2019 mayıs ayı itibariyle dünyada en çok kullanılan sosyal paylaşım sitesinin 2,3 milyar aktif kullanıcı ile Facebook olduğunu ardından sırasıyla Youtube, WhatsApp ve Instagram'ın geldiğini bildirmiştir (Statista, 2019). Öğretmenlerin sosyal medyada takip ettikleri alanlar incelendiğinde en sık eğitim - bilim alanını, sonrasında teknoloji alanını takip ettikleri görülmektedir.

Araştırmada kullanılan SAKAÖ, sosyal ağların kullanım amacını "Araştırma", "İşbirliği", "İletişimi Başlatma", "İletişim Kurma", "İletişimi Sürdürme", "İçerik Paylaşma" ve "Eğlence" olmak üzere 7 faktör bağlamında irdelememizi sağlamıştır.

#### **Araştırma bulguları 7 alt boyuta göre ele alındığında:**

"Araştırma" amacıyla sosyal ağların kullanılmasına ilişkin bulgular ele alındığında: kadın öğretmenler erkeklere göre, internete her gün giren öğretmenler internete haftada 1-2 gün giren öğretmenlere göre, sosyal medyayı sık kullanan öğretmenler seyrek giriş yapan öğretmenlere göre ve sosyal medyaya giriş yaptıklarında 30 dakika - 1 saat arası vakit geçiren öğretmenler 2-3 saat arası vakit geçiren öğretmenlere göre sosyal ağları araştırma amacıyla daha fazla kullanmaktadır. Öğretmenlerin yaşları, öğrenim durumu, branşları, hizmet yılı, okul türü, internete kolayca bağlanabilme durumları, internete bağlanırken kullandıkları

araç türü, internette geçirdikleri vakit ve sosyal medyayı kullandıkları araçlar sosyal ağların araştırma amacıyla kullanımında anlamlı bir farklılık yaratmamıştır,

"İşbirliği" amacıyla sosyal ağların kullanılmasına ilişkin bulgular ele alındığında: kadın öğretmenler erkeklere göre, 20-30 yaş aralığındaki öğretmenler 40 yaş üzeri öğretmenlere göre, internete her gün giren öğretmenler internete haftada 1-2 gün giren öğretmenlere göre, sosyal medyayı uzun süredir kullanan öğretmenler daha kısa süreli sosyal medya kullanıcısı olan öğretmenlere göre ve sosyal medyaya sık giriş yapan sosyal medyayı yoğun olarak kullanan öğretmenler daha seyrek kullananlara göre sosyal ağları işbirliği amacıyla daha fazla kullanmaktadır. Diker ve Uçar (2016) yaptıkları çalışmada üniversite öğrencilerinin ve Zincir (2014) yaptığı çalışmada yöneticilerin sosyal ağları kullanım amaçları arasında "işbirliği" yapmanın da olduğu sonuçlarına ulaşmışlardır. Öğretmenlerin öğrenim durumu, branşları, hizmet yılı, okul türü, internete kolayca bağlanabilme durumları, internete bağlanırken kullandıkları araç türleri ve sosyal medyayı kullandıkları araçlar sosyal ağların işbirliği amacıyla kullanımında anlamlı bir farklılık yaratmamıştır.

"İletişimi Başlatma" amacıyla sosyal ağların kullanılmasına ilişkin bulgular ele alındığında: erkek öğretmenler kadınlara göre, sosyal medyayı sık kullanan öğretmenler daha seyrek giriş yapan öğretmenlere göre ve sosyal medyaya giriş yaptıklarında 1-2 saat arası vakit geçiren öğretmenler 1 saatten az vakit geçiren öğretmenlere göre sosyal ağları iletişimi başlatma amacıyla daha fazla kullanmaktadır. Öğretmenlerin yaşları, öğrenim durumu, branşları, hizmet yılı, okul türü, internete bağlanırken kullandıkları araç türü, internete kolayca bağlanabilme durumları, internete giriş sıklıkları, internette geçirdikleri vakit, sosyal medyayı kullanım süreleri ve sosyal medyayı kullandıkları araçlar sosyal ağların iletişimi başlatma amacıyla kullanımında anlamlı bir farklılık göstermemiştir.

"İletişim Kurma" amacıyla sosyal ağların kullanılmasına ilişkin bulgular ele alındığında: kadın öğretmenlerin erkeklere göre yetkinlikleri daha yüksektir. 40 yaş altındaki öğretmenler 40 yaş üzeri öğretmenlere göre, internete kolayca bağlanabilen öğretmenler bağlanamayan öğretmenlere göre, internete telefon ile bağlanan öğretmenler internete masaüstü/laptop/tablet ile bağlanan öğretmenlere göre,

internete her gün giren öğretmenler haftada 1-2 gün giriş yapan öğretmenlere göre, sosyal medyayı uzun süredir kullanan öğretmenler daha kısa süreli kullananlara göre, sosyal medya kullanırken en çok kullandıkları araç telefon olan öğretmenler sosyal medyaya diğer araçlarla giriş yapan öğretmenlere göre ve sosyal medyayı sıklıkla kullanan öğretmenler daha seyrek kullanan öğretmenlere göre sosyal ağları iletişim kurma amacıyla daha fazla kullanmaktadır. Sumuer vd. (2014), çalışmalarında öğrencilerin Facebook'u daha çok arkadaşlarıyla "iletişim kurmak" amacıyla kullandıkları sonucuna ulaşmışlardır. Öğretmenlerin öğrenim durumu, branşları, hizmet yılı ve okul türü sosyal ağların iletişim kurma amacıyla kullanımında anlamlı bir farklılık yaratmamıştır. Ucu (2012) yaptığı çalışmada katılımcıların Facebook'u eski ve yeni arkadaşları ile "iletişim kurmak" amacıyla kullandıkları sonucuna ulaşmıştır. Bunun yanı sıra öğretmenlerin sosyal medya kullanma aracı olarak cep telefonunu tercih etmeleri diğer alt boyutlarda anlamlılı bir farklılık yaratmazken iletişim kurma yetkinliklerini, internet kullanma aracı olarak cep telefonunu tercih etmeleri diğer alt boyutlarda anlamlılı bir farklılık yaratmazken iletişim kurma ve içerik paylaşma yetkinliklerini olumlu etkilemektedir. Günümüzde bireylerin iletişim sağlamak amacıyla en fazla cep telefonlarını tercih ediyor olmaları araştırmayı doğrular niteliktedir.

"İletişimi Sürdürme" amacıyla sosyal ağların kullanılmasına ilişkin bulgular ele alındığında: internete kolayca bağlanabilen öğretmenler bağlanamayan öğretmenlere göre, uzun süredir sosyal medya kullanıcısı olan öğretmenler daha kısa süredir kullananlara göre, sosyal medyayı sıklıkla kullanan öğretmenler daha seyrek giriş yapan öğretmenlere göre, sosyal medyaya giriş yaptıklarında 30 dakikadan az vakit geçiren öğretmenler 1 saatten fazla vakit geçiren öğretmenlere göre sosyal ağları iletişimi sürdürme amacıyla daha fazla kullanmaktadır. Öğretmenlerin cinsiyetleri, yaşları, öğrenim durumu, branşları, hizmet yılı, okul türü, internete bağlanırken kullandıkları araç türü, internette geçirdikleri vakit ve sosyal medyayı kullandıkları araçlar sosyal ağların iletişimi sürdürme amacıyla kullanımında anlamlı bir farklılık göstermemiştir.

"İçerik Paylaşma" amacıyla sosyal ağların kullanılmasına ilişkin bulgular ele alındığında: kadın öğretmenler erkeklere göre, genç öğretmenler daha yaşlı

öğretmenlere göre, hizmet yılı az olan öğretmenler daha uzun süredir çalışan öğretmenlere göre, internete telefonla bağlanan öğretmenler diğer araçlarla erişim sağlayan öğretmenlere göre, sosyal medyayı uzun süredir kullanan öğretmenler daha kısa süreli sosyal medya kullanıcısı olanlara göre ve sosyal medyaya giriş yaptıklarında 30 dakikadan az vakit geçiren öğretmenlerin 1-2 saat arası vakit geçiren öğretmenlere göre sosyal ağları içerik paylaşma amacıyla daha fazla kullanmaktadır. Öğretmenlerin öğrenim durumu, branşları, okul türü, internete kolayca bağlanabilme durumları, internete giriş sıklıkları ve sosyal medyayı kullandıkları araçlar sosyal ağların içerik paylaşma amacıyla kullanımında anlamlı bir farklılık yaratmamıştır. Bunun yanı sıra öğretmenlerin internet kullanma aracı olarak cep telefonunu tercih etmeleri diğer alt boyutlarda anlamlılı bir farklılık yaratmazken iletişim kurma ve içerik paylaşma yetkinliklerini olumlu etkilemektedir. Teknoloji çağımızın gereği olarak internet sayesinde bilgi bireyler arasında kolayca dolaşmaktadır. Öğretmenler farklı şehir ve ülkeler arasında bile bilgi, belge ve doküman alışverişi yapabilmekte ve birbirlerinin etkinliklerinden faydalanabilmektedir. Araştırmaya katılan öğretmenlerden edinilen bulgular da bu durumu desteklemektedir.

"Eğlence" amacıyla sosyal ağların kullanılmasına ilişkin bulgular ele alındığında: 40 yaş altındaki öğretmenler 40 yaş üzeri öğretmenlere göre, hizmet yılı az olan öğretmenler daha uzun süredir çalışan öğretmenlere göre, internete kolayca bağlanabilen öğretmenler bağlanamayan öğretmenlere göre, internete her gün giren öğretmenler haftada 1-2 gün giriş yapabilen öğretmenlere göre, uzun süredir sosyal medya kullanıcısı olan öğretmenler daha kısa süreli sosyal medya kullanan öğretmenlere göre, sosyal medyayı sıklıkla kullanan öğretmenler daha seyrek giriş yapan öğretmenlere göre, sosyal medyaya giriş yaptıklarında 30 dakikadan az vakit geçiren öğretmenler diğer öğretmenlere göre sosyal ağları eğlence amacıyla daha fazla kullanmaktadır. Öğretmenlerin cinsiyetleri, öğrenim durumu, branşları, okul türü, internete bağlanırken kullandıkları araç türü, internette geçirdikleri vakit ve sosyal medyayı kullandıkları araçlar sosyal ağların eğlence amacıyla kullanımında anlamlı bir farklılık yaratmamıştır. Çavdar (2012) çalışmasında öğrencilerin sosyal ağları öncelikle "etkileşim" ve "eğlence" amaçlarıyla kullandıklarını belirtmiştir.

Öğretmenlerin sosyal ağları hangi amaçla kullandığını ortalama skorlara göre değerlendirdiğimizde; en fazla “İş Birliği”ve en az “İletişimi Başlatma” amaçlarıyla kullandıkları görülmektedir. Sosyal medya ortamlarında iletişimin başlamasında erkeklerin etkin olup iletişim kurmada kadınların etkin olmasının sebebi toplum yapısı olabilir. Toplumda erkeklerin kadınlara göre daha rahat, kadınların çekinik davranmasının sosyal medya ortamlarına da yansıdığı görülmektedir. Keskin (2014) yaptığı çalışmada "araştırma" ve "işbirliği" amacıyla kullanımda öğretmen adaylarının; "eğlence" ve "içerik paylaşma" amacıyla kullanımda öğrencilerin; "iletişim kurma" amacıyla kullanımda öğretmen adayı ve öğrencilerin daha etkin olduğu sonuçlarına ulaşmıştır. Ciğerci (2016), Mazman (2009), Çetindaş (2016) ayrı ayrı yaptıkları çalışmalarında öğretmenlerin sosyal ağları ağırlıklı olarak "iletişim", "işbirliği" ve “kaynak/materyal paylaşımı” amaçlarıyla kullandıkları şeklinde ortak sonuca varmışlardır.

**Araştırmaya katılan öğretmenlerin açık uçlu sorulara verdiği yanıtlara ilişkin bulgular incelendiğinde;** büyük çoğunluğunun kolay ve kısa sürede iletişim/haberleşme/ bilgi alış verişi sağlaması, ihtiyaç olması ve çok işe yaraması şeklinde nedenlerle bir öğretmen olarak sosyal medya kullanılması gerektiğini düşündüğünü belirttikleri görülmektedir. Bu bulgunun Grant’ın (2008) öğretmenlerin hem kişisel hem de profesyonel gelişim anlamında sosyal medyayı mutlaka kullanmalarının gerekliliği görüşüne uygun olduğu görülmektedir. Günaydın'ın (2017) yaptığı çalışmada öğretmenler; gelişim, çağı yakalamak ve öğrencileri ile aynı dili konuşabilmek gibi nedenlerle sosyal medyanın bir gereklilik olduğuna vurgu yapmış ve öğretmen olarak sosyal medya kullanmaları gerektiğini düşündüklerini söylemişlerdir. Çalışmaların birbirini desteklediği görülmektedir. Öğretmenlerin çoğunun eğitsel materyal ve etkinlikleri edinmek ve paylaşmak amacıyla sosyal medyayı eğitim süreçlerinde kullandıklarını, eğitim amaçlı fayda sağladığı için sosyal medyayı öğrencilerinin kullanmasını uygun bulduğu; bilinçli bir sosyal medya kullanıcısı olmak için öğretmenlere sosyal medya kullanımı ile ilgili hizmet içi eğitim verilmesi gerektiğini düşündüklerini belirttikleri görülmektedir. Ciğerci (2016), Mazman (2009) ve Çetindaş (2016) da çalışmalarında öğretmenlerin sosyal ağları kaynak ve materyal paylaşımı amacıyla kullandıklarını belirtmiştir. Bunun

yanı sıra öğretmenlerin bir kısmı; zaman kaybına neden olması sebebiyle bir öğretmen olarak sosyal medya kullanılması gerekmediğini düşündüğünü ancak yakın zamanda kullanmaya başlayabileceklerini, çocuklara uygun bulmadıkları için sosyal medyayı eğitim süreçlerinde kullanmadıklarını, yaşlarına uygun olmadığı için öğrencilerinin sosyal medya kullanmasını uygun bulmadıklarını ve nedenini yanıtız bırakarak öğretmenlere sosyal medya kullanımı ile ilgili hizmet içi eğitim verilmemesi gerektiğini belirtmişlerdir. Açık uçlu sorulara hayır cevabını veren öğretmenlerin büyük çoğunluğu nedenleri ile ilgili açıklama yapmamıştır. Sorular genel bakış açısıyla değerlendirildiğinde öğretmenlerin çoğunun sosyal medyaya karşı olumlu görüş verdikleri görülmektedir. Olumsuz düşünen öğretmenlerin nedenleri hakkında açıklama yapmamaları sebeplerini kendilerinin de tam olarak bilmemesi, belki de geleneksel yöntemlerden ayrılamama veya yeniliklere açık olamama kaygıları olabileceği şeklinde yorumlara sebebiyet vermektedir. Tombuloğlu ve İşman (2014) yaptıkları araştırmada öğretmenlerin sosyal medya ile ilgili genel olarak olumlu, düşük oranda da olumsuz görüş bildirdiğini belirtmişlerdir. Öğretmenlerin belirttikleri görüşlerin içerikleri de Tombuloğlu ve İşman'ın (2014) yaptıkları çalışma ile örtüşmektedir.

## BÖLÜM 7

### ÖNERİLER

Bu bölümde araştırma sonunda elde edilen bulgular dikkate alınarak uygulama ve yapılacak araştırmalara yönelik öneriler sunulmuştur.

#### Uygulamaya Yönelik Öneriler

Çağımız teknoloji çağıdır ve diğer tüm alanlar da olduğu gibi eğitim alanı da çağın özelliklerinden oldukça fazla etkilenmektedir. 21. yüzyılda bireylerden beklenen özelliklerin değişmesiyle bireylerin yetişmesinde etkili, en önemli alan olan eğitim ve en önemli meslek olan öğretmenlikten beklentiler de değişmiştir. Artık öğretmenlerden üst düzey düşünme becerileri geliştirmeleri, eğitim öğretim ortamlarını 21. yüzyıl teknolojisiyle organize etmeleri, 21. teknolojinin ortam ve araçlarını kullanabilmeleri ve bu konuda öğrencilere rehberlik etmeleri beklenmektedir. Sosyal medya 21. yüzyıl teknolojisi araçları içinde toplumun ve bireylerin en çok etkilendiği ve en çok vakit geçirdiği platformlardır. Bu bağlamda bu araştırma da Millî Eğitim Bakanlığına bağlı okulların değişik kademelerinde görev yapmakta olan öğretmenlerin sosyal ağları kullanım amaçlarının değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

Araştırma bulguları öğretmenlerin çoğunun internet ve sosyal medyayı yoğun olarak kullandıklarını göstermektedir. Öğretmenlerin bu ortamları daha etkili, verimli ve bilinçli kullanabilmeleri adına öğretmenlere MEB tarafından konu ile ilgili hizmet içi eğitimler verilmesi, hatta bu eğitimlere öğretmen adayları olan eğitim fakültesi öğrencilerinden başlanması son derece faydalı olacaktır.

Araştırmada 21 yüzyıl bireylerinden beklenen becerilere değinilmiştir. Ülkemizde de bu konuda çalışmalar yapılmakta fakat dünya genelinde yurt dışında yapılan çalışma raporlarındaki standartlar dikkate alınmaktadır. Kendi bireylerimizin, toplumumuzun ve ülkemizin özellikleri dikkate alınarak öğretmenlerin ve gelecek nesillerin sahip olması gereken bilgi ve beceriler ve eğitim sistemi üzerine bakanlıkların ortaklaşa çalışmalar yürütmesi faydalı olacaktır.



Araştırma sonuçları öğretmenlerin sosyal ağların eğitimde kullanılması hakkında olumlu görüş bildirdikleri halde bunun sadece düşüncede kaldığı uygulama konusunda çekimser davrandıkları görülmüştür. Bu bağlamda farklı öğretim teknikleri ve bireysel özellikleri dikkate alan sosyal ağ uygulamaları geliştirmek, sosyal ağ üzerinde öğrenci-öğretmen iletişimine yönelik çalışmalar gerçekleştirmek, sosyal ağlar ve ders etkinliklerine yönelik uygulamalar gerçekleştirmek, sosyal ağların derse entegrasyonuna kapsayan hizmet içi eğitimler vermek, sosyal ağlar ve öğrenci iletişimini destekleyen uygulamalar gerçekleştirmek oldukça fayda sağlayacaktır.

### **Araştırmacılara Yönelik Öneriler**

Literatür incelendiğinde, öğretmenlerin sosyal medya ortam ve araçlarını kullanımı hakkında yeterince çalışma bulunmadığı görülmektedir. Mevcut çalışmaların ise çoğu sosyal medya ortam ve araçlarının öğretmenler tarafından sadece eğitsel amaçla kullanımı üzerinde odaklanmış olup farklı amaçlara çok fazla değinilmemiştir. Oysa öğretmenler de sosyal ağları diğer bireylerde olduğu gibi eğitsel faaliyetler dışında da kullanabilmektedir. Bu bağlamda araştırmacıların sadece eğitsel yönü değil diğer amaçları da dikkate alarak araştırmalarını genişletmeleri yararlı olacaktır.

Bu araştırmada devlet okullarında çalışan öğretmenlerin katılımcı olup özel okullarda çalışanların olmaması araştırmanın sınırlılığıdır. Okulların türüne göre öğrenci profilleri dolayısıyla eğitim/öğretim etkinlikleri ve öğretmenlerin tutum ve davranışları da değişiklik gösterebilmektedir. Bu bağlamda daha geniş örnekleme hitap edecek araştırmalar yapılması daha etkili ve faydalı sonuçlara ulaşılmasını sağlayacaktır.

Araştırmaya katılan öğretmenlerden açık uçlu sorularda sosyal medya kullanımı hakkında olumsuz görüş verenlerin nedenlerini cevaplamakta çekimser davrandıkları görülmüştür. Araştırma da nicel araştırma yöntemi kullanıldığından bu nedenler net olarak anlaşılammaktadır. Bu bağlamda gelecek araştırmalar için araştırmacıların bu durumu göz önünde bulundurup nitel araştırma yöntemleri kullanarak olası durumların daha derin ele alınması faydalı olacaktır.

Literatür incelendiğinde öğretmenlerin internet ve sosyal medya kullanım durumları ve bu ortamların eğitsel kullanımının bir arada olduğu araştırmaların yeterince yapılmadığı görülmektedir. Konular genellikle ayrı ayrı ele alınmış durumdadır. Fakat 21. yüzyıl teknolojisi ve eğitim alanındaki gelişmeler göz önüne alındığında bu konuların birbirinden ayrılamaz bir bütün olduğu görülmektedir. Bu kapsamda gelecek araştırmaların bu çalışmada olduğu gibi bu üç olguyu harmanlaması ve aralarında ilişkileri ele alması eğitim alanında oldukça fayda sağlayacaktır.

Araştırmada kullanılan ölçek sosyal ağların kullanım amaçlarını 7 alt boyutta ele almıştır. Gelecek araştırmalarda bu konuda yeni ve kapsamı daha geniş ölçekler geliştirilmesi faydalı olacaktır.

### KAYNAKÇA

- Akar, E. (2006). *Pazarlamanın Yeni Silahı Blogla Pazarlama* (1. Baskı). İstanbul: Tiem.
- Akar, E. (2010). *Sosyal Medya Pazarlaması: Sosyal Web'te Pazarlama Stratejileri* (2. Baskı). Ankara: Efil.
- Akay, S. (2014). *Sosyal Ağlarda Öğrenci-Öğretmen Etkileşimi (Facebook Örneği)*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Akbal, A. ve Balık, H. H. (Şubat 2006). TCP/IP'nin Dünü Bugünü, Yarını (Bildiri). *Akademik Bilişim '06*, Denizli.
- Akçayır, G. (2014). *Öğretim Üyelerinin Eğitim Ortamlarında Sosyal Ağları Kullanma Durumları*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Akgün, F. (2016). Öğretmenlerin ve Öğretim Elemanlarının Sosyal Ağların Eğitimsel Açından Kullanımına İlişkin Görüşleri. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(1), 75-100.
- Akinoğlu, O. (2002). *Eğitim ve Sosyalleşme Açısından İnternet Kullanımı (İstanbul Örneği)*. Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Akkoyunlu, B. ve Yılmaz, M. (2005). Türetimci Çoklu Ortam Öğrenme Kuramı. *hacettepe üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28, 9-18.
- Aksak, M. (2017). *Farklı Lise Türlerine Devam Eden Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumları ile Yalnızlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Aküzüm, C. ve Saraçoğlu, M. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının İncelenmesi. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, (32), 803-817.

- Albion, P. R. (2008). *Web 2.0 in Teacher Education: Two Imperatives for Action. Computers in The School*. 17 Ekim. Australia: The Haworth Press, 25 (3-4), 181-198.
- Altun, A. (2005). *Eğitimde İnternet Uygulamaları* (1. Baskı). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Argın, F. S. (2013). *Ortaokul ve Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Arkan, A. ve Yünter, S. (Kasım 2018). Eğitim İçin Sosyal Ağlar. *Seta Perspektif*, 2018(217), 1-6.
- Askeroğlu, O. (2010). *Pazarlama Odaklı Hakla İlişkiler Uygulamalarında Sosyal Medyanın Rolü*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ask.fm, <https://ask.fm/>, Erişim Tarihi: 11.02.2019.
- Aslan, G. (2017). *Orta Okul Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıklarına Yönelik Bir İnceleme*. Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bolu.
- Atalay, R. (2014). *Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlar İle Algıladıkları Sosyal Destek Düzeyleri Arasındaki İlişki (Bahçelievler İlçesi Örneği)*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Atalay, N., Anagün, S. S. ve Kumtepe, E. G. (Haziran 2016). Fen Öğretiminde Teknoloji Entegrasyonunun 21. Yüzyıl Beceri Boyutunda Değerlendirilmesi: Yavaş Geçişli Animasyon Uygulaması. *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5(2), 405-424.

- Attwell, G. (2006). *Personal Learning Environments-The Future of eLearning? eLearning Papers*, 2(1). <https://www.researchgate.net/publication/228350341>, Erişim Tarihi:10.10.2018.
- Aydın, H. (2015). *Sosyal Paylaşım Sitelerinin Öğrencilerin Görsel Sanatlar Eğitimine Katkıları*. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Bartlett-Bragg, A. (2006). *Reflections On Pedagogy: Reframing Practice To Foster Informal Learning With Social Software*. [https://www.researchgate.net/publication/228365849\\_Reflections\\_on\\_pedagogy\\_Reframing\\_practice\\_to\\_foster\\_informal\\_learning\\_with\\_social\\_software](https://www.researchgate.net/publication/228365849_Reflections_on_pedagogy_Reframing_practice_to_foster_informal_learning_with_social_software), Erişim Tarihi: 16.05.2019.
- Başar, S. (2018). *Fen Bilimleri Öğretmen Adaylarının Fende Matematiğin Kullanımına Yönelik Özyeterlik İnançları, 21. yy Becerileri ve Aralarındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Başoğlu, U. D. ve Yanar, Ş. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ve Alışkanlıklarının Belirlemesi. *Kilis 7 Aralık Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 1(2), 6-13.
- Bat, M. (2012). *Dijital Platformda Sosyal Medyanın Stratejik Kurumsal İletişime Etkisi*. Doktora Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Beyazpano, <https://www.beyazpano.com/>, Erişim Tarihi: 19.02.2019.
- Blog, <http://tr.wikipedia.org/wiki/Blog>, Erişim Tarihi: 10.11.2018.
- Blogcu, <http://www.blogcu.com/>, Erişim Tarihi: 15.11.2018.
- Blogger, <https://www.blogger.com/blogger.g#welcome>, Erişim Tarihi: 15.11.2018.
- Boone, H. N. ve Boone, D. A. (Nisan 2012). Analyzing Likert Data. *Journal of Extension*, 50(2).

- Borko, H., Whitcomb, J. ve Liston, D. (2009). Wicked Problems and Other Thoughts on Issues of Technology and Teacher Learning. *Journal of Teacher Education*, 60(1), 3-7.
- Bostancı, M. (2010). *Sosyal Medyanın Gelişimi ve İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları*. Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Boyd, D. M. ve Ellison, B. N. (2008). Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 7(2), 210-230.
- Bozkurt, A. (2010). Siyasiler Sosyal Medya Rüzgarının Farkında. *Bilişim Kültür Dergisi*, 38 (127), 50.
- Bulunmaz, B. (2013). Postmodern Dünyanın Gerçeküstü Mekanları: Sosyal Paylaşım Siteleri. (Editörler: Can Bilgili ve Gülüm Şener). *Medya Eleştirileri 2013-Sosyal Medya ve Ağ Toplumu-1: Kitle İletişiminde Yaşanan Değişimler*. İstanbul: Grafik Tasarım Yayıncılık, 13-37.
- Busuu, <https://www.busuu.com/tr/about>, Erişim Tarihi: 19.02.2019.
- Büyüköztürk, Ş. (2014). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı* (19.Baskı). Ankara: Pegem.
- Büyükşener, E. (12-13 Aralık 2009). Türkiye'de Sosyal Ağların Yeri ve Sosyal Medyaya Bakış (Bildiri). *14. Türkiye'de İnternet Konferansı*, İstanbul.
- Ciğerci, M. A. (2016). *Ortaöğretim Kurumlarında Görev Yapan Öğretmenlerin Mesleki Gelişiminde Sosyal Ağların Rolü*. Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Constantinides, E. ve Fountain, S. J. (2008). Web 2.0: Conceptual Foundations and Marketing Issues. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 9(3), 231-244.
- Colwill, I. ve Gallagher, C. (Aralık 2007). *Developing a Curriculum for The Twenty-First Century : The Experiences of England and Northern Ireland*,

[https://www.researchgate.net/publication/225665634\\_Developing\\_a\\_curriculum\\_for\\_the\\_twenty-first\\_century\\_The\\_experiences\\_of\\_England\\_and\\_Northern\\_Ireland](https://www.researchgate.net/publication/225665634_Developing_a_curriculum_for_the_twenty-first_century_The_experiences_of_England_and_Northern_Ireland), Erişim Tarihi: 23.04.2019.

- Çağiltay, K. (1997). *İnternet* (1. Baskı). Ankara: ODTÜ.
- Çakır, R. ve Oktay, S. (2013). Bilgi Toplumu Olma Yolunda Öğretmenlerin Teknoloji Kullanımları. *Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Dergisi*, (30), 35-54.
- Çap, E. (2017). *Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumları ile Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Çavdar, O. (2012). *Fen Bilgisi Öğretmen Adayları ve İlköğretim Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanım Amaçları ve Eğitsel Bağlamda Kullanımları*, Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Trabzon.
- Çelen, F. K., Çelik, A. ve Seferoğlu S. S. (2-4 Şubat 2011). Türk Eğitim Sistemi ve PISA Sonuçları (Bildiri). *Akademik Bilişim '11*, Malatya.
- Çetintaş, A. (2016). *Öğretmenlerin Sosyal Ağları Kullanım Durumları*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çil, S. (2015). *Sosyal Paylaşım Siteleri ve Demokratikleşme İlişkisi: Facebook Örneği*. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çilenti, K. (1984). *Eğitim Teknolojisi ve Öğretim*. Ankara: Kadioğlu.
- Çoklar, A. N. (2013). Teknopedagojik Eğitimde Sosyal Ağların Kullanımı. (Editör: Işıl Kabakçı Yurdakul). *Teknopedagojik Eğitime Dayalı Öğretim Teknolojileri ve Materyal Tasarımı*. Ankara: Anı Yayıncılık, 195-212.
- Dede, C. (Haziran 2009). Comparing Frameworks for "21 st Century Skills". *Harvard Graduate School of Education*, 1-16.

Delicious, <http://delicious.com/about>, Erişim Tarihi: 12.01.2019.

Deperlioğlu, Ö. ve Köse, U. (10-12 Şubat 2010). Web 2.0 Teknolojilerinin Eğitim Üzerindeki Etkileri Ve Örnek Bir Öğrenme Yaşantısı. *Akademik Bilişim Konferansları*, Muğla.

Derya, U. (2017). *Ortaokul Öğrencilerinin Sosyal Medya Sitelerini Eğitsel Kullanım Amaçlarının Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi ve Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Digg, <http://tr.wikipedia.org/wiki/Digg>, Erişim Tarihi: 18.02.2019.

Diker, Z. ve Uçar, M. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanım Amaçlarına Yönelik Bir Araştırma: Safranbolu Meslek Yüksek Okulu Örneği. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 376-386.

Dilmen, N. E. ve Öğüt, S. (2010). Sosyalleşmenin Yeni Yüzü: Sosyal Paylaşım Ağları (Bildiri). *İkinci Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı*, İstanbul.

Doğruluk, S. (2017). *Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ile İnternet Bağımlılıkları Arasındaki İlişki*. Yüksek Lisans Tezi, Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş.

Edmodo, <https://www.edmodo.com/>, Erişim Tarihi: 19.02.2019.

Emet, G. ve Yakın, M. (2007). Ekşi Sözlük: Postmodern Elektronik Kültür. *Selçuk İletişim - Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 4(4), 203-219.

Ergenç, A. (2011). *Web 2.0 ve Sanal Sosyalleşme: Facebook Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Erkayhan, Ş. (2013). Küresel Yerel Ölçekte Ağ Kültürü ve Sosyal Medya. (Editörler: Can Bilgili ve Gülüm Şener). *Medya Eleştirileri 2013-Sosyal Medya ve Ağ Toplumu-2: Kültür, Kimlik, Siyaset*. İstanbul: Grafik Tasarım, 15-38.



Erkul, R. E. (2009). Sosyal Medya Araçlarının (Web 2.0) Kamu Hizmetleri ve Uygulamalarında Kullanılabilirliği. *Türkiye Bilişim Derneği Dergisi*, 116, 96-101.

European Commission (2010). *Common European Principles for Teacher Competences and Qualifications*, European Commission Directorate-General for Education and Culture. [http://ec.europa.eu/education/policies/2010/doc/principles\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/education/policies/2010/doc/principles_en.pdf), Erişim Tarihi: 24.04.2019.

Facebook, <http://tr.wikipedia.org/wiki/Facebook>, Erişim Tarihi: 16.02.2019.

Feyzioğlu, B. İ. (2016). *Eğitimde Sosyal Medyanın Kullanılmasına İlişkin Okul Yöneticilerinin ve Öğretmenlerin Görüşleri*. Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Afyonkarahisar.

Fizy, <https://fizy.com/>, Erişim Tarihi: 16.10.2018.

Flickr, <https://www.flickr.com/>, Erişim Tarihi: 14.02.2019.

Gay, L. R. (1987). *Educational Research Competencies For Analysis And Application*. <http://englishlangkan.com/produk/E%20Book%20Educational%20Research%20L%20R%20Gay%20Pearson%202012.pdf>, Erişim Tarihi: 10.05.2019.

Gelen, İ. (Aralık 2017). P21-Program ve Öğretimde 21. Yüzyıl Beceri Çerçevesi (ABD Uygulamaları). *Disiplinlerarası Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 15-29.

Genç, H. (10-12 Şubat 2010). İnternetteki Etkileşim Merkezi Sosyal Ağlar ve E-İş 2.0 Uygulamaları. *Akademik Bilişim '10*, Muğla.

Gillet, D., Member, S., IEEE, El Helou, S., Yu, C. M. ve Salzman, C. (Şubat 2008). Turning Web 2.0 Social Software into Versatile Collaborative Learning Solutions (Bildiri). *First International Conference Advances in Computer-Human Interaction*. Sainte Luce, Martinique.

- Godwin - Jones, R. (Mayıs 2003). Emerging Technologies: Blogs and Wikis: Environments for On-line Collaboration. *Language Learning & Technology*, 7(2), 12-16.
- Gökçe, E. (2000). Yirmibirinci Yüzyılın Öğretmeni. *Çağdaş Eğitim Dergisi*, 270, 21-26.
- Göker, G. ve Keskin, S. (2015). Sosyal Medya Türevi Olarak Sosyal İçerik Platformları: Betimsel Bir İnceleme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(39), 861-874.
- Göksun, D. O. (2016). *Öğretmen Adaylarının 21. yy. Öğrenen Becerileri ve 21. yy. Öğreten Becerileri Arasındaki İlişki*. Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir
- Göksun, D. O. ve Kurt, A. A. (2017). Öğretmen Adaylarının 21. yy. Öğrenen Becerileri Kullanımları ve 21. yy. Öğreten Becerileri Kullanımları Arasındaki İlişki. *Eğitim ve Bilim*, 42 (190), 107-130.
- Göktaş, Y. (2017). *3 Boyutlu Sanal Dünyaların Eğitimde Kullanımı* (1. Baskı). Ankara: Pegem.
- Grant, N. (03 Mart 2008). On the Usage of Social Networking Software Technologies in Distance Learning Education. In K. McFerrin, R. Weber, R. Carlsen & D. Willis (Eds.), *Proceedings of Society for Information Technology and Teacher Education International Conference 2008*. (3755-3759). Chesapeake, VA: AACE.
- Greiff, S., Wüstenberg, S., Csapó, B., Demetriou, A., Hautamäki, J., Graesser, A. C. ve Martin, R. (2014). Domain General Problem Solving Skills and Education in The 21st Century. *Educational Research Review*, 13, 74-83.
- Gülen, Ş. B. (2013). *Ortaokul Öğrencilerinin 21. Yüzyıl Öğrenme Becerileri ve Bilişim Teknolojileri İle Destekleme Düzeylerinin Cinsiyet ve Sınıf Seviyesine Göre İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

- Günaydın, S. (2017). *Öğretmenlerin Sosyal Medya Kullanım Endişeleri ve Farkındalıkları*. Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Gündüz, Ş. ve Odabaşı, F. (2004). Bilgi Çağında Öğretmen Adaylarının Eğitiminde Öğretim Teknolojileri ve Materyal Geliştirme Dersinin Önemi. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 3(1), 43- 48.
- Günüç, S., Odabaşı, H. F. ve Kuzu, A. (2013). 21. Yüzyıl Öğrenci Özelliklerinin Öğretmen Adayları Tarafından Tanımlanması: Bir Twitter Uygulaması. *Eğitimde Kuram ve Uygulama Dergisi*, 9(4), 436-455.
- Gürültü, E. (2016). *Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları ve Akademik Erteleme Davranışları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Hanoğlu, Ö. ve Mineoğlu E. (2007). Sanal Dünyalar. *Bilim ve Teknik Dergisi*, 2007 (Eylül), 36.
- Hazar, M. (2011). Sosyal Medya Bağımlılığı - Bir Alan Çalışması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2011(32), 151-175.
- Holotescu, C. ve Grossec, G. (15-16 Nisan 2010). Learning to Microblog and Microblogging to Learn. A Case Study on Learning Scenarios in a Microblogging Context. *The 6th International Scientific Conference*, Romanya.
- Horzum, M. B. (2010). Öğretmenlerin Web 2.0 Araçlarından Haberdarlığı, Kullanım Sıklıkları ve Amaçlarının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 7 (1).
- Ilgaz, H. ve Usluel, Y. (2011). Öğretim Sürecine BİT Entegrasyonu Açısından Öğretmen Yeterlilikleri ve Mesleki Gelişim. *Eğitim Bilimleri ve Uygulama*, 10(19), 87-106.
- Internet World Stats (2018). *Internet Usage Statistics*. <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>, Erişim Tarihi: 06.10.2018.

ISTE, <https://www.iste.org/standards/standards-in-action/global-reach>, Erişim Tarihi: 23.04.2019.

Instagram, <https://www.instagram.com/?hl=tr>, Erişim Tarihi: 16.02.2019.

İşlek, M. S. (2012). *Sosyal Medyanın Tüketici Davranışlarına Etkileri: Türkiye'deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.

Jerald, C. D. (Haziran 2009). *Defining a 21st Century Education*. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.460.8011&rep=rep1&type=pdf>, Erişim Tarihi: 25.04.2019.

Jham, B. C., Duraes, G. V., Strassler, H. E. ve Sensi, L. G. (Mart 2008). Joining the Podcast Revolution. *Journal of Dental Education*, 72(3), 278-281.

Karaca, F. (2015). Investigation of Preservice Teachers' Technological Pedagogical Content Knowledge Based on A Variety of Characteristics. *International Journal of Higher Education*, 4(4), 128-136.

Karaduman, M. ve Kurt, H. (02-04 Aralık 2010). İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medyayı Kullanım Düzeyleri (Bildiri). *XV. Türkiye'de İnternet Konferansı*, İstanbul.

Karasar, N. (2014). *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar İlkeler Teknikler* (27. basım). Ankara: Nobel.

Kartal, M. (2013). Türkiye'de Sosyal Medya Raporu. *İletişim ve Diplomasi Akademik Hakemli Dergi*, (1), 159.

Kayış, A. (2010). Güvenirlilik Analizi. (Editör: Şeref Kalaycı). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil.

Keskin, S. (2014). *Öğretmen, Öğretmen Adayı ve Öğrencilerin Sosyal Ağları Benimseme Süreçleri ve Kullanım Amaçlarının İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

- Kırık, A. M. (2012). Arap Baharı Bağlamı'nda Sosyal Medya-Birey Etkileşimi ve Toplumsal Dönüşüm. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum Dergisi*, 1(3), 87-98.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P. ve Silvestre, B. S. (2011). Social Media? Get Serious! Understanding The Functional Building Blocks of Social Media. *Business Horizons*, 54, 241-251.
- Korkut, E. ve Akkoyunlu, B. (Ocak 2008). Yabancı Dil Öğretmen Adaylarının Bilgi ve Bilgisayar Okuryazarlık Özyeterlilikleri. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (34), 178-188.
- Kök, A. (2013). *Günümüz Toplumsal Ortamında Kişilerarası İlişkilerdeki Dönüşümün Sosyal Medyayı Kullanan Çocuklar Üzerinden İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, EGE ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Last.fm, <https://www.last.fm/tr/>, Erişim Tarihi: 15.12.2019.
- Lenhart, A. ve Madden, M. (7 Ocak 2007). *Social Networking Websites and Teens*. Pew Internet and American Life Project Report. <http://www.pewinternet.org>, Erişim Tarihi: 26.02.2019.
- Lerman, K. (28 Haziran 2007). Social Information Processing in Social News Aggregation. *IEEE Internet Computing*, 11(6), 16-28.
- Levy, M. (2009). WEB 2.0 İmplications on Knowledge Management, *Journal of Knowledge Management*, 13(1), 120-134.
- LiveJournal, <https://www.livejournal.com/>, Erişim Tarihi: 13.02.2019.
- Makhabbat, A. (2017). *Kazak ve Türk Öğretmen Adaylarının Eğitim Teknolojileri Standartları Açısından Karşılaştırılması*. Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Martinovic, D. ve Zhang, Z. (Nisan 2012). Situating ICT in the Teacher Education Program: Overcoming Challenges, Fulfilling Expectations. *Teaching and Teacher Education: An International Journal of Research and Studies*, 28 (3), 461-469.

- Mayfield, A. (2008). *What is Social Media*.  
[https://www.icrossing.com/uk/sites/default/files\\_uk/insight\\_pdf\\_files/What%20is%20Social%20Media\\_iCrossing\\_ebook.pdf](https://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf), Erişim Tarihi: 01.07.2018.
- Mazman, S. G. (2009). *Sosyal Ağların Benimsenme Süreci ve Eğitsel Bağlamda Kullanımı*. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Meetup, <https://tr.wikipedia.org/wiki/Meetup>, Erişim Tarihi: 19.02.2019.
- McNair, V. ve Galanouli, D. (2002). Information and Communications Technology in Teacher Education: Can A Reflective Portfolio Enhance Reflective Practice?. *Journal of Information Technology for Teacher Education*, 11(2) : 181-196.
- Menteşe, M. (2013). *Sosyal Medya Ortam ve Araçlarının Eğitimde Kullanımına İlişkin Okul Yöneticilerinin ve Öğretmenlerin Görüşleri*. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Morphew, V. N. (2012). A Constructivist Approach to The National Educational Technnology Standards for Teachers. *International Society for Technology in Education: Eugene, Oregon – Washington, DC*
- Myspace, <http://tr.wikipedia.org/wiki/MySpace>, Erişim Tarihi: 15.02.2019.
- Necmettin Erbakan Üniversitesi (2018). *Tez Hazırlama ve Yazma Klavuzu*. Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü
- Newson, A., Houghton, D. ve Patten, J. (2008). *Blogging and Other Social Media: Exploiting the Technology and Protecting the Enterprise*. New Jersey: Gower Publishing.
- Open Diary, <https://www.opendiary.com/>, Erişim Tarihi: 17.02.2019.
- Ögel, K. (2017). *İnternet Bağımlılığı: İnternetin Psikolojisini Anlamak Ve Bağımlılıkla Başa Çıkmak* (3. Baskı). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür.

- Özata, Z. (2013). *Sosyal Medya*. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi.
- Özcan, M. (Aralık 2013). *Okulda Üniversite: Türkiye’de Öğretmen Eğitimini Yeniden Yapılandırmak İçin Bir Model Önerisi*. TÜSİAD, İstanbul.
- Özdiñç, T. (2014). *Okul Öncesi Eğitimde Aile Katılımında Sosyal Medya Kullanımı: Bir Durum Çalışması*. Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Özkan, A. (2017). *Öğretim Elemanlarının Eğitsel Sosyal Ağ Kullanım Deneyimlerinin İncelenmesi: Edmodo Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Özlu, M. (2016). *Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarına Göre Sınıflandırılması*. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Özmen, F., Aküzüm, C., Sünkür, M. ve Baysal, N. (2012). Sosyal Ağ Sitelerinin Eğitsel Ortamlardaki İşlevselliği. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 7(2), 496-506.
- Özsarı, İ. ve Karaduman, G. B. (2016). Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı ve Yalnızlıklarının İncelenmesi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 5(özel sayı), 380-389.
- Photobucket, <http://photobucket.com/>, Erişim Tarihi: 13.02.2019.
- Plurk, <https://www.plurk.com/portal/>, Erişim Tarihi: 05.02.2019.
- Polat, O. (2016). *Eğitsel Sosyal Medya Platformları ve Edmodo Örnek Uygulaması*. Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Prensky, M. (Ekim 2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On The Horizon*, 9(5).

- Saban, A. (2006). *Okul Teknoloji Planlaması: İlköğretim Okulları İçin Uygulamalı Bir Model Önerisi ve Öğretmen Yetiştirme Sistemi Açısından Sonuçları*. Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Safko, L. ve Brake, D. K. (2009). *The Social Media Bible*. New Jersey: John Wiley ve Sons.
- Sarsar, F., Başbay, M. ve Başbay, A. (2015). Öğrenme-Öğretme Sürecinde Sosyal Medya Kullanımı. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(2).
- Saraç, N. (2014). *8. Sınıf Öğrencilerinin Benlik Saygıları ile Sosyal Medyaya İlişkin Tutumları Arasındaki İlişki (Beykoz İlçesi Örneği)*. Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Sarıçam, F. (2015). *Öğrencilerin Okul Dışı Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Öğrencilerin Ders Başarılarına Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Seferoğlu, S. S. (12-13 Kasım 2009). Yeterlikler, Standartlar Ve Bilişim Teknolojilerindeki Gelişmeler Işığında Öğretmenlerin Sürekli Mesleki Eğitimi. Eğitimde Yansımalar. IX: *Türkiye'nin Öğretmen Yetiştirme Çıkmazı Ulusal Sempozyumu*, Ankara.
- Selwyn, N. ve Grant, L. (Haziran 2009). Researching The Realities of Social Software Use - An Introduction. *Learning Media and Technology*, 34(2), 79-86
- Selwyn, N. (2007a). *Web 2.0 Applications as Alternative Environments for Informal Learning - A Critical Review. Paper Presented At The OECD-KERIS Expert Meeting*. Alternative Learning Environments In Practice: Using ICT to Change Impact and Outcomes.
- Selwyn, N. (2007b). *Screw Blackboard... do it on Facebook! an investigation of students' educational use of Facebook [Electronic Version]*. <http://startrekdigitalliteracy.pbworks.com/f/2g19b89ezl6urisp6e749.pdf> (Erişim Tarihi: 16.04.2019).



- Sert, G., Kurtoğlu, M., Akıncı, A. ve Seferoğlu, S. S. (1-3 Şubat 2012). Öğretmenlerin Teknoloji Kullanma Durumlarını İnceleyen Araştırmalara Bir Bakış: Bir İçerik Analizi Çalışması (Bildiri). *Akademik Bilişim '12*, Uşak.
- Simon, Y. R. (1983). Pursuit of Happiness and Lust for Powerin Technological Society.( Editörler: Carl Mitcham ve Robert Mackey). *Philosophy and Technology*. New York: Free Press.
- Slideshare, <https://www.slideshare.net/>, Erişim Tarihi: 18.10.2018.
- Snapchat, <http://tr.wikipedia.org/wiki/Snapchat>, Erişim Tarihi: 08.02.2019.
- Sobimbona, S. (2013). *Sosyal Ağların Öğrenme Aracı Olarak Değerlendirilmesi: Burundi ve Türkiye Karşılaştırılması*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Sönmez, B. (2013). *Sosyal Medya ve Ortaöğretim Öğretmenlerinin Facebook Kullanım Alışkanlıkları*. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Statista, <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>, Erişim Tarihi: 21. 05. 2019.
- Sumuer, E., Esfer, S. ve Yıldırım, S. (2014). Teachers' Facebook Use: Their Use Habits, İntensity, Self-Disclosure, Privacy Settings, And Activities On Facebook. *Educational Studies*, 40(5), 537-553.
- Swarm, <https://tr.swarmapp.com/>, Erişim Tarihi: 14.02.2019.
- Şimşek, Ö. (2016). *Öğretmen Adaylarının Teknolojik Pedagojik Alan Bilgisi Öz-Yeterliklerinin Uluslararası Eğitim Teknolojisi Standartları (ISTE-T 2008) Bağlamında İncelenmesi*. Doktora Tezi, Dicle Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Diyarbakır.
- Şurgun, S. (2016). *Fen Bilgisi Öğretmen Adaylarının Bir Öğrenme Ortamı Olarak Sosyal Medyayı Kullanmalarına Yönelik Tutumlarının İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Erzincan Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Erzincan.

- Sürmeli, A. (2005). *Mesleki ve Teknik Liselerde Görev Yapan Öğretmenlerin İnterneti Kullanım Profili*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Tarcan, A. (2005). *İnternet ve Toplum* (1. Baskı). Ankara: Anı.
- Tekin, H. (2016). *Ortaokul Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı ile Algılanan İnsani Değerlerin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adıyaman.
- Tınmaz, H. (2013). Sosyal Ağ Web Siteleri ve Sosyal Ağların Eğitimde Kullanımı. (Editörler: Kürşat Çağıltay ve Yüksel Göktaş). *Öğretim Teknolojilerinin Temelleri: Teoriler, Araştırmalar, Eğilimler*. Ankara: Pegem, 615-630.
- Tiryakioğlu, F. ve Erzurum, F. (27 - 29 Nisan 2011). Bir Eğitim Aracı Olarak Ağların Kullanımı (Bildiri). *2nd International Conference on New Trends in Education and Their Implications*, Antalya
- Tokel, S. T. ve Cevizci, E. (2014). Three-Dimensional Virtual Worlds: Research Trends and Future Directions. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10,1-12.
- Tonbuloğlu, İ. ve İşman, A. (2014). Öğretmenlerin Sosyal Ağları Kullanım Profillerinin İncelenmesi. *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3(1), 320-338.
- Tuğlu, B. (2017). *Ortaokul Öğrencilerinin Sosyal Medyayı Kullanım Amaçları ve Sosyal Medya Kullanımlarına İlişkin Tutumları*. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- TÜİK, *Türkiye'nin İnternet Kullanım Alışkanlıkları* (9 Ağustos 2018)..  
<https://www.guvenliweb.org.tr/haber-detay/turkiyenin-internet-kullanimaliskanliklari>  
 -tuik-2018, Erişim Tarihi: 06.10.2018.

- Türk, M. S. (t.y.). *Eğitimde Yeni Paradigma: Yeni Medya Bağlı Eğitim*.  
<https://www.academia.edu/31080574>, Erişim Tarihi: 22.04.2019.
- Türkmenoğlu, H. (2014). Teknoloji İle Sanat İlişkisi ve Bir Dijital Sanat Örneği Olarak İnstagram. *Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(4), 87-100.
- Twitter, <https://twitter.com/>, 16.10.2016.
- Typepad, <https://www.typepad.com/>, Erişim Tarihi: 15.02.2019.
- Ucun, K. (2012). *Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Sosyal Ağlardan Facebook'u Genel ve Mesleki Eğitimde Kullanım Amaçları*. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Usluel, Y. K., Demir, Ö. ve Çınar, M. (2014). *Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği*  
[https://www.researchgate.net/publication/263083553\\_Sosyal\\_Aglarin\\_Kullanim\\_Amaclari\\_Olcegi](https://www.researchgate.net/publication/263083553_Sosyal_Aglarin_Kullanim_Amaclari_Olcegi), Erişim Tarihi: 27.01.2018.
- Uysal, S. (2013). *Meslek Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları İle Eğitsel Sosyal Medya Kullanımlarının Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Vural, B. A. ve Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Yaşar Üniversitesi Dergisi*, 20(5), 3348-3382.
- Voogt, J. ve Roblin, N. P. (2010). *21st Century Skills Discussienota Netherlands: Universiteit Twente*.  
[https://www.21stcenturyskills.nl/download/21\\_st\\_century\\_skills\\_\\_UT\\_discussie\\_paperNL.pdf](https://www.21stcenturyskills.nl/download/21_st_century_skills__UT_discussie_paperNL.pdf), Erişim Tarihi: 24.04.2019.
- Wagner, T. (2008). *The Global Achievement Gap: Why Even Our Best Schools Don't Teach the New Survival Skills Our Children Need-And What We Can Do About It*. Basic Books.
- WhatsApp, <https://www.whatsapp.com/>, Erişim Tarihi: 08.02.2019.

Wikipedia, <https://tr.wikipedia.org/wiki/Vikipedi>, Erişim Tarihi: 15.01.2019.

Wordpress, <https://tr.wordpress.org/>, Erişim Tarihi: 15.11.2018.

Yalçın, H. (2015). *Fen ve Teknoloji Öğretmen Adaylarının Sosyal Ağların Eğitimde Kullanılmasına İlişkin Görüşleri*. Yüksek Lisans Tezi, Adıyaman Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Adıyaman.

Yammer, <https://products.office.com/tr-tr/yammer/>, Erişim Tarihi: 15.02.2019.

Yayla, K. (2010). *İnternet Pazarlamasında Yeni Eğilimler: Çevrim içi Sosyal Ağların Üniversite Öğrencilerinin Satın Alma Davranışlarına Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa

Yaylak, E. (2017). *Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Eğitimde Sosyal Medyayı Kullanım Düzeyleri ve Görüşleri*. Doktora Tezi, Pamukkale Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Denizli.

YouTube, <https://www.youtube.com/?hl=tr&gl=TR>, Erişim Tarihi: 15.02.2019.

Yüksel, S. (Nisan 2015). Öğretmen Yetiştirme Politikalarında Dönüşüm: 21. yy. Öğretmenini Yetiştirme. *Türkiye Özel Okullar Birliği Dergisi*, 8(32):23-28.

## EKLER

### EK-1: Veri Toplama Aracı

Değerli Öğretmenim;

"Öğretmenlerin Sosyal Ağları Kullanım Amaçlarının Değerlendirilmesi" konulu tez çalışmasında kullanılmak üzere veri toplamak amacıyla hazırlanan bu anket iki bölümden oluşmaktadır. Bölüm I demografik bilgilerinizi ve internet ile sosyal medya kullanımlarınıza ilişkin ifadeleri içermekte olup Bölüm II sosyal medyayı kullanım amaçlarınızın belirlenmesi için hazırlanmış ölçekten oluşmaktadır. Vermiş olduğunuz bilgiler sadece bilimsel amaçlı kullanılacaktır. Katkılarınızdan dolayı teşekkür ederim.

Bedia ÇOLAK

Yüksek Lisans Öğrencisi

Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü

### BÖLÜM I : KİŞİSEL BİLGİ FORMU

<b>Cinsiyetiniz:</b> (K) <input type="checkbox"/> (E) <input type="checkbox"/>	<b>Yaşınız:</b> 20-30 <input type="checkbox"/> 30-40 <input type="checkbox"/> 40+ <input type="checkbox"/>
<b>Öğrenim Durumunuz:</b> Lisans <input type="checkbox"/> Yüksek Lisans <input type="checkbox"/> Doktora <input type="checkbox"/> Diğer <input type="checkbox"/>	
<b>Branşınız :</b> .....	<b>Hizmet Yılı:</b> 1-5yıl <input type="checkbox"/> 6-10 yıl <input type="checkbox"/> 11-15 yıl <input type="checkbox"/> 16+ <input type="checkbox"/>
<b>Okulunuzun Türü:</b> İlkokul <input type="checkbox"/> Ortaokul <input type="checkbox"/> Anadolu Lisesi <input type="checkbox"/> Fen Lisesi <input type="checkbox"/> Meslek Lisesi <input type="checkbox"/> İmam Hatip Lisesi <input type="checkbox"/> Diğer <input type="checkbox"/>	
<b>Kolayca kullanabileceğiniz internet bağlantınız var mı?:</b> Evet <input type="checkbox"/> Hayır <input type="checkbox"/>	
<b>İnternete girerken en çok kullandığınız araç hangisidir?</b> Telefon <input type="checkbox"/> Tablet <input type="checkbox"/> Laptop <input type="checkbox"/> Masaüstü <input type="checkbox"/>	
<b>İnternete ortalama ne sıklıkla girersiniz?</b> Her gün <input type="checkbox"/> Haftada 1-2gün <input type="checkbox"/> Haftada 3-5gün <input type="checkbox"/> Ayda 1-2gün <input type="checkbox"/> Ayda 3-5 gün <input type="checkbox"/>	
<b>İnternete girdiğinizde ne kadar vakit geçiriyorsunuz?</b> 30 dakikadan az <input type="checkbox"/> 30 dakika -1 saat <input type="checkbox"/> 1-2 saat <input type="checkbox"/> 2-3 saat <input type="checkbox"/> 3 saatten fazla <input type="checkbox"/>	
<b>İnterneti en çok hangi amaçlarla kullanıyorsunuz? (en fazla 3 tane seçiniz)</b> E-okul <input type="checkbox"/> E-Devlet <input type="checkbox"/> Haber <input type="checkbox"/> Bankacılık <input type="checkbox"/> Sosyal Medya <input type="checkbox"/> Alış Veriş <input type="checkbox"/> Araştırma <input type="checkbox"/> İletişim <input type="checkbox"/> Dosya İndirme <input type="checkbox"/> Oyun <input type="checkbox"/> Video <input type="checkbox"/> Diğer <input type="checkbox"/>	
<b>E-posta adresiniz var mı? :</b> Evet <input type="checkbox"/> Hayır <input type="checkbox"/>	
<b>Sosyal medya ortamlarında hesabınız var mı?:</b> Evet <input type="checkbox"/> Hayır <input type="checkbox"/>	
<b>Ne kadar süredir sosyal medya ortamlarını kullanıyorsunuz?</b> Son 1 yıldır <input type="checkbox"/> 2-3 yıldır <input type="checkbox"/> 3-4 yıldır <input type="checkbox"/> 4-5 yıldır <input type="checkbox"/> 5 yıldan fazla <input type="checkbox"/>	
<b>Sosyal medya ortamlarını en çok hangi araç ile kullanırsınız?:</b> Telefon <input type="checkbox"/> Tablet <input type="checkbox"/> Laptop <input type="checkbox"/> Masaüstü <input type="checkbox"/>	
<b>Sosyal medyayı ortalama ne sıklıkla kullanırsınız?:</b> Her gün birden fazla <input type="checkbox"/> Her gün bir kere <input type="checkbox"/> Haftada birden fazla <input type="checkbox"/> Haftada bir kere <input type="checkbox"/> Ayda bir kaç kez <input type="checkbox"/>	
<b>Sosyal medya ortamlarına girdiğinizde ne kadar vakit geçiriyorsunuz?</b> 30 dakikadan az <input type="checkbox"/> 30dakika -1saat <input type="checkbox"/> 1-2 saat <input type="checkbox"/> 2-3 saat <input type="checkbox"/> 3 saatten fazla <input type="checkbox"/>	
<b>Hangi sosyal medya platformlarında hesabınız var? (bir veya daha fazla seçebilirsiniz)</b> Whatsapp <input type="checkbox"/> Facebook <input type="checkbox"/> Instagram <input type="checkbox"/> Twitter <input type="checkbox"/> Google+ <input type="checkbox"/> Youtube <input type="checkbox"/> Foursquare <input type="checkbox"/> Swarm <input type="checkbox"/> Snapchat <input type="checkbox"/> Tumblr <input type="checkbox"/> LinkedIn <input type="checkbox"/> Blogster <input type="checkbox"/> Blogcu <input type="checkbox"/> Ekşi sözlük <input type="checkbox"/> Flickr <input type="checkbox"/> Hi5 <input type="checkbox"/> Meetup <input type="checkbox"/> Myspace <input type="checkbox"/> Windowslive Space <input type="checkbox"/> Wordpress <input type="checkbox"/> Wikipedia <input type="checkbox"/> Edmodo <input type="checkbox"/> Busuu Beyazpano vb salt eğitim platformları <input type="checkbox"/>	
<b>Hangi sosyal medya platformlarını en sık kullanıyorsunuz? (en fazla 3 tane seçiniz)</b> Whatsapp <input type="checkbox"/> Facebook <input type="checkbox"/> Instagram <input type="checkbox"/> Twitter <input type="checkbox"/> Google+ <input type="checkbox"/> Youtube <input type="checkbox"/> Foursquare <input type="checkbox"/> Swarm <input type="checkbox"/> Snapchat <input type="checkbox"/> Tumblr <input type="checkbox"/> LinkedIn <input type="checkbox"/> Blogster <input type="checkbox"/> Blogcu <input type="checkbox"/> Ekşi sözlük <input type="checkbox"/> Flickr <input type="checkbox"/> Hi5 <input type="checkbox"/> Meetup <input type="checkbox"/> Myspace <input type="checkbox"/> Windowslive Space <input type="checkbox"/> Wordpress <input type="checkbox"/> Wikipedia <input type="checkbox"/> Edmodo <input type="checkbox"/> Busuu Beyazpano vb salt eğitim platformları <input type="checkbox"/>	

<b>Sosyal medyada en çok hangi alanları/grupları takip ediyorsunuz?</b> (en fazla 3 tane seçiniz)
Eğitim-Bilim [ ]    Teknoloji [ ]    Müzik [ ]    Sinema [ ]    TV Programları [ ]    Kitap-Yazar [ ] Dini Gruplar [ ]    Siyasi Gruplar [ ]    Spor [ ]    Gezi-Tur [ ]    Alış-Veriş [ ]    Diğer [ ]
<b>Bir öğretmen olarak sosyal medya kullanmanız gerektiğini düşünüyor musunuz? Neden?</b>
<b>Sosyal medyayı eğitim süreçlerinde kullanıyor musunuz? Nasıl?</b>
<b>Öğrencilerinizin sosyal medya kullanmasını uygun buluyor musunuz? Neden?</b>
<b>Öğretmenlere sosyal medya kullanımı ile ilgili hizmet içi eğitim verilmeli midir? Neden?</b>

## BÖLÜM II: SOSYAL AĞLARIN KULLANIM AMAÇLARI ÖLÇEĞİ

Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği									
		1-Kesinlikle <u>katılmıyorum</u>			7-Kesinlikle <u>katılıyorum</u>				
	Aşağıdaki ifadelerin her birini dikkatlice okuduktan sonra her bir madde için size uygun olan sadece bir seçeneği X şeklinde işaretleyiniz	1	2	3	4	5	6	7	
1	Sosyal ağları herhangi bir soruna ilgili çözüm yolları bulmak için kullanırım.								
2	Sosyal ağları merak ettiğim ya da ilgi duyduğum bir konu hakkında bilgi aramak için kullanırım.								
3	Sosyal ağları görüşlerimi destekleyecek materyaller (fotoğraf, video ve yazı vb.) bulmak için kullanırım.								
4	Sosyal ağları arkadaşlarımla herhangi bir konu ya da durum hakkında işbirliği yapmak için kullanırım.								
5	Sosyal ağları ortak ilgi alanına sahip kişilerle bir araya gelmek için kullanırım.								
6	Sosyal ağları belli bir amaçla ilgili görev paylaşımı için kullanırım.								
7	Sosyal ağları sosyo-kültürel etkinlik düzenlemek için kullanırım.								
8	Sosyal ağları ortak bir amaç oluşturmak için kullanırım.								
9	Sosyal ağları etkinliklerden haberdar olmak için kullanırım.								
10	Sosyal ağları yeni arkadaşlıklar kurmak için kullanırım.								
11	Sosyal ağları arkadaşlarıma yüz yüze söyleyemediğim şeyleri söylemek için kullanırım.								
12	Sosyal ağları samimi olmadığım arkadaşlarımla iletişim kurmak için kullanırım.								
13	Sosyal ağları arkadaşlarımla sohbet etmek (anlık iletişim, sesli ve görüntülü iletişim) için kullanırım.								
14	Sosyal ağları arkadaşlarımla mesaj alış-verişi için kullanırım.								
15	Sosyal ağları iletişim bilgilerini bilmediğim arkadaşlarıma ulaşmak için kullanırım.								
16	Sosyal ağları eski arkadaşlarımla bulmak için kullanırım.								
17	Sosyal ağları arkadaşlarımla iletişimimi sürdürmek için kullanırım.								
18	Sosyal ağları arkadaşlarımla bağlantımı koparmamak için kullanırım.								
19	Sosyal ağları herhangi bir konu hakkında içerik (resim, video ve metin vb.) oluşturmak için kullanırım.								
20	Sosyal ağları görüşlerimi desteklemek için oluşturduğum görselleri (resim ve video vb.) paylaşmak için kullanırım.								
21	Sosyal ağları fotoğraf albümü oluşturmak için kullanırım.								
22	Sosyal ağları video albümü oluşturmak için kullanırım.								
23	Sosyal ağları kişisel etkinlik günlüğü oluşturmak için kullanırım.								
24	Sosyal ağları komik paylaşımlara (söz ve karikatür vb.) bakmak için kullanırım.								
25	Sosyal ağları mutsuz olduğumda beni mutsuz eden etkenlerden uzaklaşmak için kullanırım.								
26	Sosyal ağları komik paylaşımlar (söz ve karikatür gibi ) yapmak için kullanırım.								

## Ek- 2: Ölçek Kullanım İzni

### Şekil- 10: Ölçek Kullanım İzni

The screenshot shows an email interface with the following content:

**Geliştirmiş Olduğunuz Ölçeğin Kullanımı Hk.** Gelen Kutusu x

**f.bedia çolak** <f.bediacolak@gmail.com> 26 Mar 2018 Pzt 23:26

Alıcı: kocak, omerdemir, muratcinar

Merhaba hocam,  
Necmettin Erbakan Üniversitesinde yüksekisans öğrencisiyim.  
Geliştirmiş olduğunuz "Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği"ni tez çalışmamda veri toplamak amacıyla izninizle kullanmak istiyorum.  
Mailime vereceğiniz cevabı bekliyorum. Teşekkür ederim.

**ömer Demir** <omerdemir@hacettepe.edu.tr> 27 Mar 2018 Sal 08:43

Alıcı: ben, kocak, muratcinar

Merhaba Hocam,  
ölçeği kullanabilirsiniz. Ölçek aşağıda yer alan akademik sosyal ağ sitelerindeki profillerimde mevcut.  
Çalışmanızda kolaylıklar diliyorum.

-----

My Academic Social Networking Site Profiles:

Researchgate Profile:  
[https://www.researchgate.net/profile/Oemer\\_Demir](https://www.researchgate.net/profile/Oemer_Demir)

Academia Profile:

### Ek- 3: Veri Toplama Aracının Uygulanmasına İlişkin Valilik İzni

#### Şekil - 11: Valilik OLUR'u



T.C.  
AMASYA VALİLİĞİ  
İl Millî Eğitim Müdürlüğü

Sayı : 47613789-44-E.10457474  
Konu: Anket İzni

29.05.2018

#### VALİLİK MAKAMINA

İlgi: (a) Necmeddin Erbakan Üniversitesi Rektörlüğü Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı'nın 04.05.2018 tarih ve E.6223 sayılı yazısı.

(b) 22.08.2017 tarih 35558626-10.06.01-E.12607291 sayılı ve 2017/25 sayılı Genelge.

İlgi yazısı (a) ile; Necmeddin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencisi Bedia ÇOLAK'ın "Öğretmenlerin Sosyal Ağları Kullanım Amaçlarının Değerlendirilmesi" konulu tez çalışması kapsamında Müdürlüğümüze bağlı Suluova İlçesinde bulunan tüm okul / kurumlardaki öğretmenlere ilgi yazısı ekinde belirtilen anketi uygulayabilmek için izin talep edilmektedir.

Bu bağlamda; Müdürlüğümüzce yapılan değerlendirme sonucunda, Necmeddin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencisi Bedia ÇOLAK'ın "Öğretmenlerin Sosyal Ağları Kullanım Amaçlarının Değerlendirilmesi" konulu tez çalışması kapsamında Müdürlüğümüze bağlı Suluova İlçesinde bulunan tüm okul / kurumlardaki öğretmenlere ilgi (b) 35558626-10.06.01-E.12607291 sayılı ve 2017/25 sayılı Genelge (Araştırma, Yarışma ve Sosyal Etkinlikler İzni) ile belirtilen hususlar doğrultusunda ve Türkiye Cumhuriyeti Anayasası ve insan hakları alanındaki uluslararası sözleşmeler başta olmak üzere 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Hakkındaki Kanun ile yürürlükte olan tüm yasal düzenlemeler ve politika belgelerine uygun, Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, Millî Eğitim Temel Kanunu ile Türk Millî Eğitiminin genel amaçlarına uygun olarak ilgili yasal düzenlemelerde belirtilen ilke, esas ve amaçlara aykırılık teşkil etmeyecek şekilde, denetimleri ilgili okul müdürlükleri tarafından gerçekleştirilmek üzere, derslerin aksatılmaması ve gönüllülük esasına göre yapılması Müdürlüğümüze uygun görülmektedir.

Makamlarınızca da uygun görüldüğü takdir de Olur'larınızı arz ederim.

Hakkı DEĞERLİ

Müdürü

İl Millî Eğitim Şube Müdürü

OLUR

29.05.2018

Dr. Hilmiye GÜNEŞ

Vali'nin

İl Millî Eğitim Müdürü





**T.C.**  
**NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ**  
**Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü**



### ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı:	Bedia ÇOLAK	İmza:		
Doğum Yeri:	Suluova/Amasya			
Doğum Tarihi:	11.09.1986			
Medeni Durumu:	Bekar			
Öğrenim Durumu				
Derece	Okulun Adı	Program	Yer	Yıl
İlköğretim	Atatürk İlkokulu			1992
Ortaöğretim	Atatürk İlköğretim Okulu			1997
Lise	Anadolu Lisesi	Fen Bilimleri		2000
Lisans	Gazi Üniversitesi	Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi	Ankara	2008
Yüksek Lisans	NecmettinErbakan Üniversitesi	Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi	Konya	2014
Becerileri:	Web tasarımı, programlama			
İlgi Alanları:	Teknoloji			
İş Deneyimi	Adalet Bakanlığı/ İdare Memuru/ 2013			
Aldığı Ödüller:	Lisans Ana Bilim Dalı Üçüncülüğü			
Hakkımda bilgi almak için önerebileceğim şahıslar:	Dr. Öğr. Üyesi Yakup YILMAZ			
Tel:	5535419436			
Adres	Ankara			