

**TÜRKİYE CUMHURİYETİ  
KIRIKKALE ÜNİVERSİTESİ  
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**SOSYAL MEDYA KULLANIMININ BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR  
ÖĞRETMENLERİNİN MESLEKİ GELİŞİMLERİNE YÖNELİK  
GÖRÜŞLERİNİN İNCELENMESİ (TOKAT İL ÖRNEĞİ)**

**Ali KÖK**

**BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR ANABİLİM DALI  
(YÜKSEK LİSANS TEZİ)**

**DANIŞMAN  
Doç. Dr. Sinan AYAN**

**2019-KIRIKKALE**

**TÜRKİYE CUMHURİYETİ  
KIRIKKALE ÜNİVERSİTESİ  
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**SOSYAL MEDYA KULLANIMININ BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR  
ÖĞRETMENLERİNİN MESLEKİ GELİŞİMLERİNE YÖNELİK  
GÖRÜŞLERİNİN İNCELENMESİ (TOKAT İL ÖRNEĞİ)**

**Ali KÖK**

**BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR ANABİLİM DALI  
(YÜKSEK LİSANS TEZİ)**

**DANIŞMAN  
Doç. Dr. Sinan AYAN**

**2019-KIRIKKALE**

## KABUL-ONAY

Kırıkkale Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü

Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı çerçevesinde yürütülmüş olan bu çalışma, aşağıdaki jüri üyeleri tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Tez Savunma Tarihi: ..... /..... /2019

Doç.Dr. Sinan AYAN  
Kırıkkale Üniversitesi  
Spor Bilimleri Fakültesi  
Jüri Başkanı

Dr. Öğr. Üyesi Abdullah YILMAZ  
Kırıkkale Üniversitesi  
Fen Edebiyat Fakültesi  
Üye

Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin GÜMÜŞ  
Mersin Üniversitesi  
Spor Bilimleri Fakültesi  
Üye

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylıyorum.

.../.../2019

Prof. Dr. Mehmet Akif KARSLI

Enstitü Müdürü

# İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER .....	III
ÖNSÖZ .....	V
KISALTMALAR .....	VI
ŞEKİLLER.....	VII
<b>ÖZET</b> .....	<b>X</b>
<b>SUMMARY</b> .....	<b>XI</b>
<b>1. GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>
1.1.Problem Durumu .....	2
1.2. Problem Cümlesi .....	4
1.3. Araştırmanın Amacı .....	4
1.4. Araştırmanın Önemi .....	4
1.5. Sayıtlar .....	5
1.6. Sınırlılıklar.....	5
1.7. Tanımlar .....	6
<b>2. KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR</b> .....	<b>7</b>
2.1. Sosyal Medya ve Kullanımı .....	7
2.1.1. Sosyal Medyaya Genel Bakış .....	8
2.1.2. Sosyal Medyanın Özellikleri .....	10
2.1.3. Sosyal Medya Kullanımını Etkileyen Faktörler .....	11
2.1.4. Sosyal Medyanın Tarihsel Gelişimi.....	15
2.1.5. Sosyal Medya Türleri .....	18
2.1.6. Sosyal Medyanın Kullanım Amaçları .....	24
2.2. Eğitimde Sosyal Medya Kullanımı .....	27
2.2.1. Öğretmenlerin Mesleki Gelişimi .....	30
2.2.2.Çevirim İçi Öğrenme Toplulukları .....	32
2.2.3. Sosyal Medya Platformları Üzerinden Mesleki Gelişim .....	37
2.2.4.Öğretmenlerin Sosyal Medya Kullanımı ile İlgili Yapılan Bazı Araştırmalar.....	42
2.2.5. Eğitimcilerin Sosyal Medya İstatistikleri .....	44

2.2.6. Sosyal Medyanın Eğitimde Kullanılması ile İlgili Kısıt ve Olumsuzluklar .....	46
<b>3. YÖNTEM</b> .....	49
3.1. Araştırma Modeli .....	49
3.2. Çalışma Grubu.....	49
3.3. Veri Toplama Araçları.....	49
3.4. Verilerin Toplanması.....	50
3.5. Verilerin Değerlendirilmesi.....	51
<b>4. BULGULAR</b> .....	52
4.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri .....	52
4.2. İnternet ve Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Bulgular .....	54
4.3. Öğretmenlerin Görüşlerine Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler.....	69
4.4. Öğretmenlerin Görüşlerine Yönelik Fark Testleri .....	70
<b>5. TARTIŞMA VE SONUÇ</b> .....	74
<b>KAYNAKLAR</b> .....	82
<b>EKLER</b> .....	91
Ek-1: Anket Formu.....	91
<b>ÖZGEÇMİŞ</b> .....	96

## ÖNSÖZ

Yüksek lisans öğrenimim ve tez çalışmam süresince yardım ve desteğini esirgemeyen, bilgisi, tecrübesi ve fikirleriyle bana ışık tutan, bana içtenlikle rehberlik eden değerli hocam Doç Dr. Sinan AYAN'a saygılarımı sunuyorum, çok teşekkür ediyorum. Araştırma boyunca çalışmaya katılan Beden eğitimi ve spor öğretmenlerine ve bugünlere gelmemde büyük emeği olan değerli aileme sevgi ve saygılarımı sunuyorum; çalışmanın tüm ilgililere faydalı olmasını ümit ediyorum



## KISALTMALAR

ABD : Amerika Birleşik Devletleri

BTK : Bilgi Ve Teknoloji Kurumu

MEB : Milli Eğitim Bakanlığı

SPSS : Statistical Package for the Social Sciences (Sosyal Bilimler İçin İstatistik Programı)

TÜİK : Türkiye İstatistik Kurumu

vb : Ve Benzeri

ve ark. : Ve arkadaşları

## ŞEKİLLER

- Şekil 1. Sosyal Ağ Düzenneği ..... 8
- Şekil 2. ABD’de 2009-2012 Yıllarında Eğitimcilerin Eğitsel Veya Kiğisel Sosyal Ağ Kullanma Dağılımı..... 44
- Şekil 3. Eğitimcilerin Sosyal Ağları Kullanma Amaçları Ve Önemlilik Algıları .. 45
- Şekil 4. Eğitimcilerin Sosyal Ağlara Katılmama Nedenleri ..... 45





## ÇİZELGELER

Çizelge 1. Sosyal Medyadan Bazı Uygulama Örnekleri .....	18
Çizelge 2. Katılımcıların Demografik Özellikleri .....	52
Çizelge 3. İnternet Kullanım Amacına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler .....	54
Çizelge 4. Kullanılan Sosyal Medya Platformlarına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler .....	55
Çizelge 5. Cinsiyete Göre Sosyal Medya Platformlarına İlişkin Ki-kare Analizi Sonuçları.....	56
Çizelge 6. Yaşa Göre Sosyal Medya Platformlarına İlişkin Ki-kare Analizi Sonuçları.....	57
Çizelge 7. Branşa Göre Kullanılan Sosyal Medya Platformlarına İlişkin Ki-kare Analizi Sonuçları.....	58
Çizelge 8. Sosyal Medya Kullanım Amacına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler .....	59
Çizelge 9. Cinsiyete Göre Sosyal Medya Kullanım Amacına İlişkin Ki-kare Analizi Sonuçları.....	60
Çizelge 10. Yaşa Göre Sosyal Medya Kullanım Amacına İlişkin Ki-kare Analizi Sonuçları.....	61
Çizelge 11. Branşa Göre Sosyal Medya Kullanım Amacına İlişkin Ki-kare Analizi Sonuçları.....	62
Çizelge 12. Eğitim-Öğretimde Sosyal Medya Kullanım Amacına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler.....	63
Çizelge 13. Cinsiyete Göre Eğitim-Öğretimde Sosyal Medya Kullanım Amacına İlişkin Ki-kare Analizi Sonuçları .....	63
Çizelge 14. Yaşa Göre Eğitim-Öğretimde Sosyal Medya Kullanım Amacına İlişkin Ki-kare Analizi Sonuçları .....	65

Çizelge 15. Branşa Göre Eğitimde Sosyal Medya Kullanım Amacına İlişkin Ki-kare Analizi Sonuçları.....	66
Çizelge 16. Eğitim-Öğretimde Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının En Çok Tercih Edilen Sosyal Medya Platformlarına Göre Dağılımı.....	67
Çizelge 17. Sosyal Medyaya Erişim Sağlama Ortamına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler.....	68
Çizelge 18. Sosyal Medyaya Erişim Sağlama Araçlarına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler.....	68
Çizelge 19. Sosyal Medya Kullanım Sıklığına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler.....	69
Çizelge 20. Sosyal Medya Ortamları/Araçları Bilgi Düzeyine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler.....	69
Çizelge 21. Sosyal Medya Ortamları/Araçlarının Mesleki Gelişime Katkısına Dair Görüşlere Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler.....	70
Çizelge 22. Cinsiyete Göre Öğretmen Görüşlerine İlişkin Bağımsız Grup T-Testi Sonuçları.....	71
Çizelge 23. Yaşa Göre Öğretmen Görüşlerine İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	71
Çizelge 24. Branşa Göre Öğretmen Görüşlerine İlişkin Bağımsız Grup T-Testi Sonuçları.....	72
Çizelge 25. Hizmet Yılına Göre Öğretmen Görüşlerine İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları .....	73

## ÖZET

### SOSYAL MEDYA KULLANIMININ BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR ÖĞRETMENLERİNİN MESLEKİ GELİŞİMLERİNE YÖNELİK GÖRÜŞLERİNİN İNCELENMESİ (TOKAT İL ÖRNEĞİ)

Günümüzde bilgi iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle birlikte sosyal medya, eğitim de dâhil olmak üzere pek çok alanda etkin şekilde kullanılmaktadır. Sosyal medyanın eğitimde olmasında öne çıkan konulardan biri öğretmenlerin mesleki gelişimidir.

Bu bağlamda çalışmanın amacı; sosyal medyanın mesleki gelişime katkısına yönelik öğretmen görüşlerinin incelenmesi ve beden eğitimi öğretmenlerinin sosyal medyayı nasıl kullandıklarının belirlenmesidir. Bu amaç doğrultusunda Tokat ilinde görev yapmakta olan 203 beden eğitimi ve spor öğretmenin katılımı ile bir uygulama gerçekleştirilmiştir. Araştırma verileri anket kullanılarak toplanmış ve SPSS 24.0 programı aracılığıyla analiz edilmiştir.

Sosyal medyanın mesleki gelişime katkısına yönelik olarak beden eğitimi öğretmenleri "olumlu" görüşlere sahiptir. Öğretmenlere göre sosyal medya mesleki gelişimleri için; öğretmeni daha sosyal hale getirme, düşünce dünyasını geliştirme, başarı, motivasyon ve eğitim kalitesini artırma ve diğer paydaşlarla iletişimini artırma gibi katkılar sağlamaktadır. Ayrıca öğretmenlerin sosyal medyanın mesleki gelişime katkısına yönelik görüşleri arasında yaş, cinsiyet, branş ve hizmet yılına göre farklılık bulunmadığı belirlenmiştir. Araştırmada elde edilen sonuçlar ışığında, uygulayıcılar ve araştırmacılar için önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Eğitim Kalitesi, Mesleki Gelişim, Motivasyon, Öğretmen, Sosyal Medya.

## SUMMARY

### AN INVESTIGATION OF PHYSICAL EDUCATION AND SPORT TEACHERS VIEWS ABOUT SOCIAL MEDIA USAGE ON PROFESSIONAL DEVELOPMENTS (TOKAT PROVINCE SAMPLE)

Along with the developments in information and communication technologies, social media is being used effectively in many fields including education. One of the prominent topics in the use of social media in education is the professional development of teachers.

The aim of this study is to examine the views of teachers about the contribution of social media to their professional development and to determine how physical education teachers use social media. For this purpose, a research with the participation of 203 physical education teachers working in Tokat province was carried out. Research data were collected by using a questionnaire and analyzed through SPSS 24.0 program.

Teachers have positive opinions about the contribution of social media to professional development. According to teachers, social media contributes to their professional development such as making teachers more social, developing the world of thought, improving success, motivation and quality of education and increasing communication with other stakeholders. In addition, no difference between teachers' opinions about social media's contribution to professional development by age, gender, branch and service year. In the light of the results of the study, suggestions were put forward for the practitioners and researchers.

**Key Words:** Education Quality, Motivation, Professional Development, Social Media, Teacher.

## 1. GİRİŞ

Günümüzde teknolojidaki hızlı gelişim, iletişimde de kendisini göstermiş; sabit telefonlar yerini cep telefonlarına hatta akıllı telefonlara bırakmış, internet kişisel ve toplumsal yaşama hızlıca girmiş ve daha önce kullanılan araçlar zamanla kaybolmaya başlamıştır. Özellikle internetin gündelik yaşama ve çalışma hayatına girişi, iletişim alanında ciddi farklılıklar yaratmıştır.

İnternetin iletişim alanındaki bir başka etkisi de insanların sosyalleşme süreçlerinde kendilerini göstermeleri şeklinde olmuştur. Web 2.0 gibi yeni internet teknolojileri ile insanlar, zamanla sosyalleşme gereksinimlerini de bu teknolojiyi kullanarak giderir olmuşlardır. Sosyal ağlar ve sosyal medya kavramlarının oldukça yaygın kullanıldığı günümüzde, bireyler yeni çalışma ortamları, iş bağlantıları, haber alma, olay ve durum paylaşma, yeni arkadaşlar veya mevcut arkadaşlarla daha hızlı iletişim halinde olma gibi amaçlarla bu mecraya yönelmişlerdir.

Şüphesiz, olumlu tarafları olduğu kadar, olumsuz yanlarının da tartışıldığı sosyal medya, özellikle gençler üzerinde en çok etki yaratan ve kullanıcılarına birçok yarar da sağlayabilen teknolojilerdir. Bununla birlikte, kimi bireyler, sosyal medyayı bağımlılık şeklinde kullanabilmekte, kullanım düzeylerini kontrol edemedikleri için özel hayatlarını, iş ve ilişkilerini tehlikeye sokabilmektedir.

İnternet ve teknoloji alanındaki bu hızlı gelişim ve değişim, eğitim hayatında da kendisini göstermeye başlamış, öğretmenler de hem mesleki hem de kişisel gelişimlerine devam edebilmek adına sosyal medyaya yönelmişlerdir. Çünkü bugünün hedef öğrenci kitlesine sadece okullardaki dersler aracılığıyla ulaşmak yeterli değildir. Bu yüzden günümüz öğretmenleri de, yeni neslin kullandığı sosyal medya ortamına dâhil olmuş; kendilerini geliştirmeye başlamışlardır.

Günümüzde hemen hemen herkesin minimum bir sosyal medya hesabı bulunmaktadır. Facebook, Twitter, Instagram ve Youtube kullanıcı sayıları ve kişisel blog sayfaları giderek artmakta, sosyal medya ortamları artık akıllık telefon ve tabletlerde kullanıldığı için, insanlar hareket halindeyken dahi içerik üretimi yapılmakta, kimin ne yaptığı, neye sevinip, neye üzüldüğü, ne giydiği, ne yediği

takip edilmektedir. Nelerin beğenilip, favori olduğu, nelerin desteklendiği sıklıkla paylaşmaktadır. Tüm bu süreçte insanların sosyal medyayı kullanımlarının yanında, markalar kadar, eğitimcilerin de bu dünyada yerlerini sağlamlaştırmaya çalışması önem arz etmektedir.

Bu sebeple bu çalışmada sosyal medya kullanımının öğretmenlerin mesleki gelişimlerine olan etkileri beden eğitimi öğretmenleri üzerinden incelenmiştir. Çalışmanın ikinci bölümü, sosyal medya kavramının ne olduğu, türleri, tarihsel süreçteki gelişimi, sosyal medyanın önemi ile eğitim alanında sosyal medya kullanımı hakkında bazı literatür araştırmaları ve istatistiki bilgilere yer verilmiştir. Üçüncü bölümde, beden eğitimi öğretmenleriyle yapılan anket üzerinden sosyal medya kullanımı değerlendirilmiş ve mesleki gelişimlerine ne kadar etkisinin olduğu tartışılmıştır.

### **1.1.Problem Durumu**

İletişim ve özellikle bilgi işlem alanındaki gelişmeler, yaşam şekillerini ve tüketim anlayışını değiştirdiği gibi, eğitim-öğretim alanını da etkisi altına almıştır. Özellikle bireylerin iletişim biçimleri, internet teknolojisiyle birlikte birçok yenilik ve farklılık kazanmıştır. Popüler kültür beraberinde insanlarda, içinde oldukları sosyal yapıda kabul görme isteğini harekete geçirmek; kendinden bahsettirme isteği uyandırmak gibi tutum ve davranışlar oluşturmaktadır. Birey, sosyal ağlarda kurduğu iletişimle, bazı taktikler kullanarak karşı tarafın zihninde istediği olumlu imajı yansıtmaya imkânını bulabilmektedir.

Dolayısıyla internet tabanlı uygulamaların kişiler arası oldukça yaygın olduğu günümüzde yalnızca metin içerikleri değil; ses kaydı, video, fotoğraf gibi birçok duyuya hitap eden farklı biçimdeki iletilerle iletişim sağlanmaktadır. Tüm bu iletişim ve ilişkilerde ise, birinci sırada “sosyal medya” yer almaktadır.

Eğitim-öğrenim açısından ele alındığında öncelikle Türkiye’de Milli Eğitim Bakanlığı (MEB) tarafından öğretmenlerin kendilerini geliştirmesi için nelerin yapıldığına, hangi uygulamalara önem verildiğine değinmek gerekir. Ülkemizde MEB personellerine yönelik olarak yürütülen birtakım mesleki gelişim çalışmaları

bulunmaktadır. Bunlar, atölyeler, seminerler, çalıştaylar, kurslar, uzaktan eğitimler şeklinde sıralanabilir. Her ne kadar ülkemizde resmi kurum ve kuruluşlar kanalıyla yapılan bu mesleki gelişime yönelik faaliyetlerin pek yeterli olmadığı düşünülse de, mesleki eğitimin daha verimli ve etkin hale gelmesi adına MEB'in de çalışmalar yaptığı bilinmektedir. Kısa adı TALIS olan "Uluslararası Öğretme ve Öğrenme Araştırması Raporu" nda 2010 yılı verilerine göre Türkiye'deki mesleki gelişim uygulamaları hakkında ciddi problemler olduğu ortaya konmuştur. (Büyüköztürk, Akbaba Altun, Yıldırım, 2010).

Avşar (2011) yaptığı çalışmada, beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin kurum içi eğitimle ilgili düşüncelerini ele almıştır. Çalışmaya katılanların çoğu, hizmet içi eğitim programlarının öğretmenlerin ihtiyacına göre planlanmadığını, uygulamayla ilgili öğretmenlerden görüş alınmadığını, programların geliştirilmesi için de katılanların fikrine başvurulmadığını dile getirmiştir. Sıcak ve Parmaksız (2016) yaptıkları çalışmada mesleki çalışmaların ihtiyaç analizleri yapılırken öğretmenlerin birebir bulunmadığı, mesleki çalışmaların sonuçlarının teoride kaldığı, hizmet içi eğitimlerde bulunanların kullandıkları tekniklerin yeterli olmadığı ve değerlendirme sürecinin pek başarılı olamadığı sonucuna varmışlardır.

Bu araştırmalardan mesleki gelişimin, öğretmenlerin devamlı değişim ve gelişim süreci içinde olarak topluma ve dünyaya adaptesini sağlayan önemli bir süreç olduğunu anlamak mümkündür. Mesleki gelişim, okul, öğrenci ve toplumun gereksinimlerinin yanı sıra, öğretmenlerin de ihtiyaçlarının göz önüne alındığı bir süreç olmalıdır. Dolayısıyla öğretmen ihtiyaçlarını en iyi belirleyen yine öğretmenler olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Öğretmenlerin bu anlamda gereksinimlerini karşılamak adına sosyal ağlara dâhil olmasının, çevrimiçi mesleki toplulukların da öğretmenlerin gereksinimlerine göre gelişmelerini sürdürmesinin, öğretmenlere yararlı olduğu düşünülmektedir.

Bu bağlamda çalışmanın ana konusu "Sosyal medya kullanımının beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin mesleki gelişimlerine etkisi" olarak belirlenmiş, öğretmenlerin sosyal medyayı nasıl kullandıkları ve mesleki gelişimlerine ne gibi katkılar sağladıkları merak uyandırmıştır. Günümüzde sosyal medya ağlarının her geçen gün

daha da gelişmesi kapsamında mesleki gelişim anlamında neler yapıldığı çalışmanın ana konusunu teşkil etmektedir.

### **1.2. Problem Cümlesi**

Beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin, sosyal medyanın mesleki gelişimlerine sağladıkları katkıyla ilgili olarak görüşleri nelerdir?

### **1.3. Araştırmanın Amacı**

Bu araştırmada; beden eğitimi öğretmenlerinin internet ve sosyal medya kullanımlarının ele alınması, öğretmenlerin mesleki gelişiminde sosyal medyanın rolünün tespit edilmesi ve sosyal medyanın mesleki gelişime katkısına yönelik öğretmen görüşlerinin incelenmesi amaçlanmıştır.

### **1.4. Araştırmanın Önemi**

Teknolojinin hızla gelişmesi ve sunulan iletişim araçlarına erişmenin hızlı ve kolay hale gelmesiyle sosyal ağların da kullanım sıklığı artmıştır. Günümüzün sürekli gelişme halinde olan internet teknolojileri sayesinde sosyal medya en çok kullanılan araçlardan biri olmuştur. Bireyler artık yaşamlarından kesitleri sosyal medya üzerinden paylaşmakta; başkalarını da bu şekilde takip edebilmektedirler.

Sanal platformlara ve sosyal medyaya erişimin daha hızlı ve kolay olması; buralarda, başka alanlarda olduğu gibi mesleki gruplarının oluşmasını kolaylaştırmış; böylelikle aynı meslek grubundaki insanlar, diğer bireylerle hızlı ve etkili iletişim kurmaya başlamıştır. Bu mesleki gruplara öğretmenler de katılmış; böylece aktif bir etkileşim sürecine girilmiştir. Ancak bu kolaylık zaman zaman bilgi kirliliklerine de sebep olabildiği için, özel olarak oluşturulan grupların ne kadar yararlı ya da verimli paylaşımlar yaptıkları konusunda bazı kaygılar uyanabilmektedir. Bu çalışma,



öğretmenlerin sosyal medyayı mesleki gelişimleri için nasıl kullandığını araştırmaktadır. Literatürde öğretmenlerin sosyal medyadaki etkinlikleri, Facebook, Twitter gibi platformları kullanmalarına yönelik birçok araştırma mevcuttur ancak beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin mesleki gelişimlerine yönelik kapsamlı çalışma azdır. Bu nedenle araştırmamız, alanındaki kapsamlı çalışmalardan olduğu için önem taşımaktadır.

Ayrıca bu çalışmayla sosyal medya üzerinden öğretmenlerin mesleki gelişimlerine yönelik yararlanıp yararlanmadıklarının tespit edilmesi, gelecekte bu alanda yapılacak araştırmalara bir yol haritası olması, literatüre katkıda bulunması, sosyal medyadaki mesleki gruplara rehber olması ve bu konudaki çalışmaların artmasına katkı sağlaması amaçlandığından önem teşkil etmektedir.

### **1.5. Sayıtlar**

Çalışmanın varsayımları şunlardır:

- i. Sosyal medyadaki mesleki platformlarda öğretmenlerin yaptığı yorum ve paylaşımların herhangi bir etki altında kalmadan yaptıkları varsayılmaktadır
- ii. Beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin sosyal medyayı aktif kullanmaları onların mesleki gelişimlerini olumlu etkilemektedir.

### **1.6. Sınırlılıklar**

Araştırmanın sınırlılıklarını şu şekilde sıralamak mümkündür:

- i. Araştırma spor ve beden eğitimi öğretmenine yöneltilen anket sorularından elde edilen verilerle sınırlıdır.
- ii. Araştırma, 2018 – 2019 Eğitim – Öğretim yılı itibariyle çalışmaya iştirak eden 203 beden eğitimi ve spor öğretmeni ile sınırlıdır.

## 1.7. Tanımlar

**Beden Eğitimi ve Spor Öğretmeni:** Çalıştığı kurumda veya okulda öğrencilerine beden eğitimi ile ilgili tutum, davranış, bilgi ve becerinin kazanılmasına yardım eden, mesleki formasyonunun gerektirdiği diğer görevleri de üstlenen kişidir.

**Sosyal Medya:** İnsanların internet aracılığıyla birbirleriyle kurdukları diyalog ve paylaşımlar genel olarak sosyal medyayı oluşturmaktadır. Sosyal medya kişiler arası paylaşımın en fazla olduğu “online medyanın yeni bir türü” olarak adlandırılmaktadır (Mayfield, 2012)

**İnternet Temelli Yetişkin Eğitimi:** Yetişkinlerin öğrenme özellikleri dikkate alınarak tasarlanan internet temelli eğitim.

## 2. KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

### 2.1. Sosyal Medya ve Kullanımı

Sosyal medya ile ilgili kapsamlı bir tanımlama yapmadan önce, sosyal medyanın temelini oluşturan “iletişim” kavramına değinmekte yarar vardır. En basit şekliyle iletişim, bireyler arasındaki tüm duygu, düşünce ve bilgi alışverişi olarak tanımlanmaktadır. İletişim aynı zamanda, bilginin üretilip aktarılması ve anlamlandırılması sürecidir(Dökmen, 2003: 19). Dolayısıyla konuşmak, dinlemek, yazmak, beden dilini kullanmak, hatta sessiz kalmak bile birer iletişim şeklidir. Tüm bu tanımlardan da anlaşıldığı gibi, iletişim yaşamda bir zorunluluktur. Kitlesele iletişimin ortaya çıkarak gazete, radyo ve televizyonun yaygınlık kazanmasıyla, büyük gruplara ulaşılmaya başlanmış, bu “yaşamsal zorunluluk” kavramı yeni bir boyut kazanmıştır(Türkoğlu, 2004: 19).

Bugün iletişim ve bilgi-işlem teknolojilerinin çok hızlı bir biçimde gelişmesi beraberinde, hızlı ve kesintisiz bilgi akışını sağlamış; kaliteli dijital iletişim ortamları oluşmaya başlamış; böylelikle insanlar birbiryle kısa sürelerde hızlı iletişim kurar olmuşlardır. Gelişmekte olan yeni teknolojiler, bireylerin iletişim şekillerinde köklü değişikliklere yol açmış; bu da “sosyal medya iletişimi” ni doğurmuştur.

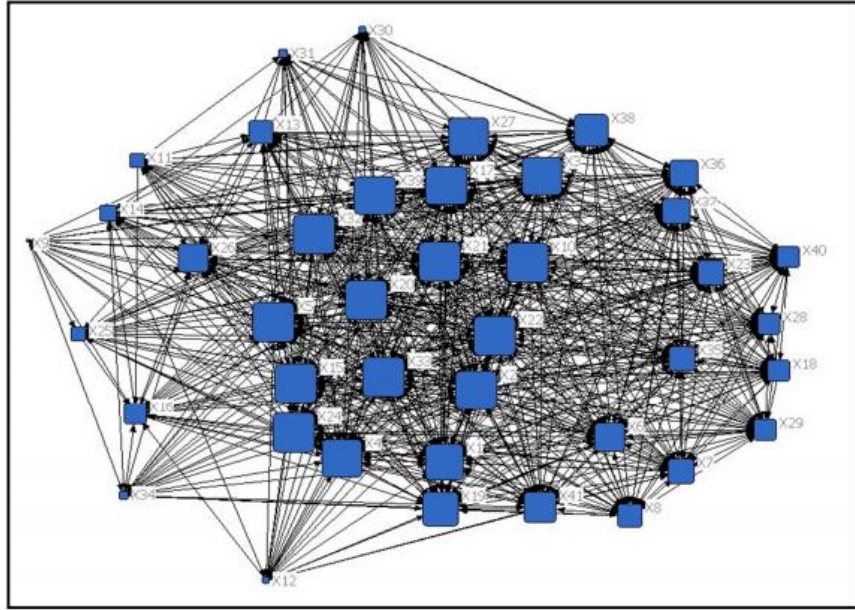
Bir diğer adı “yeni medya” olan sosyal medya, günümüzde, bireylere, belli sınırları olan bir sistemde, herkese açık veya kısmen açık profiller oluşturulmasına, diğer kullanıcıların listesini görebilmesine ve sistemde bulunan diğer üyelerin yaptıkları bağlantı listelerine bakarak, geçiş yapılmasına izin veren, temeli web olan hizmetlerdir (Boyd ve Ellison, 2008:211).

Sosyal medya; kullanıcılarının arkadaşları veya takip ettikleri hesaplar ile iletişim halinde olmasına; yazı, fotoğraf, video, müzik içerikli paylaşımlar yapmasına izin verdiği için bugünün en önemli sosyalleşme araçlarından biri olmuştur. Bu sosyal medyanın sahip olduğu önemli özelliklerden biri de, artık günlük yaşamın yani internet dışında kalan hayattaki faaliyetlerin de önemli bir kısmının çevrimiçi sosyal ağlar üzerinden yönetiliyor olmasıdır. (Kaplan ve Haenlein, 2010: 62). Dolayısıyla sosyal medya, kurum ve kuruluşların, siyasi partilerin, takımların, sivil toplum

örgütlerinin, eğitimcilerin, öğretmenlerin, eğitim platformlarının, sanatçıların, markaların, işletmelerin hatta devletlerin kullandığı en önemli iletişim araçlarından biri olmuştur.

### 2.1.1. Sosyal Medyaya Genel Bakış

Ağlar ile ilgili literatüre bakıldığında, çoğunlukla araştırmalara konu olan, “ağ yapılanması” veya “ağ içinde bir aktörün sahip olduğu bağlar ve bunları kullanım biçimleri” şeklindedir. Ağ düzeneği, birer birer bağların bir araya toplanmasıyla oluşmaktadır. Toplumsal ilişkiler seti bakımından zengin ve karmaşık olmasından dolayı bağların oluşturduğu bütün, resmedildiği zaman “örümcek ağı”na benzer bir şekil oluşmaktadır. (Yayla, 2010:25). Aşağıdaki şekli, buna örnek vermek mümkündür:



**Şekil 1. Sosyal Ağ Düzeneği**

**Kaynak:** Kahraman ve ark. 2018:25

Sosyal ağlar, geniş alanlar üzerinde bağlantıları içeren, özel içeriklerin sunulduğu “ilişkiler bütünü” şeklinde düşünülebilir. Sosyal ağ siteleri; web kullanıcılarını ortak ilgi alanları ile ortak bir paydada buluşturan, birbirleriyle

bağlantı kurmalarını sağlayan sitelerdir. Örnek olarak Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, LinkedIn, Pinterest, Snapchat, MySpace verilebilir.

Bir diğer tanımda sosyal ağ siteleri, kullanıcılarının şahsi bilgileriyle bir profil oluşturabildiği, arkadaşlarının bu profile erişmelerine, birbirlerine e-posta, davet, beğeni, anlık ileti vb iletmelerine izin veren uygulamalardır. (Kaplan ve Haenlein, 2010:63). Dolayısıyla sosyal ağlar, ortak zevk ve edimimleri olan bireyleri bir araya toplayan çevrim için web ortamlarıdır, denilebilir.

Sosyal ağlar, bir topluluk içinde ilişkilerin, o mecrayı ziyaret edenler tarafından meydana getirilmesiyle gerçekleşen ağlardır (Bursa ve Ünalır, 2010: 544). Yaygın şekliyle sosyal medya olarak ifade edilen sosyal ağlar, içeriklerin kullanıcılar tarafından belirlendiği, yayınlanıp paylaşım yapıldığı tüm çevrimiçi sistemin genel ismidir. Sosyal medya kullanarak bireyler, kendi içeriklerini oluşturup, Facebook, Twitter, Instagram, Youtube gibi platformlar üzerinden sanal topluluklara ulaşabilmektedir. Bireyler, çeşitli paylaşımlar yaparak, gerçek dünyanın bir benzerini bu sanal ortamlarda yaşamakta; başkalarının paylaşımlarını takip etmekte, böylelikle sosyal medya üzerinden “sosyalleşmiş” olmaktadır. Aynı zamanda sosyal medya sayesinde kişiler, herhangi bir konuda arama yapabilmekte, oyun oynayabilmekte, bilgi edinebilmektedirler (Tektaş, 2014: 852).

Kullanıcılarının çoğu ihtiyacını karşılamayı amaçlayan sosyal medya, kişilerin duygu ve düşüncelerini, yorum ve eleştirilerini, eserlerini paylaşabildikleri alanlar olduğu için, kitleler bu platformlarda bir araya gelerek, tartışma ortamları oluşturabilmekte, gruplar kurabilmekte, hatta birlikte harekete geçebilmektedirler. Dolayısıyla sosyal medya kullanıcıları için, onların “kendi medyalarını yarattıkları” söylenebilir. Bu yönüyle de geleneksel medyadan farklı olan sosyal medya; temelinde paylaşım yapılan, ücretsiz olan ve büyük grupları, hatta kitleleri, resimler, videolar, kelimeler ile bir araya getiren dijital platformlardır (Tektaş, 2014:853). Kullanıcılar, düşüncelerini aktarmak; eleştiride yapma, kişisel veya mesleki gelişimlerine katkıda bulunmak, iş aramak, yeni kişilerle tanışmak, farklı yerleri görmek gibi amaçlarla da sosyal medyayı yoğun şekilde kullanabilmektedir.

## 2.1.2. Sosyal Medyanın Özellikleri

Sosyal medyanın sahip olduğu nitelikleri daha iyi anlayabilmek için, “yeni medya” kavramından bahsetmek gerekir. Yeni medya, iletişim platformu olarak, bünyesinde “dijital kodlama sistemi, modülerlik ve hipermetinlik” özellikleri olan, etkileşimin çok hızlı olduğu bir alandır (Yengin, 2012: 128). Sosyal medyanın özelliklerini şu şekilde sıralamak mümkündür:

- i. **Sayısal Gösterim:** Yeni medya içeriklerinin tümü sayısal kodlardan oluşmaktadır. Bu durumda iki sonuç gerçekleşir. İlki, yeni medya içeriği matematiksel ifade edilebilir. İkincisi ise yeni medya içeriği “algoritmik bir manipülasyona” maruz kalabilir (Yanık, 2016: 901)
- ii. **Modülerlik:** Buna örnek vermek gerekirse, fotoğraf makinesi ile çekilen bir fotoğraf birçok pikselin bir araya gelmesiyle oluşur. Ayrıca bir fotoğraf, başka bir düzenleme programıyla da bir diğer fotoğrafın parçası olabilir. İşte bu türdeki resim, şekil, yazı, ses gibi etmenler, kendilerinden daha küçük parçaların toplanmasıyla oluşmaktadırlar. (Aksu, Çankaya ve Candan 2011:197-198).
- iii. **Hipermetinlik:** Hipermetin, metinler arasındaki bağlantıyı ifade etmektedir ve sosyal medyada metinlerin sınırsız veri toplama, güncelleme, paylaşma özelliklerivardır. Hipermetinler sayesinde, bir linkten başka bir linke gidilebilmekte; başlangıçtaki sayfaya geri dönülebilmektedir (Yengin, 2012: 126).
- iv. **Kimlik:** Sosyal medyada kimlik, kullanıcıların cinsiyet, yaş, meslek, eğitim, din, ilişki durumu gibi birçok özelliğini tanımladığı; paylaşıp paylaşmama kararının kendisinde olduğu alandır. Daha doğrusu sosyal medya için kimlik, kullanıcıların kendilerini ne denli ifade ettikler; hatta ne kadar doğru tanıttıklarıyla da ilgilidir. Sosyal medyada çoğu kullanıcı, kendi kimliği yerine “olmak istediği” kimliği ile bulunmaktadır (Aslan, 2011:8).
- v. **Etkileşimlilik:** Yeni medyada karşılıklı bir iletişim olduğu için, bu süreçte kullanıcı aktif bulunabilmektedir. Yeni medyanın geri bildirim özelliği ile sosyal medyanın en güçlü kitle iletişim aracı haline geldiğini söylemek yanlış olmayacaktır (Yengin, 2012: 127).

- vi. **Mevcudiyet:** Sosyal medya kullanıcılarının gerçekte ya da sanal alemde nerede olduğunu bilmek ve ulaşılabilir olup olmadıklarıyla ilgilidir. Sanal ortamda bu, “uygunluk belirtilen”, “gizliliği istenen” şeklinde yapılan anlık güncellemelerle belirtilmektedir (Aslan, 2011:8).
- vii. **Tanınma:** Sosyal medyada birçok anlama gelen tanınmayla ilgili basit bir örnek verilebilir: Kullanıcı, herhangi bir sosyal medya aracında kimlik (profil) oluşturur, arkadaş edinir, gruplara, uygulamalara ve etkinliklere üye olur. Zamanla bu profil, anketlere, oylamalara, oyunlara, yorumlara katılarak tanınır hale gelmeye başlar. Bu tanınma zamanla gerçekleşeceğinden, sosyal medya için “uzun zamanlı bir ilişki” şeklinde söz etmek mümkündür (Aslan, 2011:9).
- viii. **Bağımsız Bilgi Akışı:** Yeni medyadaki bir başka özellik ise bu platformlardaki bilgi akışının, geleneksel medyadan bağımsız ilerleyebilmesidir. (Yengin, 2012:127). Ancak sosyal medya bu noktada bazı eleştirilere de maruz kalmaktadır. Çünkü sosyal medya ile “yeni kanaat önderleri” nin oluşup oluşmadığı halen tartışma konusudur.

### 2.1.3. Sosyal Medya Kullanımını Etkileyen Faktörler

İnternetin ve sosyal medyanın yaşamlarımızda hızla yer alması; geleneksel gazeteciliğin, haberciliğin bile değişmesine yol açmış; gazeteciliğin kendisi kavramsal olarak değişime uğramıştır. Sosyal medyada paylaşılanlar, ortamında paylaşılan tüm durum ve olaylar, gazetelerin ve hatta tüm geleneksel medya organlarının bir numaralı kaynağı haline gelmiştir (Akçay, 2011:137).

Çünkü sosyal medya artık insanların hayatını yönlendirebilmekte; şekillendirebilmekte, hatta etkileyebilmektedir. Kullanıcıların yeni medyadan etkilenmesi ise, sahip olunan bazı niteliklerle bağlantılıdır. Bunlar, demografik özellikler, teknolojik ve ekonomik unsurlar ile toplumsal ve siyasi unsurlar şeklinde sıralanabilir (Akyazı ve Ünal, 2013:2-3).

### 2.1.3.1 Demografik Unsurlar

Alışveriş, sohbet, oyun, haber okuma gibi birçok amaç için kullanılan sosyal medyanın bu yönü, aslında farklı kimliklerde kullanıcılara sahip olmasından kaynaklanmaktadır. Bu yüzden de yeni medyanın kullanımında etkili olan faktörlerin başında eğitim durumu, cinsiyet, yaş gibi demografik unsurlar gelmektedir.

Demografik unsurların içinde en önemlilerinden olan yaş, sosyal medya kullanımında etkilidir. Çünkü sosyal medya araçlarının çoğu, belirli bir yaş kitlesine hitap etmektedir. Ayrıca yaşı genç olanlar, sosyal medyayı daha dinamik ve etkin kullanabilmektedir. (Akt. Karaduman ve Kurt, 2010).

Sosyal medya kullanımını etkileyen faktörlerden bir diğer demografik unsur ise cinsiyettir. Kadınların erkeklere göre veya aile yapılarına göre sosyal medya kullanımları değişiklik gösterebilmektedir. Ayrıca sosyal medya ortamlarının içerik ve güvenilirliğinden dolayı, erkekler ve kadınlar arasındaki kullanım oranları da birbirinden farklılık arz etmektedir. Çünkü yapılan birçok araştırmada kadın ve erkek kullanıcıların sosyal medyayı kullanım amaçlarının birbirinden farklı olduğu ortaya çıkmıştır (Özgen ve Doymuş, 2013: 91-92).

Demografik özelliklerden bir diğeri ise, kullanıcıların eğitim düzeyidir. Eğitim düzeyi arttıkça, daha çok soru soran, daha fazlasını ve kalitelisini isteyen bir kullanıcı grubu da oluşmaktadır. Ayrıca sosyal medyada, eğitim düzeyine göre de takip edilen konular birbirinden farklı olabilmektedir. Şöyle ki, üniversite mezunu bir kullanıcı, gündemi ve haberleri daha çok takip ederken; ilkökul mezunu kullanıcılar, sosyal medyayı çoğunlukla oyun oynamak, ünlülerin hayatını takip etmek, karşı cinsle arkadaşlık kurmak veya vakit geçirmek amacıyla kullanmaktadır. 2012 yılında yapılmış bir araştırmaya göre, Facebook kullanıcılarının %60'ı üniversite mezunuyken, Twitter kullanıcılarının %65'inin üniversite mezunu olduğu belirlenmiştir (Sözeri, 2012: 269-271).

Eğitim, insanların ilgi duyduğu alana göre de sosyal medyayı kullanımında etkili olan bir demografik faktördür. Bir öğretmen, yeni eğitim sistemi, sınavlara hazırlık, çocuklar için etkinlik geliştirme gibi konuları ve paylaşımları takip ederken, bir güzellik uzmanı, kozmetik ve makyaj malzemelerine yönelik hesapları takip



edecektir. Dolayısıyla kişinin yaptığı iş ve eğitim, sosyal medyanın kullanım amacını etkilemektedir, denilebilir (Bostancı, 2010: 44-45). Yapılan çoğu araştırma, demografik özelliklerin hem sosyal medya kullanım amacını, hem de kullanım şeklini etkileyen bir unsur olduğunu doğrular niteliktedir.

### **2.1.3.2. Teknolojik ve Ekonomik Unsurlar**

Sosyal medya kullanımını demografik faktörler etkilediği gibi, teknolojik ve ekonomik unsurlar da etkilemektedir. Öncelikle sosyal medyayı etkin ve verimli kullanabilmek için, yeterli teknolojik altyapıya sahip olmak gerekir(Kırtış ve Karahan, 2011:263). İstanbul Şişli’de yeterli teknik altyapıya sahip bir mahallede oturan kişinin sosyal medyaya erişimi ve kullanımı ile Muş’un bir köyünde bulunan kişinin sosyal medyaya erişimi ve kullanımı aynı olmayacaktır. Dolayısıyla köy ve şehir yerleşimleri de sosyal medya kullanımını etkilemektedir.

2008 senesinde yapılan bir araştırmada şehirde yaşayanlar ile kırsal yerde yaşayanların sosyal medya kullanım durumları karşılaştırılmış ve şu sonuçlara varılmıştır(Akt. Bostancı, 2010: 49):

- i. Kırsal alanda yaşayan kullanıcıların, sosyal medyadaki arkadaşları genellikle buldukları yakın coğrafyada olurken; şehirde yaşayanların sosyal medya arkadaşları farklı bölge ve ülkelerden olabilmektedir.
- ii. Kırsal alandaki kadın sosyal medya kullanıcı sayısı, şehirdesine göre daha düşüktür.

Ekonomik düzey de sosyal medya kullanım tercihlerinde de önem teşkil etmektedir. Şöyle ki, ekonomik gelir düzeyi yüksek bireylerin, gelir durumu düşük olanlara göre sosyal medyada daha çok kullanıcı tarafından takip edildiği saptanmıştır(Akçay, 2011:139).

### 2.1.3.3. Toplumsal ve Siyasal Unsurlar

Sosyal medya kullanımı, demografik, teknolojik ve ekonomik faktörlerden sonra; siyasal ve toplumsal unsurlardan da etkilenmektedir. Bu siyasi ve toplumsal unsurları, kültür yapısı, inançlar, sosyal sınıf, çevre, siyasi otorite, aile sıralamak mümkündür.

Sosyal sınıf, toplumun ortak değerleri, hayat tarzı, davranış şeklini benimseyen toplumun alt bölümleridir. Bu bağlamda bireyin öğrenim düzeyi, geliri, işi, yaşadığı yer gibi özellikleri, sosyal statüsünü yansıtır niteliktedir. Bunların hepsi, sosyal medyanın kullanım amacından, kullanım süresine kadar birçok konuyu etkiler. Geliri iyi olan biri, akıllı telefonundan ve bilgisayarından devamlı sosyal medyayı kullanma olanağına sahip bir kullanıcının çevresi de kendisine benzeyen kişiler ile şekillenmekte ya da sosyal medyada kendi statüsüne uyan insanlarla iletişime geçmektedir(Özgen ve Doymuş, 2013:93).

Sosyal medya kullanımında, dikkatle ele alınması gereken bir diğer konu da kişiliktir. Örnek vermek gerekirse, çevresiyle çok rahat iletişime geçemeyen insanlar, sosyal medyayı daha çok tercih edebilirler (Sözeri, 2012: 270). Ayrıca aile baskısı, çevre baskısı vb gibi nedenlerden dolayı da kişi, sosyal medyada profilini gizleyebilmekte; farklı kimlik kullanabilmekte ya da kullanımını herkese açık hale getirebilmektedir. Bunların yanında, geleneksel medyadan sosyal medya ile ilgili olumsuz haberler duyan kişiler de, sosyal medyayı kullanmayı bırakabilmektedirler.

Toplumdaki temel yapı taşı olan aile faktörü, sosyal medyanın kullanım şeklinde belirleyici bir unsurdur. Ailenin haricinde, bireylerin toplumda iletişim içinde olduğu arkadaş grupları, çalışma grupları gibi topluluklar vardır. Bu gruplar, gerçekte olduğu gibi, sosyal medya üzerinden de birbirlerine yakın olan dâhil olunan gruplarda yer alırlar(Akçay, 2011:140). Böylece birey, ilgi alanı olan, aktivitede bulunduğu gruplara, sosyal medya üzerinden katılabilmektedir. Tuttuğu takımla ilgili her şeyden haberdar olmak ve takımını desteklemek isteyen bir taraftarın sosyal medyayı kullanması buna örnek verilebilir.

Sosyal medya kullanımında etkili olan diğer faktör ise; siyasi unsurlardır. Ülkenin siyasi otoritesi sosyal medya kullanımını etkilemektedir. Eğer siyasi iktidarın

sağladığı özgürlük düzeyi yüksekse, o ülkedeki sosyal medya kullanımını yüksek olmaktadır. Çin, Kuzey Kore ve bazı Arap ülkelerindeki devlet rejimleri nedeniyle sosyal medya erişimi kısıtlıdır. Sosyal medya kullanımının Arap Baharı'ndaki etkisini inceleyen araştırmalarda, bu ülkelerde başlangıçta sosyal medya kullanımının az olup, daha sonra arttığı tespit edilmiştir (Akyazı ve Ünal, 2013:5).

#### **2.1.4. Sosyal Medyanın Tarihsel Gelişimi**

Her ne kadar sosyal medyanın esası iletişim kökenli de olsa, telefonun, telgrafın ve cep telefonunun icadı sosyal medyanın başlangıcı olarak sayılmamaktadır. Çünkü sosyal medya, kişisel iletişimden çok, kitle iletişimine yatkın olduğundan, farklı etkileşimlerin bir araya gelmesiyle oluşur. Dolayısıyla sosyal medyanın tarihçesindeki ilk adımın sosyal ağlardaki e-posta ile başladığını söylemek mümkündür.

Sosyal medyanın tarihçesi kronolojik olarak şu şekilde sıralanabilir (Çalışkan ve Mencik, 2015:256-257; Öncel,2012) :

- i. 1971- İlk elektronik posta gönderilmiştir.
- ii. 1978- Kısa adı BBS olan “Bulletin Board System” telefon hatları kullanılarak kullanıcılar arasında ilk veri aktarımı yapılmıştır.
- iii. 1979- İlk web tarayıcısı örnekleri “Usenet” vasıtasıyla dağıtılarak, ilk çevrim içi bülten örnekleri kullanılmıştır.
- iv. 1979-Ticari çevrimiçi servisler “CompuServe” ve “The Source” yayına başlamıştır.
- v. 1988- İlk internet aktarmalı sohbet anlamına gelen “IRC” istemci ve sunucu yazılımı geliştirilmiştir.
- vi. 1991- Kısaca “www” olarak ifade edilen World Wide Web'in gelişmesiyle tüm dünya için bir dönüm noktası başlamıştır.
- vii. 1994- İlk Network Sosyal Sitesi “Geocities” kurulmuştur.
- viii. 1995- Eski sınıf arkadaşlarını bulmak için ilk kez “classmates.com” kurulmuş; bununla insanların arasındaki normal yaşamdaki ilişkilerin dijital platformda da olabileceğinin ilk adımı atılmıştır.

- ix. 1996- Stanford Üniversitesi'nde doktoralarını yapmakta olan Larry Page ve Sergey Brin tarafından, ilk arama motoru olarak "Google" kurulmuştur.
- x. 1996- Profil veya isim kullanılmayan, karşılıklı sohbet programı olan "ICQ" yayın hayatına başlamıştır. ICQ'da kullanıcılar, kendilerine ICQ tarafından verilen kullanıcı numaraları ile ICQ kimliklerini oluşturmuşlardır.
- xi. 1997- "AOL" Anlık Mesajlaşma yazılımı yayınlanmıştır.
- xii. 1997-Kullanıcılarının profil kimliği oluşturup, arkadaş listelerini yayınladıkları "Sixdegrees.com" site olarak yayın hayatına başlamıştır.
- xiii. 1999- Türkiye'de, üyelerinin belirlenen kavramları, belli sınırlar dâhilinde düşüncelerini açıkladıkları "ekşi sözlük" site olarak hayata geçmiştir.
- xiv. 1999-İnternet üzerinden hazır programlarla belli konularda yazılar yazılması ve günlük tutulması şeklinde ortaya çıkan "Blogger", kısa bir süre sonra ücretsiz hizmet vermeye başlamış, bu da blog yazarlarının yaygınlaşmasını sağlamıştır.
- xv. 1999 yılında Microsoft tarafından "Messenger" programı geliştirilmiş; kullanıcılar, gerçek isimleriyle programı kullanmaya başlamıştır.
- xvi. 2001- "Wikipedia" çevrimiçi ansiklopedi olarak yayın hayatına başlamış; ansiklopedi bilgilerini halktan kişiler de yazabilmiştir.
- xvii. 2002- "Friendster" arkadaşlık amacıyla oluşturulan bir sosyal ağıdır.
- xviii. 2003- Sosyal web sayfası olarak tasarlanan "Myspace" kurulmuştur. Myspace, adından da anlaşıldığı gibi kullanıcıların kontrolünde arkadaşlık kurulabilen; kimliklerin, grupların, blogların, içeriklerin olduğu web sayfası olarak tasarlanmıştır.
- xix. 2003- "Linkedin" mesleki birimlerin ve meslek ağırlıklı profillerin paylaşıldığı sosyal ağ olarak kurulmuştur.
- xx. 2004- "Facebook" yılında Mark Zuckerberg tarafından arkadaşlık sitesi yazılımı olarak kurulmuş; daha sonra site halini 2006'da almıştır. İlk önce, Harvard Üniversitesi öğrencilerinin web üzerinden birbirleriyle bağlantıya geçtiği bir site olarak tasarlanırsa da, iki yıl içinde bütün kullanıcıların hizmetine sunulduğumuzda 1,3 milyar kullanıcıya ulaşmıştır.

- xxi. 2004- Türkiye’de Facebook ile eş zamanlı sosyal arkadaşlık ve paylaşım mecrası olarak “yonja.com” kurulmuştur. Fakat zamanla kendisini yenilemediği için öncelikli tercih edilen sosyal medya araçları arasına girememektedir.
- xxii. 2004- “Flickr” imaj ve fotoğraf paylaşımlarının yapıldığı sosyal medya sitesidir.
- xxiii. 2004- “Digg” haber paylaşım odaklı sosyal haber sitesidir.
- xxiv. 2005- “Youtube”, video paylaşım alanı olup bu alana büyük katkısı olmuştur.
- xxv. 2006- “Twitter” karakter limitinin 140 olduğu bir mikroblogtur ve fikir paylaşım alanıdır.
- xxvi. 2009- “Pinterest” imaj panosu olarak kurulmuş, 2010’da aktif hale gelmiştir.
- xxvii. 2009- “Foursquare” konum temelli bir sosyal ağ sitesi olarak kurulmuştur.
- xxviii. 2009- “Whatsapp” mobil sohbet ve iletişim uygulaması olarak geliştirilmiştir.
- xxix. 2010- “Instagram” dijital görsel/resim/fotoğraf odaklı bir site olarak kurulmuştur. Günümüzde kullanıcılarının canlı yayın da yapabildiği yaygın kullanılan bir platform halini almıştır.
- xxx. 2011- “GOOGLE+” herkese açık olan, davet koşulu olmayan ve Facebook’a rakip bir uygulama olarak tanıtılmıştır.
- xxxi. 2011- “Snapchat” başlangıçta akıllı telefonlar için geliştirilen, platformlar arası çalışma özelliğine sahip bir anlık mesajlaşma uygulamasıdır. Kullanıcılar bu uygulama ile birbirlerine yazılı metin, fotoğraf, ses ve video gönderebilmektedir.
- xxxii. 2012- “Vine”, Twitter’ın bünyesinde video paylaşım servisi olarak kurulmuştur.
- xxxiii. 2015- “Periscope”, Twitter’a ait canlı yayın yapan platformdur.
- xxxiv. 2015- “Scorp” video paylaşım odaklı bir sözlük denemesi olarak kurulmuştur.

Kısa bir zaman içinde bu kadar farklı ve çeşitli amaçlara yönelik platformun oluşması, ileriki yıllarda da sosyal medyanın önemini koruyacağını göstermektedir.

### 2.1.5. Sosyal Medya Türleri

Sosyal medya uygulamaları, ilk çıktıkları günden bugüne birçok değişiklikten geçmiştir. Kuruldukları ilk dönemde güvensizlik uyandıran, bazı eksikleri bulunan sosyal medya siteleri, bugün birçok kişinin hayatının parçası haline gelmiştir.

Beş yüzden fazla sosyal medya uygulamasının olduğu günümüzde, sosyal medya ile ilgili çok fazla araştırma ve sınıflama da yapılmaktadır (Özkömürcü,2012). Bu sınıflamaların en kapsamlı olanı Marketing Savant Şirketi'nden Heuvel tarafından yapılan sınıflamadır.

Aşağıdaki Çizelge 1'de Heuvel tarafından yapılan sınıflamaya göre sosyal medya türleri yer almaktadır:

**Çizelge 1. Sosyal Medyadan Bazı Uygulama Örnekleri**

<b>SOSYAL AĞ TÜRLERİ</b>	<b>SOSYAL AĞLAR</b>
<b>Sosyal Medya Yönetimi</b>	Namechk
<b>Bloglar</b>	Wordpress, MovableType, Drupal, Compendium, Scribfire, Windows Live Writer, Posterous, Tumblr, Instapaper, Google Analytics, Blogger
<b>RSS</b>	Google Reader, Google Alerts, Feed Burner, Pheedo, Freedly, Bloglines, Dlvrit, Fedlitz
<b>Wikiler</b>	PBWiki, Google Sites, Media Wiki, Wikipedia
<b>Sosyal ağlar</b>	Fcaebook, instagram, Linked In, Gist, MySpace, Nirg, Budyypress, Seismic, Niche Social Network
<b>Mikrobloglar</b>	Twitter, Hootsuite, Co-tweetdeck, Tweetbeep, Tweetie, Hastags.org, Polldaady, UberTwitter, WeFollow, Twellow, Twistory
<b>Video</b>	Youtube, Vimeo, UStream, Tubemogul
<b>Dinleme</b>	Boardreader, Socialmention.com, Radian 6, Trackur, Monitor This, NutsellMail, Technotai, Techrigy
<b>Formu/Gruplar</b>	Google Groups.
<b>Dosya Paylaşımı</b>	Scribd, Slideshare, Bearshare, Wetransfer
<b>Podcastler</b>	BlogTalkRadio, Podbean, Evoca, iTunes

<b>SOSYAL AĞ TÜRLERİ</b>	<b>SOSYAL AĞLAR</b>
<b>Özel Bilgi Paylaşımı</b>	Evernote, Diigo
<b>Sosyal Kitap Pazarlama</b>	Digg, Delicious, Reddit, StumbleUpon
<b>Halkla İlişkiler</b>	PitchEngine
<b>Fotoğraf Paylaşımı</b>	Instagram, Pinterest, Flickr, Picasa, SmugMug

**Kaynak:** Akt.Özkömürçü, H. (2012). *75 Farklı Sosyal Medya Sitesi*",  
<https://tamseo.com/75-farkli-sosyal-medya-sitesi/>, Erişim:17.02.2019

Bu çalışmada en fazla tercih edilen Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Linked In, Wikiler, Bloglar ve Google +(Plus) uygulamalarından bahsedilecektir.

#### **2.1.5.1.Facebook**

Daha fazla kullanıcı sayısına sahip olduğu ve yaygınlığı nedeniyle, diğer sosyal medya araçlarına oranla daha popülerdir. (Çalışkan ve Mencik, 2015: 265)

Mark Zuckerberg, 2004’de Harvard Üniversitesi öğrencisiyken öncelikle sadece okuduğu okulun öğrencilerine yönelik olarak Facebook’u kurmuş; bir ayda öğrencilerin yarısına ulaşmayı başarmıştır. Site, kısa sürede popüler olunca, Zuckerberg, birkaç ay sonra siteyi, bütün Ivy League okullarını ve işletmelerini kapsayacak şekilde genişletmiştir. 26 Eylül 2006 itibariyle 13 yaş üzeri herkese açık hale gelen Facebook, günümüzde dünyanın en yaygın sosyal paylaşım ağı olmuştur (Çalışkan ve Mencik, 2015: 266).

Facebook’daki profiller, kullanıcı tarafından oluşturulmakta; kullanıcılar cinsiyet, ilişki durumu, siyasi görüş, tuttuğu takım, medeni durumu, dini ve tüketim tercihlerinin neler olduğunu platform üzerinden paylaşmaktadır.Facebook kullanıcıları, arkadaşlarını bulup ekleyerek onların profilini görebilmekte ve böylece onlarla iletişim halinde olabilmektedirler. Mesajlar, resimler ve videolar için açık bir alan olan “Duvar”, kullanıcıların fotoğraf ve albüm yükleyebildikleri, fotoğraftaki diğer kişileri etiketleyebildikleri “Fotoğraflar”, kullanıcıların ne yaptıklarını ya da ne

düşündüklerini 160 kelime ile arkadaşlarına ilettikleri “Durum” (Status) gibi uygulamalar da, Facebook’un başlıca özellikleri arasındadır. Zamanla Facebook’da arkadaş doğum günlerini ve yaklaşan etkinlikleri hatırlatma, farklı oyunlar, hediye gönderme uygulaması, Chat (Messenger) uygulaması, Instagram’da olduğu gibi canlı yayın yapabilme, anlık hikâye (story) paylaşabilme gibi birçok yenilik ve özellik eklenmiştir.

Dolayısıyla tüm bu özellikleri nedeniyle Facebook’un kendisini devamlı geliştirip yenilediğini söylemek mümkündür; ayrıca Facebook’u diğer sosyal medya araçlarından ayıran temel özelliği de budur.

### **2.1.5.2. Twitter**

Kullanıcılarının 140 karakter kullanarak düşünce ve duygularını yazmasına izin veren Twitter, bir mikroblog uygulaması olarak kurulmuştur. (Kaplan, Haenlein, 2010: 67) Kullanıcılar, Twitter üzerinden çeşitli web sitelerinin linklerini de paylaşabilmektedir. Birbirini Twitter üzerinden takip eden kullanıcılar, “tweet” denilen kısa metin paylaşımları yapmakta, birbirlerine cevap yazmaktadır. Dünya üzerinde Twitter’ın kayıtlı 105 milyondan fazla kullanıcısı olduğu bilinmekle birlikte, Twitter’a günde 300 bin yeni kullanıcı üye olmakta ve her ay 180 milyon ziyaretçi de siteyi ziyaret etmektedir. ([http://www.huffingtonpost.com/2010/04/14/twitter-user-statistics-r\\_n\\_537992.html](http://www.huffingtonpost.com/2010/04/14/twitter-user-statistics-r_n_537992.html), Erişim:19.05.2019)

Ayrıca Twitter, sponsorlu (promoted) reklâm uygulamaları sayesinde çoğu markanın tanıtımını yapabildiği bir mecra olarak görülmektedir. Twitter, Facebook’a göre daha yetersiz pazarlama metotlarına sahip olsa da, reklâm mecralarını çeşitlendirme üzerinde çalışmalarını sürdürmeye devam etmektedir. Artık Twitter üzerinden de video, resim paylaşımı yapılabilmekte; Twitter’ın kendi bünyesinde olan Vine ile canlı yayın da yapılabilmektedir.



### **2.1.5.3.Youtube**

PayPal'dan eski üç arkadaşın (Jawed Karim, Chad Hurley ve Steve Chen) 15 Şubat 2005'te şirketlerin ve kişilerin günlük hayatlarındaki faaliyetleri yayınlamaları için kurdukları Youtube, 2006 yılında 1,65 milyon dolara Google tarafından satın alınmıştır (Akar, 2011: 95-96).

Halen Google bünyesinde geliştirilerek yayın yapmaya devam etmektedir. Sitenin genel amacı, kullanıcıların video yükleyip, bu videoların izlenmesi ve paylaşılmasıdır. Günümüzde Youtube'a her gün 6000'in üzerinde video yüklenmekte ve içerik geliştirilmektedir (Arklan ve Kartal, 2018:935).

Mayfield'e göre dünyanın birçok yerinde, her gün yüz milyondan fazla Youtube aracılığıyla video izlenmektedir (Mayfield, 2008: 24). Youtube verilerine göre, 6 milyar saat izlenirken, bu rakam 2017'de 30 milyar saate ulaşmıştır..

Youtube kullanıcıları, hem üretici hem de tüketici konumunda olup, kendi kanallarını açarak, önceden hiç bir yerde yayınlanmamış özgün içerikler yayınlamanın yanı sıra, beğendikleri bir klibi, film parçasını, dizi bölümünü başkalarıyla paylaşabilmektedir. Bu durum Youtube kullanıcılarını kendi hazırladıkları görsellerin adeta yönetmeni haline getirmekte, kendi yayın akışlarını oluşturma imkânı vermekte, esnek ve alternatif bir televizyon izleme şekli yaratmaktadır (Koçak ve Oyman, 2012:179).

### **2.1.5.4.Instagram**

Kevin Systrom ve Mike Krieger adlı iki girişimci tarafından 2010'da kurulan Instagram, temelinde insanların birbirleriyle fotoğraflarını paylaşmalarını sağlamak için ortaya atılmıştır. (Özeltürkay, Bozyiğit ve Gülmez, 2017:177). Daha önce popüler fotoğraf paylaşım sitesi Flickr iken; bugün onun yerini Instagram almıştır. Dolayısıyla “bireysel resimli web günlükleri” amacıyla 2010'da kurulan Instagram, aylık 150 milyondan fazla aktif kullanıcısı olan bir sosyal medya paylaşım sitesidir (Özeltürkay ve ark. 2017:178).

2012 yılının sonuna kadar sadece akıllı telefonlarda kullanılabilen Instagram, Facebook tarafından 1 milyar dolara satın alınmış ve en yaygın kullanılan fotoğraf paylaşım platformu özelliğine sahip olmuştur.

Instagram, Facebook bünyesinde olduğundan beri giderek daha çok gelişme göstererek, işletmelerin, kurum ve kuruluşların, sivil toplum kuruluşlarının, markaların seslerini duyurabildikleri, paylaşımında buldukları, önemli bir mecra haline gelmiştir. Günümüzde Instagram'a kullanıcıların yer bildirimini yapması, anlık hikaye (story) paylaşması, Instagram TV ile interaktif olarak canlı yayın yapabilmesi gibi özellikler de gelmiştir

#### **2.1.5.5. Wikiler**

Wiki, İngilizce "What I Know Is"(Bildiğim kadarıyla) sözcüklerinin ilk harflerinin kısaltması olan bilgi sayfaları topluluğudur. (Bostancı, 2010:63). "Sanal ortam günlükleri" olarak da ifade edilen Wikiler, oldukça dinamik bir görünüme sahip olup, sanal ortamdaki karşılaşmaların ve fikir alışverişlerinin yoğun olduğu ortamlardır.

İlk wiki'nin, Ward Cunningham tarafından 1995'de hazırladığı bilinmektedir. Cunningham, yarattığı siteye "wiki" adını verirken, Hawai dilinde "hızlı" manasına gelen "wiki wiki" sözcüğünden esinlendiği rivayet edilmektedir (Bostancı, 2010:64).

Wiki sayfalarına herkes yazabilir, üzerinden düzenlemede bulunabilir. Bu grubun en bilinen sosyal medya uygulaması ise Wikipedia'dır. Wikipedia'da hazırlanan çalışmalar, belirli başlıklar altında listelenerek, arşiv yapılabilmektedir. Ayrıca her Wikipedia kullanıcısı, sayfalara bilgi yazarak, müdahalede bulunabilmektedir (Kuyucu, 2013:139-140).

#### **2.1.5.6. Bloglar**

Yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte gelişen yeni iletişim ortamlarından biri de bloglardır. En kısa tanımıyla "Web günlüğü" olarak ifade edilen blog, fazla teknik bilgiye gerek olmadan, kullanıcının kendi isteğine göre günlük gibi

yazabildiği web siteleridir. 1999 yılında Blogger'ın bu hizmeti ücretsiz vermeye başlamasından sonra, blogların kullanımı kısa sürede yaygınlık kazanmaya başlamıştır (Akıncı, Vural ve Bat, 2009:2744).

Google, 2003 Şubat'ta, Blogger'ı satın almış; Google araç çubuğuna, ziyaret edilen sayfanın adresini doğrudan bloga girmeyi sağlayan "Blog This!" tuşunu yerleştirmiştir. İngilizce bilen birçok internet kullanıcısı, ilk kez bu düğmeyle birlikte bloglar ile tanışmıştır (Akıncı, Vural ve Bat, 2009:2745).

Blogların, dikkat çekmesinin en önemli nedenlerinden biri, internette pratik bir mecra olmasıdır. Ayrıca bloglar, internet kullanıcılarına tek bir sayfa üzerinden ve herkese açık bir biçimde dünya genelindeki insanlarla bağlantı kurmalarını sağlamaktadır (Akıncı, Vural ve Bat, 2009: 2754)

Blogları sosyal medyada etkin hale getiren bir başka önemli nokta da, blog sayfalarında yazılan görüş ve yazıların Google Reader gibi belli ana başlıklarda toplanan konuların okuyucu kitlelerine "RSS" (Really Simple Syndication-Çok Basit Birleştirme) sistemi ile doğrudan ulaştırılabilmesidir. Ayrıca bloglar, digital üyelikler sağlayıp, ulaştıkları kitlelere devamlı mesaj gönderme özelliğine de sahiptir.

#### **2.1.5.7.Linked In**

Facebook'tan sonra günümüzde hızla yayılan ve popüler hale gelen sosyal ağlardan bir diğeri de daha çok iş arayan ve işverenleri buluşturan LinkedIn olmuştur.2003'de faaliyete geçen LinkedIn, dünya çapında 500 milyon üyesi olan 170'den fazla sektöre hitap eden ve 200 ülkeden alanında uzman kişileri biraya getiren bir sosyal ağdır (LinkedIn, 2018).

Profesyonel iş bağlantıları ve genellikle kişisel kullanım için olan LinkedIn, üyelerine çalışacak personel sağlama, iş arayanlar için ortak alanlarla ilgili bağlantı kurma, iş ortaklığı kurmaya da müşteri bulma hizmeti sunmaktadır. Bireyler, yaptıkları iş kolunda kurulmuş olan topluluklara LinkedIn üzerinden katılıp iş çevrelerini arttırabilmektedir.

İnsan kaynakları sektörü tarafından sıklıkla tercih edilen LinkedIn, şirketler aracılığıyla, işe alınacak donanımlı çalışanlara, potansiyel müşteri ve iş ortaklarına ulaşma fırsatına da sahip olan ibr platformdur.

## **2.1.6. Sosyal Medyanın Kullanım Amaçları**

### **2.1.6.1. Sosyal Medyanın Araştırmada ve İletişimde Kullanımı**

Sosyal medya bazı alanlardaki başarısını kanıtlamıştır. İnsanlar, sosyal medyayı sadece arkadaşlık kurmak, eğlenmek için değil araştırma yapmak için de kullanmaya başlamıştır. Jeong ve Bozkurt (2014:183-203), bireylerin çevrimiçi eğitim modüller isayesinde sosyal medya teknolojilerinin de kolay ve esnek yapıda olduğunu ortaya koymuştur. Sosyal medya teknolojilerinin çoğunda ihtiyaç olanesas konu, internete ulaşmak, uygulamaları kullanmak ve bilişim teknolojileri becerilerini desteklemektir.

Kişinin yeni bir sosyal medya aracını doğru olarak kullanabilmesinde; internette bulunan eğitici video kayıtlarına ve yazılı metinlere erişmesi yeterli olmaktadır. Sosyal medya sitelerinde genellikle geniş bir destek özelliği olduğundan, bu durum, sosyal medyaya esnek bir yapı olması özelliği kazandırmaktadır. Böylelikle birçok durumda, bir bilgisayardan veya mobil cihazdan, sosyal medya araçlarına erişim sağlanabilmektedir. Kullanımın kolaylığı ve erişimin sınırsız olması, toplumsal iletişimde süreklilik sağlamaktadır. Sosyal medyada kurulan iletişimde zaman ve mekân engeli pek yoktur(Akıncı, Vural ve Bat, 2009: 2755). Kişinin yaşam tarzına, görüşüne uygun sayfalar ve gruplar oluşturmasına olanak sağlar. Böylece diğer kullanıcılar da bilgiye birinci derece kaynağından ulaşmış olmaktadır.

### **2.1.6.2. Sosyal Medyanın Eğlence Amaçlı Kullanımı**

İnternet teknolojisinin hızla gelişmesiyle sosyal medya kanalları da insanlara yeni iletişim imkânları sunar hale gelmiştir. Günümüz internet kullanıcıları artık akıllı

telefon, tablet, dizüstü bilgisayar gibi cihazlarla internete kolaylıkla bağlanarak; arkadaş edinme, kendini ifade etme, gazete okuma, oyun oynama, film izleme, yemek siparişi verme, alışveriş yapma, radyo dinleme, video izleme gibi diğer başka iletişim araçlarına gerek kalmadan, günlük yapabilecekleri işlerin çoğunu tek bir araçla gerçekleştirebilmektedir.

Her geçen gün daha yeni ve farklı teknolojik cihazların çıkması; yeni sosyal medya araçlarının oluşmasını hızlandırmaktadır. Her aracın farklı kullanımı amacı ve işlevi olduğu için, hitap edilen kullanıcı kitlesi de farklılık gösterebilmektedir. Ancak her ne kadar kişilerin tercih ettiği sosyal medya araçları ve kullanım sıklığı değişiklik gösterse de, sosyal medyanın “eğlence” amacıyla kullanımı kaçınılmazdır. Çünkü burada eğlence ile anlatılmak istenen sadece oyun platformlarına üye olmak veya çevrimiçi oyun oynamak değildir. Müzik dinlemek, beğendiği sanatçıları takip etmek, film izlemek, çekilen video veya fotoğrafı paylaşmak da eğlence amaçlı sosyal medya kullanımına örnek olarak verilebilir.

İbiş ve Engin’in (2016) üniversite gençleri üzerinde yaptıkları bir araştırmada, sosyal medyanın daha çok hangi amaçla kullanıldığı sorusuna cevap aranmıştır. Araştırmaya katılanların sosyal medya araçlarını prestij amacı ile kullanım oranları da yüksek (%47,3) çıkmıştır. Araştırmaya katılanların sosyal medyayı en çok arkadaşlık geliştirme, seyahat planlama, kampanyaları takip etme, yeni ürünlerle ilgilenme, ortak ilgi alanlarına yönelme amacıyla kullandıkları tespit edilmiştir. Dolayısıyla özellikle genç kullanıcıların sosyal medyayı, ürün ve hizmet satın almada fikir edinmenin yanında çeşitli eğlence, vakit geçirme, iletişim kurma gibi amaçları yanı sıra eğlence, vakit geçirme, iletişim kurma gibi amaçlarla da kullandıkları belirlenmiştir (İbiş ve Engin, 2016: 1493-1495).

### **2.1.6.3. Sosyal Medyanın Eğitim-Öğretimde Kullanımı**

Sosyal medya ortamları Akar (2010), Kaplan ve Haenlein (2010) gibi araştırmacılar tarafından, kullanım amaçlarına göre “sosyal ağlar, mikrobloglar, bloglar, vikiler, medya paylaşım siteleri, sanal dünyalar, podcastlar, sosyal işaretleme siteleri ve RSS” olarak bazı sınıflara ayrılmıştır. Bu kategorilerin esas alınarak oluşturulan alt

başlıklarda, sosyal medyanın eğitimde kullanılması ve alan yazında yapılan çalışmalar incelenmiştir.

Sosyal medyanın eğitimde kullanılmasına yönelik yapılmış olan çalışmalarda genellikle öğrencilerin ve öğretmenlerin tutum ve görüşleri üzerinde durulmuş; özelde ise en çok Facebook ve Twitter'ın ağırlıklı olarak kullanıldığı bilgisine varılmıştır. Eğitim yönetimi anlamında okul yöneticilerinin ve öğretmenlerin düşüncelerini araştıran ya da sosyal medyanın eğitimde kullanılmasını içeren çalışmalar ise azdır.

Birbiri (2012), "Eğitim ve Öğretim Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımı" adlı araştırmasında, Türkiye'deki ve yurt dışındaki çalışmaları inceleyerek, sosyal medya araçlarının, çoğunlukla ortaöğretim ve yükseköğretimde kullanıldığını; öğretmenler yönünden ise "akran öğrenmeleri ve gizil öğrenmeler" için kullanıldığını belirlemiştir.

Mazman (2009), "Sosyal Ağların Benimsenme Süreci ve Eğitsel Bağlamda Kullanımı" isimli çalışmasında, Facebook'un benimsenmesinin fayda, kullanım kolaylığı, sosyal etki, kolaylaştırıcı unsurlar ve topluluk kimliği ile anlamlı ve olumlu bir ilişkiye sahip olduğunu tespit etmiştir.

Benzer biçimde Binbin (2013), "Sosyal Medya ve Sınıf Yazıları: Katılım, Etkileşim ve İşbirliği" adlı araştırmasında eğitim süreçlerine sosyal medya teknolojilerinin entegre edilmesinin; öğrencilerin etkileşim, katılım, okuryazarlık becerisi ve işbirliğibecerilerinin gelişmesine katkı sağlayacağı sonucuna varmıştır.

Yapılan birçok çalışmada kullanıcı sayısının fazla olması ve çalışmaların yoğunluğu göz önüne alınarak, sosyal medyanın eğitimdeki katkısının en çok görülebileceği alanın Facebook'un olduğu görülmektedir. Facebook'un ön planda olan ve diğer sosyal medya araçlarından ayıran özelliği, eğitsel uygulamalara da sahip olması ve bunlara kullanım desteği verebilmesidir. Facebook'un eğitime ve mesleki gelişime katkısı konusunda da literatürde birçok araştırma ve uygulama örneği mevcuttur. Ayrıca Facebook bünyesinde; öğrencilerin grup oluşturması, öğretmen topluluklarının olması, ders dokümanlarının paylaşımı, belli konularda tartışma yapılabilmesi, ders planlamalarının ve sınav duyurularının yapılması gibi fonksiyonlara sahip olup; Facebook'un canlı video akışı ve kolaj resim

uygulamasının ilk adımlarını atması da eğitim açısından değerlendirilebilecek bir gelişmedir (Çalışkan ve Mencik, 265-266).

Facebook haricinde araştırmacı ve eğitimcilerin çoğu, Twitter'daki üyeleri kullanarak da öğrenme adına bazı aktivitelerin yapılabileceğini düşünmektedir. Örnek vermek gerekirse, Junco, Helbergert ve Loken, 2011 yılında ABD'de sağlık bilimleri I. sınıfta öğrenim gören 125 öğrenci üzerinde yaptıkları bir araştırmada, Twitter'ın eğitimin bir parçası olarak kullanıldığı zaman, öğrencilerin daha katılımcı ve aktif olduklarını tespit etmişlerdir. Bu araştırmayla Twitter'ın da Facebook kadar öğrenciler ile öğretmenler arasında alternatif bir iletişim aracı olabileceğini vurgulamışlar; bunun derse katılımı olumlu etkileyeceğini belirtmişlerdir (Junco, Helbergert ve Loken, 2011: 129-131).

Facebook ve Twitter kadar önemli olan bir diğer sosyal medya aracı ise video paylaşım siteleridir. Birçok araştırmacı video Paylaşım sitelerinin de eğitim amacıyla kullanıldığında faydasının çok olacağını düşünmektedir. Video paylaşım sitelerinden en fazla kullanılanlar You Tube, Vimeo, Dailymotion, Google Video, Vidivodo ve Türkiye'de de İzlesene siteleridir. Bu sitelerin bazıları “embed kodlarını” paylaşımına açarak, isteyen kullanıcıların kanal sahibi olmasına olanak tanımaktadır. Video paylaşım sitelerinin diğer bir kısmı da eğitsel ya da farklı içerikli videoları yalnızca yayınlayan konumda hizmet vermektedir. Bilhassa bazı eğitimciler, You Tube bünyesinde bulunan kendi kanallarında öğrencilerin takip etmelerini istediği ders videolarını, sunumlarını paylaşmaktadır (Özmen ve Yıldırım 2011). Yine bu gibi sitelerde, eğitimciler de kendilerine uygun olan kanal ve içeriklere göre, mesleki gelişimlerine katkıda bulunabilmektedirler.

Çalışmanın ikinci bölümünde eğitimde sosyal medya kullanımına ayrıntılı yer verilecek olup, öğretmenlerin mesleki gelişimleri ve çevrim içi öğrenme toplulukları detaylı incelenmeye çalışılacaktır.

## **2.2. Eğitimde Sosyal Medya Kullanımı**

Eğitimde sosyal medyanın kullanımına geçmeden önce internetin kullanımına değinmekte yarar vardır. Çünkü internetin eğitim-öğretimde kullanılmaya

başlanması, diğer alanlara göre daha geç olmuştur. Her ne kadar eğitimde internetin yaygın olarak kullanılmaya başlanması geç olsa da, kullanım oranı giderek artmaya devam etmektedir. Çünkü internet, her zaman kullanıma hazır olan, bilgiye çabuk erişilebilen, anında dönüş yapan bir platformdur (Tavşancıl ve Keser, 2002: 80-81). Böyle bir ortamda eğitime yönelik imkânların da gelişmesi, hem internet üzerinden gerek öğrenci ve öğretmenlerin kendilerini geliştirmelerine, gerekse uzaktan eğitime yeni bir boyut kazandırmıştır.

Temeli 1970'li yıllarda atılmış olan uzaktan eğitim programları, 1998'de ABD'de 1.6 milyon; 2001'de ise 3 milyon öğrenci kapasitesine ulaşmıştır. Sanal ortamdan eğitim veren okul ve üniversiteler sayesinde, birçok kişi, evinden derslere katılabilmekte, hatta ikinci bir diplomanın bile sahibi olabilmektedir. İnternet üzerinden eğitimle birlikte soru sorma, cevap alma, proje ve ödev hazırlama, sınav olma, programa farklı şehirlerden veya ülkelerden katılanlar ile iletişim halinde olma, haber, paylaşım ve tartışma grupları kurularak dinamik bir eğitim-öğretim alanı oluşturulabilmektedir (Metzger, Flanagan ve Zwarun, 2003:272-274).

Günümüzde birçok eğitim kurumu, interneti yoğun kullanmakta, notların verilmesi, ödevlerin kontrolü internet üzerinden sağlanabilmektedir. İnternet hem öğrenciye, hem de öğretmene global anlamda istenen zamanda, kendi öğrenme hızlarına uygun, kendi istedikleri gibi bir çalışma ortamı sunabilmektedir (Tavşancıl ve Keser, 2002: 82).

Gerek öğrenme, gerekse öğretme faaliyetlerinde internet teknolojilerinin kullanılması, öğrenmenin de kalıcı ve etkili olmasını kolaylaştırmaktadır. Öğrenme ortamlarının; farklı ve öğrenme etkinliklerini kapsayan eğitsel yazılımlar, web tabanlı öğrenme ortamları, oyun tabanlı öğrenme ortamları ve e-öğrenme içerikleri kullanılarak zenginleştirilmesi; böylelikle de öğrenenlerin derse odaklanmalarının, öğrenmelerinin, dikkat vermelerinin, motivasyonlarının ve ders başarılarının artması mümkündür (Çelen, Çelik ve Seferoğlu,2011: 766).

Teknolojinin hızla gelişmesi, web uygulamalarının eğitimde kullanılması bireylerin farklı fırsatları yakalamalarına; gündemi, hobileri, deneyimleri ve fikirlerini karşılıklı paylaşım geliştirmelerine olanak sunmaktadır. Dolayısıyla sosyal medya uygulamaları da, yeni teknoloji ile üretilen internet uygulamaları içinde oldukça



önem kazanmış durumdadır. Bunların getirisi olarak günümüz insanının iletişim ve bilgi etkileşiminin, eski yıllara göre çok daha farklı olduğu söylenebilir.

Sosyal medya kişilerin bireysel özelliklerini ve yeteneklerini öne çıkartmalarını sağlayan; ortak ilgi alanları ile ilgili grup kurmalarını kolaylaştıran, takım çalışması bile yapabildikleri bir ortam sunmaktadır. Böylelikle öğrenme konusuna yoğunlaşan teknolojilerin de artması daha da mümkün hale gelmektedir. Sürekli erişilebilen sosyal medya, eğitim alanına bu kadar dâhil edildiğinde hem öğrencilerin, hem de öğretmenlerin eğitim-öğretim ortamına aktifolarak katıldıkları, dâhil oldukları ve uygulanan içeriklerin birlikte üretildiği inovatifsosyal bir süreç oluşturmak mümkündür (Ajjan ve Hartshorne, 2008:77).

Ayrıca sosyal medya uygulamalarının herkes tarafından kullanılabilirdiği ve yapılan paylaşımların kullanıcılar tarafından kolay bir biçimde yönetilebilirdiği için aktif öğretim-öğrenme teknikleri yönünden başarılı olacağı da savunulan görüşler arasındadır(Ajjan ve Hartshorne, 2008:78).

Bundan başka öğretmenlerin eğitim-öğretim faaliyetlerinde sosyal medya ürünlerinden faydalanmak konusunda sıkıntı yaşayacaklarını düşündükleri için uzak kalmayı seçtikleri yönünde görüşler de vardır. Ancak öğrenciler internet teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte uygulamalara ve araçlara daha çabuk adapte olmaktadır. Sürekli olarak renkli, sesli ve hareketli ürünler hazırlayıp, bunlara hikâyeler ekleyip takip edilmesi bakımından çekici hale getirilmişpaylaşımlara sahip olan öğrencilerin, sosyal medya uygulamalarının öğretmenleri tarafında kullanılmasına büyük ilgi gösterebilecekleri düşünülebilmektedir. Bu uygulamaların eğitim öğretim çalışmaları içinde kullanılmasıönemli olup; sosyal medya uygulamalarıyla zenginleştirilmiş eğitim öğretim faaliyetlerini verimli kullanma becerilerinin öğretmenlere ve öğretmen adaylarına kazandırılması da önem teşkil etmektedir(Albion, 2007: 182-184).

Burada çalışmanın ana konusunu oluşturan internet teknolojileri içinde sosyal medyanın öğretimde nasıl kullanıldığı ile ilgili değerlendirmeler; öğretmenlerin mesleki gelişimi, öğretmenlerin sosyal medya kullanımı ile ilgili yapılan araştırmalar ve eğitimcilerin sosyal medya istatistikleri ele alınarak incelenecektir.

### 2.2.1. Öğretmenlerin Mesleki Gelişimi

Sosyo-ekonomik, bilimsel, teknik yönleri ile kişisel ve toplumsal yaşam için zorunlu iş paylaşımları sonucunda ortaya çıkan bir uğraş olarak tarif edilen meslek; kişinin yöneldiği veya ilgi duyduğu alanla ilgili olarak da belli bir yeterliliğe sahip olması gerektiğini öngörür. Şöyle ki, bir bireyin hemşire olabilmesi için, o meslek hakkında yeterli bilgi, birikim ve donanımına sahip olması gerekir. Aynı şekilde öğretmenlik yapabilmke için de, öğretmenliğe ilişkin eğitimden geçerek, bu bağlamda öğretmenlik mesleğinde yetkin olunması gerekmektedir (Herdman, 2012:3-4).

Mesleki gelişim, bir meslek grubunda olanlar için devam eden eğitim ve faaliyetleri kapsayan “işgücü geliştirme” ifadesinin daha spesifik hale gelmiş şeklidir. Mesleki gelişim, genel olarak bireyin mesleki rolündeki gelişmesini ifade eder. Bir meslekte ya da işte bireyin zamanla bilgi ve becerisini geliştirdiği, devamlı olarak öğrenmeyi gerekli kılan süreç olarak da dile getirilmektedir (Hoque, Alam ve Abdullah, 2011:338-339).

Literatür araştırması yapıldığında öğretmenlerle ilgili mesleki gelişim çalışmalarının 1970’li yıllarda ABD’de başladığı görülmektedir. Tüm meslekler için önemli olan “Mesleki Gelişim” kavramı, öğretmenlik mesleğinde daha önemli hale gelmektedir. Öğretmenlerin öğrencilerine rehberlik ettiği bilgiler de zamanla değişmekte, hatta dün doğru kabul edilenler, bugün yanlış sayılabilmektedir. Ayrıca öğretim yöntemlerinin de her geçen gün gelişip farklılaşması da öğretmenlerin mesleki gelişiminin önemini arttırmış olmaktadır. Öğrencilerin başarılı olması ve bunda devamlılığın sağlanması için de öğrenciye eğitimi ve öğretimi veren öğretmenlerin mesleki yönden kendilerini geliştirmeleri gerekir (Bilge ve Arslanargun, 2018:280).

Öğretmenlerin mesleki gelişimlerinin gerek uzmanlık alanları, gerekse pedagojik açıdan birlikte ele alındığında, öğrencilerde istenen başarı düzeyine gelinebilmektedir. Milli Eğitim Bakanlığı tarafından 2006’da yayımlanan Tebliğler Dergisi’nde öğretmenlerin mesleki yeterliklerinde öğretmenlerin mesleki gelişimi hakkında “Öz değerlendirme yaparak değişim ve sürekli gelişim için çaba harcar. Yeni bilgi ve fikirlere açıktır, kendisini ve kurumu geliştirmede etkin rol oynar. Mesleği ile ilgili

mevzuatı izleyerek bunlara uygun davranır” şeklinde bahsedilmektedir (MEB, 2006).

Öğretmenlerin mesleklerini icra ettikleri dönem boyunca, dinamik bir süreç olan mesleki gelişim; yapılan araştırmalara göre de, öğrencilerin hayat boyu öğrenme becerisi kazanımında önem taşımaktadır. Okul müdürlerinin de burada mesleki gelişimleri desteklemesi, göz önüne alınması gereken bir başka husustur (Bilge ve Arslanargun, 2018:281). Başka bir deyişle öğretmenlerin mesleki gelişimi; yaşam boyu öğrenme kapsamı içinde, eğitim öğretimin kalitesini arttıran, yenilik aracı olarak görülen bir süreçtir (Bümen, Ateş, Çakar, Ural ve Acar, 2012:32-33). Öğretmenlerin mesleki gelişiminde esas amaç, öğretmenin sınıftaki etkileşiminin ve öğretmenin öğrenciyle olan davranışlarında da gelişimin arttırmaktır. Dolayısıyla mesleki gelişim, kişilerin kendi gayreti sonucunda daha verimli olabilmeleri amacıyla gerçekleştirilen çalışmalar şeklinde tanımlanmaktadır.

Bilgi, yetenek ve becerinin artırılması; meslekte öğrenmenin gerçekleşmesini sağlamak için yapılması gereken faaliyetler şeklinde ifade edilen mesleki gelişim, bilhassa son yıllarda eğitimin daha iyi hale gelmesi adına bir ‘gereklilik’ halini almıştır. Öğretmenlerin mesleklerinde başarılı olabilmesi ve günümüz şartlarında daha verimli olabilmeleri için, bererilerini geliştirmeleri, bilgilerini sürekli yenilemeleri gerekmektedir. Mesleki gelişim, meslekte ilerlemeyi ve gelişimi sağlayabilmek adına sistemli şekilde planlanan fırsatları ve tecrübeleri kapsayan uzun vadeli bir süreçtir. Bu uzun süre içinde öğretmen, mesleğini yaptığı müddetçe aktif ve devamlı öğrenmeyi gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda ele alındığında mesleki gelişim, öğretmenlerin hayat boyu öğrenme sürecinin hem önemli bir bileşeni, hem de alt süreci şeklinde karşımıza çıkmaktadır (Bümen ve ark.2012:33).

### **2.2.1.1.Türkiye’de Mesleki Gelişim Programları**

Kısa adı TALIS olan “Uluslararası Öğretme ve Öğrenme Araştırması Raporu” nda 2010 yılı verilerine göre, Türkiye’de mesleki gelişime yönelik önemli sorunların olduğu dikkat çekmektedir. Rapordaki rakamlara bakıldığında mesleki gelişim programlarına katılan öğretmenlerden yalnızca %25’i katıldıkları programların etkili

olduğunu belirtmiştir. Bu oranın bu kadar düşük olmasının nedenleri incelendiğinde, öğretmenlerin ders programları yoğun olduğu için mesleki gelişim faaliyetlerine katılmadığı, öğretmenlerin özel ve sosyal hayatlarındaki sorumlulukları sebebiyle mesleki gelişim programına yeterince vakit ayıramadıkları ve ‘mesleki gelişim’ adında yapılan faaliyetlerin çoğunun kendileri için uygun olmadığı gerekçesiyle katılmadıkları yönünde cevaplar verdikleri görülmüştür. Öğretmenlerin bu programlar kapsamındaki faaliyetlerinde en etkili buldukları; alanlarıyla ilgili kişisel veya grup şeklinde araştırma yoluyla yapılan etkinlikler, meslektaşlarına yaptıkları rehberlik faaliyetleri, meslektaşlarıyla ilgili gözlemleri, yetiştirme süreçleri ve görev yapılan okullar haricindeki okullara yapılan inceleme amaçlı gezilere katılma olduğu görülmektedir. Öğretmenlerin en fazla sırasıyla, “özel eğitim ihtiyacı olan öğrencilere öğretim” alanında (%63), “eğitimde bilgi teknolojileri kullanım becerisi” (%54) ve “çok kültürlü ortamlarda öğretim” (%53) alanlarında mesleki gelişime gereksinim duydukları dikkat çekmektedir. Ayrıca mesleki gelişim etkinlikleri için ücret ödeyen öğretmenlerin, ücret ödemeyen meslektaşlarına göre, yapılan faaliyetlere daha çok katıldıkları ve daha istekli oldukları da tespit edilmiştir (Büyüköztürk ve ark. 2010).

TALIS 2010 yılı raporundan günümüze gelindiğinde, Türkiye’de çok fazla sayıda Suriyeli göçmenin ve eğitim görmesi gereken çocuğun olduğu göz önüne alınırsa, yukarıda belirtilen sıralamaya “çok kültürlü ortamlarda öğretim” başlığı altında bir mesleki gelişim programının ilave edileceği düşünülebilir. Ayrıca öğretmenler için özellikle Fatih Projesi gibi bilgi işleme dayalı projeler için “eğitimde bilgi teknolojileri kullanım becerisi” konulu mesleki gelişim programları geliştirilebilir.

### **2.2.2.Çevirim İçi Öğrenme Toplulukları**

İnternet teknolojilerinin günümüzdeki hızlı gelişimiyle birlikte, web, dünya genelinde uzaktan öğretim ve öğrenme süreçleri yönünden tercih edilen etkileşimli, ekonomik ve dinamik öğretim ortamları haline gelmiştir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin günümüzdeki hızlı gelişimi sayesinde ortaya çıkan çevrimiçi öğrenme, şekillenerek eğitim hayatına giren yeni eğitim yöntemleri içinde önemli bir

konumda bulunmaktadır. Zaman ve mekândan bağımsız öğrenme, esnek sayıda katılım gibi geleneksel öğretimin sağlayamadığı imkânları, çevrimiçi öğrenme ortamları sağlayabilmektedir. (Halttunen ve Jarvelin, 2005:950). Dolayısıyla günümüzde internetin eğitimdeki temel araçlardan biri olması, web desteği ile beraber eş zamanlı olmayan öğrenme ortamlarının yaygınlık kazanmasına zemin hazırlamaktadır, denilebilir.

Çevrimiçi öğrenme topluluklarının diğer topluluklara oranla daha farklı bir yapısı bulunmakla birlikte bu farklılığı şöyle ifade etmek mümkündür: Grup içindeki öğrenen bireyler, aynı zamanda öğretici de olabildiği için, öğrenen bireylerin birbirlerinin öğrenmelerini desteklemesi, bu farklılığı oluşturmaktadır. Çevrimiçi öğrenmede ilk akla gelen, web tabanlı öğrenme sistemleridir. Web tabanlı eğitimlerin, birebir yapılan eğitimler kadar, başarı ve tatmin sağladığı, hatta olumlu yönde davranış ve tutum geliştirdiği de söylenmektedir(Horzum, Özkaya, Demirci ve Alparslan, 2013:80-81).

Çevrimiçi öğrenme ortamlarının avantajlı olduğu kadar dezavantajlı yanları da vardır. Geleneksel öğrenme ortamlarında yüzyüze iletişim etkili olurken; çevrimiçi platformlarda daha çok e-posta, forum, web destekli sohbet programları şeklinde iletişim sağlanmaktadır. Öğrenen ve öğreten bireylerin iletişim kurmak için sadece internet kullanmaları sonucunda, ortamdan uzaklaşma, yalıtılmışlık hissi gibi durumların da oluştuğu sonucuna varılmıştır(Ouzts, 2006:286). Ayrıca kişilerin duygularının olumsuz yönde etkilenmesi, öğrenme sürecini de olumsuz etkilemekte ve motivasyon kaybına sebep olabilmektedir. İsteksiz bir biçimde yapılan öğrenme ise kalıcı olmamaktadır. Bu durum çevrimiçi öğrenme ortamlarını kullanan kişiler tarafından dezavantajlı bir durum şeklinde nitelendirilmektedir. Tüm bu sebeplerden dolayı, geleneksel ortamda olan yüz yüze iletişim ve etkileşim eksikliğini gidermek için 2000’li yılların başında yüz yüze öğretim olanağı sunan web programları geliştirilmeye başlanmıştır. Ayrıca “Online Learning Community” adı verilen çevrimiçi öğrenme topluluklarının da önü açılmıştır (Bülbül, Tuğtekin, İlic, Kuzu Ve Odabaşı, 2016:173).

Öğretmenlerin mesleki gelişimleri açısından interneti kullanmaları ise yine çevrim içi topluluklar aracılığıyla olmuştur. Bu sözğ geçen çevrimiçi öğrenme topluluklarını da yine sahip oldukları kaynakları ve tecrübelerini paylaşan öğretmenler

kurmuşlardır. Ürettikleri içerikler ve var olan içeriklere katkıda bulunan öğretmenler, böylelikle çevrimiçi öğrenme toplulukları içinde etkileşimlerini arttırmış olmaktadır(Sarıdaş ve Deniz, 2018:11-12).

Çevrimiçi öğrenme topluluklarının sahip olduğu ortak özellikleri şöyle sıralamak mümkündür:

- i. Bireyler, gereksinimlerini karşılarken ya da birtakım rol ve sorumluluklar üstlenirken kendi aralarında etkileşim kurarlar
- ii. Belirli bir amaç doğrultusunda (bilgi paylaşımı, hobi, hizmet alma, ihtiyaç gibi) bireyler arasında bir etkileşim olur
- iii. Çevrimiçi öğrenme topluluklarının yazılı ve yazılı olmayan kuralları, burada aktif olan bireylerin etkileşimini yönetir
- iv. Toplum içinde kişiler arasında birlikte hareket etme, aidiyet duygusu, hızlı iletişim kurma gibi tutum ve davranışları olumlu yönde etkiler.

Çevrimiçi öğrenme toplulukları kurmak kolay olsa da, buna devam etmek zordur. Bir çevrimiçi öğrenme topluluğunu sürekli hale getirmek için, topluluk içindeki katılımcılarla da devamlı iletişim içinde olmak, sınıf dışı etkileşim için alan yaratmak, etkileşimi kolay hale getirecek araçlar kullanmak, etkileşimi yönlendirmek, yapıcı öğrenme teknikleri kullanmak gerekmektedir (Aydın, 2002).

Çevrimiçi öğrenme toplulukları kendiliğinden oluşturulabildiği gibi, belli bir kişi veya kurum tarafından da gerçekleştirilebilir. Ancak kendiliğinden oluşan grupların dışındaki diğer gruplarda isteksizlik ve motivasyon azalması görülebildiği için, bu topluluklar çabuk dağılmakta ya da belirli bir yaptırımla devam etmektedir. Öğretmenlerin oluşturduğu çevrimiçi öğrenme topluluklarında da kendiliğinden biraraya gelen öğretmenler daha çok paylaşım yaparken; kişi, grup veya kurum tarafından kurulan topluluklarda paylaşım sıklığı daha az olmaktadır(Paloff ve Pratt, 2005).

Çevrimiçi öğrenme toplulukları oluşumları açısından değerlendirildiğinde formal (profesyonel) ve informal şeklinde iki gruptur. Kurum ve kuruluşlar tarafından belirli bir plan dahilinde belirlendiği topluluklar formal topluluklar ya da profesyonel topluluklar olarak adlandırılırken; bireylerin kendi inisiyatiflerini kullanarak kurduğu, belli bir planı olmayan topluluklar ise informal topluluklar adını almaktadır (Sarıdaş ve Deniz, 2018:13).

İnformal ve profesyonel çevrimiçi öğrenme topluluklarına aşağıda daha detaylı yer verilmiştir.

### **2.2.2.1. İnfornel Çevirim İçi Öğrenme Toplulukları**

Belirli bir planın ya da programın olmadığı, hayatın içinde kendiliğinden gelişeren oluşan informal eğitimde, kişiler, tecrübelerini anlatıp, içinde oldukları toplulukların üyeleri ile iletişim halinde kaldıkça, yeni bilgiler edinmiş olmaktadır. Yolda, seyahatte, işyerinde, okulda, televizyon izlerken, kısacası hayatın içinde kendiliğinden gelişen öğrenme türü, infornel çevirim içi öğrenme türüne girmektedir (Öztürk ve Talas, 2015:102-103).

Öğretmenler çoğunlukla bireysel öğrenme ağ tabanları şeklinde tanımlanan geniş sosyal ağ tabanları oluşturmakla beraber bu ağlara katılım sağlamaktadırlar. Bu ağlara katılım için de, Türkiye’de EBA dışında çevirim içi ağlara katılımı ilgili resmi bir girişim bulunmadığı için, bu ağlar “informal çevrimiçi öğrenme topluluğu” şeklinde tanımlanabilir. “Çevrimiçi mesleki toplulukları”adıyla ifade edilen öğretmen ağlarında, topluluk içinde üyeler birbirlerini desteklemek, rehberlik yapmak ve birbirlerine kaynak sunmak gibi amaçlarla biraraya gelmektedirler. Ayrıca çevrimiçi mesleki gruplar içindeki farklı içeriklere erişim sağlayan öğretmenler, bunları aynı zamanda derslerde öğrencilerine de uygulamaktadırlar. Bu tür topluluklardaki kontroller de, yine topluluk içindeki üye öğretmenler tarafından sağlanmaktadır. Ancak kontrollerin üzerinden herhangi bir bilimsel çalışma ile üzerlerinden geçilmemektedir. Çevrim içi toplulukların bir avantajı da, öğretmenlerin aynı anda birden çok çevrimiçi mesleki topluluğa üye olabilmeleridir. Ayrıca öğretmenler, katıldıkları çevrimiçi topluluklarda eriştikleri bilgiyi kendilerine göre düzenleyebilmekte; mesleki gelişim içerikli paylaşımlarda da bulunabilmektedirler. Yapılan bu paylaşımların da diğer grup üyelerinin mesleki gelişimlerine katkı sağladığı söylenebilir (Sarıdaş ve Deniz, 2018:24-25).

### 2.2.2.2. Profesyonel Öğrenme Toplulukları

Profesyonel öğrenme toplulukları, belirli bir plan dahilinde kurulan, belli kişiler, topluluklar ya da kurum ve kuruluşlar tarafından da faaliyete geçirilen topluluklardır. Bu türdeki toplulukların işbirlikçi öğrenme ve uygulama, destekleyici ve paylaşılmış liderlik, paylaşılmış vizyon ve hedefler, paylaşılmış deneyimler ve durumlar gibi birtakım ortak özellikleri bulunmaktadır. Bu ortak özelliklerden kısaca bahsetmek gerekirse; şöyle bir sıralama yapılabilir (Vangrieken, Meredith, Packer ve Kyndt, 2017: 48-52):

- i. *İşbirlikçi Öğrenme Ve Uygulama:* Topluluk içinde bilginin sürekliliği sağlanır. Bu topluluklarda sürekli öğrenme amaç edinilerek, öğretmenlerin de ihtiyaçları, karşılıklı iletişim kurularak giderilmeye devam etmektedir.
- ii. *Destekleyici Ve Paylaşılmış Liderlik:* Okullarda, öğretmenleri izleyen, genelde okul müdürleridir. Ancak profesyonel öğrenme topluluklarında kurum yöneticilerinin liderlik görevi topluluk için dağılmaktadır.
- iii. *Paylaşılmış Vizyon Ve Hedefler:* Profesyonel öğrenme topluluklarında hedef ortaktır. Topluluk da bu hedef çevresinde gelişimine devam eder.
- iv. *Paylaşılmış Deneyimler Ve Durumlar:* Öğretmenler, topluluk içinde kendi meseleleri ile ilgili diğer üyelerle iletişim kurup birbirlerine tecrübelerini aktarırlar. Topluluk içinde çözülen problem, öğretmenin sorunla mücadele etmesine yardımcı olmaktadır. Destekleyici durumlar ise, grup üyelerinin bir konuya karar vermesi, problem çözmesi, yaratıcı çalışmalar gibi konularda fikir üretme, ortak bir çözüm üretme gibi insani durumların topluluk içinde destek görmesidir.

### 2.2.2.3. Çevirim İçi Öğrenme Sürecini Etkileyen Faktörler

Çevrimiçi öğrenme topluluklarının verimli ve etkin bir şekilde devamlılığını sağlayabilmesi için, topluluk üyelerinin de birtakım özelliklere sahip olması gerekmektedir. Yapılan birçok çalışmada ve araştırmada çevrim içi topluluklarda etkin bir başarı elde edebilmek ve buradaki kazanımlarını uygulayabilmek için,



topluluk üyelerinde aşağıda sıralanan özelliklerin olması gerektiği kabul görmektedir (Sezgin, 2013:26-27):

- i. Sosyal etkileşim içinde bulunabilme
- ii. Çevirim içi uygulamalara yatkın olma
- iii. Öğrenmek için belli amaçların olması
- iv. Otokontrole sahip olma
- v. İşbirliğine açık olabilme
- vi. Net yazılı ifade edebilme
- vii. Eleştirel düşünce yetisine sahip olma
- viii. Kuvvetli iletişim becerisine sahip olma
- ix. Akran değerlendirme becerisine sahip olma

Çevrimiçi topluluklarda, beklenen öğrenmenin olabilmesi için, yukarıda sayılan etmenlere bakıldığında, çoğunlukla iletişim ve etkileşimin ön planda olduğu dikkat çekmektedir. Ayrıca çevrimiçi platformalarda öğrenme için, öğrenenlerin niteliklerinin, öğrenme sürecini etkileyen bir unsur olduğu söylenebilir (Sezgin, 2013:27). Her ne kadar yukarıda sayılan özelliklerin, çevrimiçi öğrenme gruplarında ya da uzaktan eğitim gibi platformlarda etkili olduğu düşünülse de; kendiliğinden kişiler tarafından oluşturulan çevrimiçi gruplarda da bu sayılan özelliklere yakın üyelerin olduğu düşünülmektedir.

### **2.2.3. Sosyal Medya Platformları Üzerinden Mesleki Gelişim**

Günümüzde “web tabanlı öğrenme”, “çevrimiçi öğrenme” kavramları kadar artık sosyal ağlar üzerinden öğrenme, sosyal medya üzerinden öğrenme gibi ifadeler de kullanılmaya başlanmıştır. Ağ tabanlı öğrenmeyi diğer kavramlardan ayıran en temel özellik, topluluktaki üyelerin birbirleri ile olan etkileşimidir. “Ağ tabanlı öğrenme”, çoğunlukla sosyal medya platformlarının bir eğitim aracı olarak kullanılmasıyla gelişen bir öğrenme türüdür (Sarıdaş ve Deniz, 2018:24-25).

İnsanların internetin altyapısını kullanarak birbirleriyle iletişim halinde olmaları, “sosyal medya”yı oluşturmakta; kullanılan her web sitesi ise “sosyal paylaşım siteleri” şeklinde adlandırılmaktadır. Sosyal paylaşım siteleri fikir, duygu, düşünce,

video, resim, içerik gibi birçok türde paylaşım yapma imkânı veren, bu paylaşımlarla insanların, eğlenme, vakitgeçirme, beğenilme gibi tutum ve davranışlarının yanında özellikle belli meslek grubundakilerin bu alana yönelik paylaşımlarla kendilerini geliştirdikleri platformlardır. İnternetin kullanıcı sayısı arttıkça, sosyal paylaşım platformları da güçlenmeye devam etmektedir (Dursun, 2011:43-44).

Sosyal ağlar artık sadece arkadaşlık, aktivite, eğlence amaçlı kullanılmamakta; bireylerin kendi ilgi alanları ve mesleklerine yönelik kendilerini geliştirme olanağı da sağlamaktadır. Böylece çeşitli öğrenim ve öğretim alanları oluşmakta; sosyal medyadaki topluluklar üzerinden kişilerin benzer problemleri, düşünceleri, amaçları paylaşabilmektedir. Bu durum da öğrenmenin daha kalıcı ve hızlı olmasını sağlamaktadır. İşbirlikli bu etkileşim; sosyal destek, bilgi edinme ve paylaşma ve içerik oluşturma şeklinde fayda sağlamaktadır (Özmen, Aküzüm, Sünkür ve Baysal, 2011:43-44). Eğitim-öğretim alanında sosyal medyanın kullanılması, insanlar arasındaki etkileşimi arttırdığı için öğrenmenin de kalıcılığı artmış olmaktadır.

Sosyal medyanın eğitimde kullanılmasıyla ilgili olarak bazı araştırmacılar, sosyal paylaşım platformlarını “yapılandırmacı yaklaşım” a dayandırmış; bazıları da sosyal medyayı “sosyal öğrenme kuramları” ile ilişkilendirmiştir (Öztürk ve Talas, 2015:106-108).

Sosyal medyanın eğitim aracı olarak kullanılmasının getirdiği bazı avantajları ise şöyle sıralamak mümkündür (Yamamoto ve Demiray, 2011:39-41):

- i. Sosyal medyanın eğitimde kullanılması; eğitimin kalitesini ve verimini artırır.
- ii. Sosyal medya araçlarının eğitimde kullanılmasıyla daha kısa sürede öğrenme sağlanabilir.
- iii. Sosyal medya zaman ve mekândan bağımsız olduğu için, kısa sürede etkili öğrenme sağlar.
- iv. Anında geri bildirim alınma imkânı yüksektir.
- v. Dersin istenildiği kadar tekrar edilmesine olanak vermektedir.
- vi. Ders içeriklerine daha kolay erişilebilir.
- vii. Sosyal medya araçları ekonomiktir.
- viii. Sosyal medya kullanılarak dersler eş zamanlı arşivlenebilmektedir.

- ix. Değerlendirme duysal bağlamda öğrenme ortamları tasarımına izin verilebilmektedir.
- x. Bilgiye ulaşma, değerlendirme, kullanma ve alıntılama becerilerini geliştirdiğinden araştırma, bilgi ve beceri artırmada gönüllülük esasını arttırmış olmaktadır.

Aşağıda sosyal medya araçlarının mesleki gelişim açısından nasıl kullanıldığı ele alınmıştır:

***Facebook:***

Günümüzde mesleki gelişim bağlamında en fazla kullanılan sosyal medya aracı Facebook'tur.Dünya genelinde bir milyondan fazla kullanıcısı olan Facebook üzerinden, oluşturulan kişisel profille Facebook içindeki diğer kişisel profiller arasında etkileşimsağlanabilmektedir.Yine oluşturulan bu profiller sayesinde Facebook üzerinden oluşturulmuş diğer sayfalara da erişim sağlanabilmektedir. Facebook'un bireysel hesaplarda arkadaş sınırı 5.000 olduğu için; 5.000 kişiden daha fazla insanla iletişim kurmak isteyen kişi, tüzel kişi veya kurumlar, yine Facebook üzerinden sayfa oluşturmaktadır. Oluşturulan sayfalar üzerinden de, sayfa takipçileri ile etkileşimde bulunmak mümkündür. Facebook üzerinde oluşturulabilen bir başka hesap ise, grup/topluluk hesaplarıdır(Özmen, Aküzüm, Sünkür ve Baysal, 2011:45-46).

Gruplar, forum siteleri gibi karşılıklı iletişim kurulan, üye sayı sınırı olmayan, kişisel bir profil ile de kurulabilen platformlardır. İnsanlar, sahip oldukları ortak özellikler ışığında, etkileşimde bulunmak amacıyla benzer özellikteki diğer kişiler ile ortak paylaşımlarda bulunabilmektedirler. İşte bu noktada öğretmenlerin kurmuş oldukları gruplar, hep popüler, hem de işlevsel olmaktadır(Öztürk ve Talas, 2015:106-108).

Dolayısıyla Facebook gruplarının genel olarak iki şekilde oluştuğunu söylemek mümkündür. Bunlardan ilki açık gruplardır. Açık gruplara, gruba üye olmadan, onay gerekmeden de içerik, yorum ve yapılan paylaşımlar görüntülenebilmektedir. Bir diğer grup türü ise, kapalı gruplardır. Bu türdeki gruplarda, paylaşım ve yorumlar yalnızca grup üyeleri tarafından görüntülenebilmektedir; gruba üyelik ise tercihe bağlı olarak grup yöneticisinin onayı veya üye onayıyla olmaktadır.Yine Facebook gruplarının kapalı ya da açık olması, üyelerinin on birliğiyle de belirlenebilmektedir.

Grupların içinde kullanıcılar aktivite oluşturup, ortak paydada bunu birbirleri ile paylaşabilmekte veya tartışabilmektedir. Bu yüzden çevrimiçi mesleki gruplar denildiği zaman da, ilk akla gelen sosyal platform Facebook olmaktadır(İşman ve Albayrak, 2014:130).

Facebook'un özellikle öğretmenlerin mesleki gelişim amacıyla kullanmaları, öncelikle kullanıcı öğretmenlerin iletişim becerilerinin gelişmesine yardımcı olur. Facebook'taki mesleki gruplar sayesinde, bilginin yayılması kolaylaşır. Ayrıca öğrenen bireylerin olumlu tutumları gelişeceği gibi işbirlikli çalışma ve yardımlaşma da daha kolay hale gelir (Çoklar, 2012:43-45).

Facebook'un ücretsiz olması ve birçok öğretmen tarafından da kullanması, bu platformun öğretmenlerce eğitim ortamına çevrilmesinde etkili olmuştur. Öğretmenler, Facebook'taki kapalı gruplarla kendileri için özel ortamlar oluşturabilir; grup içinde paylaşılan içeriği kontrol edebilirler. Bununla birlikte "öğreten-öğrenen, öğrenen-öğrenen" içerik etkileşimi sağlanmaktadır. Facebook'un kolay kullanılabilir olması ve sisteme giriş için herhangi bir bilgi gerektirmemesi de, öğretmenler için diğer kolaylaştırıcı özelliklerindedir (İşman ve Albayrak, 2014:132).

#### ***Twitter:***

Mikroblog olarak yayın hayatına başlayan Twitter, mesleki gelişim açısından önemli hale gelmiştir. Twitter'da "#" (hashtag) işaretiyle belli bir konuda etiketleme yapılmakta; bu etiket üzerinden ortak paylaşım yapan kişiler, belli bir zamanda topluluk oluşturup, ortak görüşlerini paylaşarak diğer insanların o etiket altındaki fikirlerine ulaşabilmektedir. Ayrıca kişiye yaşamıyla ilgili kısa güncellemeler yapma fırsatı da veren bir blog türüdür. Twitter'ın yazı alanında belirli bir karakter sınırı olduğundan, üye olan bireyler görüşlerini, duygu ve düşüncelerini kısa ve öz paylaşırlar (Öztürk ve Talas, 2015:109).

Twitter, dünyanın birçok ülkesinde etiketin yaygın kullanılması sayesinde gündem oluşturma gücüne de sahiptir. Bu özelliği ile Twitter, ortak bir problem veya duyuru ihtiyacı hissedildiğinde, büyük toplulukların, kitlelerin sesi olabilmektedir. Twitter'ın iletişim ve bilgi amacıyla en fazla kullanıldığı alan, tartışma alanıdır. Belirli bir konu

hakkında tartışan üyeler, görüşlerini ‘tweet’ olarak gönderip fikirlerini savunabilmektedirler. Mesleki gelişim açısından platforma üye olan öğretmenler, Twitter’da organizasyon, seminer, eğitim, konferans, kitap, soru, problem vb ile ilgili düşüncelerini paylaşabilmektedir(Odabaşı,Mısırlı, Günüç, Timar, Ersoy ve Som, 2012:90-91).

### ***Bloglar:***

Bir veya birkaç yazar tarafından oluşturulan bloglar, metin, bağlantı, görsel, ses ve videoların olduğu, kişisel bilgi birikimine dayalı haberlerin toplandığı internet siteleridir. Mesleki gelişim açısından değerlendirildiğinde öğretmenler tarafından oluşturulan bloglarda bireysel ya da grup olarak içerik üretilmekte; bu içerikler de blog takipçileriyle paylaşılmaktadır. Blog takipçilerinden de hazırlanan içerikleri zenginleştirmeleri de beklenmektedir. Öğretmenler, ürettikleri içerikleri “tag”lar / etiketler aracılığıyla gizli gruplama yaparak takipçilerin kendi ilgi alanlarına yönelik içeriğe daha çabuk ulaşmasına fırsat vermektedir(Babur, 2010:430-431).

### ***Forumlar:***

Mesleki gelişimde önemli yeri olan bir başka sosyal medya aracı, forumlardır. Forum, fikir, tartışma ve paylaşımların iç içe olduğu, kullanıcıların düşüncelerini paylaştığı sosyal ortamlardır Forumlar, fikir paylaşım ortamları olduğu için, buraya üye olan kişiler, kendi düşüncelerini yansıtıp, farklı bakış açıları da ortaya koyabilmektedirler. Kullanıcılar böylelikle forumlarda çevrimiçi ortamlarda topluluk oluşturup, ortak içerik üretebilmektedirler(Sliva, 2002:80).

### ***Whatsapp:***

Mobil uygulamaların oldukça revaçta olduğu günümüzde en çok kullanılan mobil uygulamaların başında Whatsapp gelmektedir. Whatsapp üzerinden en fazla 250 kişilik gruplar oluşturulabilmekte ve bu gruplar üzerinden fotoğraf, resim, video, belge ve yazılı doküman gibi metaryaller mekte, karşılıklı anlık etkileşim sağlanabilmektedir. Whatsapp’ın bu yönüyle de mesleki gelişim açısından önemli olduğu düşünülmektedir (Öztürk ve Talas, 2015:110).

### ***Diğer:***

Mesleki gelişim için önem arz eden bir diğer çevrim içi öğrenme topluluğu da, web günlükleridir. Web günlükleri sayesinde kullanıcılar kendi ürettiği ya da bulduğu bilgileri kendi toplulukları ile paylaşabilmektedir. RSS (rich site summary) ile yazı esaslı, podcast ile ses temelli akışlara erişim sağlanabilmekte ve kullanıcılar bu yollarla akışları kolaylıkla takip edebilmektedirler. Bu anlatılanların dışında, uzaktan eğitimle ilgili sunulmuş platformlar da vardır. Bu platformlar aracılığıyla öğretmenler birçok bilgiye erişebilmektedir.

#### **2.2.4. Öğretmenlerin Sosyal Medya Kullanımı ile İlgili Yapılan Bazı Araştırmalar**

Çalışmanın araştırma alanını beden eğitimi öğretmenlerinin sosyal medya üzerinden kendilerini geliştirmesi oluşturduğu için, literatür araştırması da, beden eğitimi öğretmenlerinin mesleki gelişimleri üzerinden yapılmıştır. Beden eğitimi öğretmenleriyle ilgili çalışmalara bakıldığında, özellikle sosyal medyanın mesleki gelişime katkı yönünden incelendiği çalışma sayısının çok fazla olmadığı görülmüştür.

Türkiye’de beden eğitimi öğretmenlerinin mesleki gelişimine yönelik yapılan araştırmalardan biri, Demirhan, Coşkun ve Altay’ın (2002) çalışmasıdır. Demirhan ve ark.(2002:35) “Türkiye’de beden eğitimi öğretmenlerinin araştıran öğretmen niteliğini” tartıştığı çalışmasında şu sonuçlara varmıştır: Araştıran öğretmen “araştırma ve yenilik yapmaktan hoşlanan, merak eden ve problemlere çözüm üretme çabası içinde olan, rutinin dışına çıkan, öğretim ortamını verimli ve etkili kılmak için farklı değişkenler kullanan” öğretmen şeklinde ifade edilmiştir. Çalışmada, araştıran öğretmen kavramıyla anlatılmak istenen; içsel motivasyonunu sağlayan, bunu öğrencilerine yansıtan ve yenilikleri destekleyen öğretmen profilidir. Araştırmacı profilini desteklemeyen okul kültürünün, sosyo-ekonomik düzeyi düşük ilgisiz velilerin, doğru yönlendirme yapamayan müfettişlerin; “araştıran ve mesleki yönden gelişen öğretmen” profiline engel olduğu belirtilmiştir (Demirhan ve ark.2002:37-39).

Ülkemizde ve dünya genelinde yapılan araştırmaların çoğunda bilgisayar destekli eğitim geleneksel eğitim metotlarına oranla daha verimli olduğu, öğrencilerin öğrenme ve başarı düzeyini yükseltirken, aynı zamanda derse ve öğrenme sürecine karşı tutumlarının da olumlu yönde gelişme gösterdiği tespit edilmiştir. Genel görüş, bilgisayar destekli eğitim sayesinde hem öğrencilerin, hem de öğretmenlerin daha katılımcı, araştıran, sorgulayan ve keşfederek öğrenen bireylerolabileceği yönündedir(Reis, 2004).

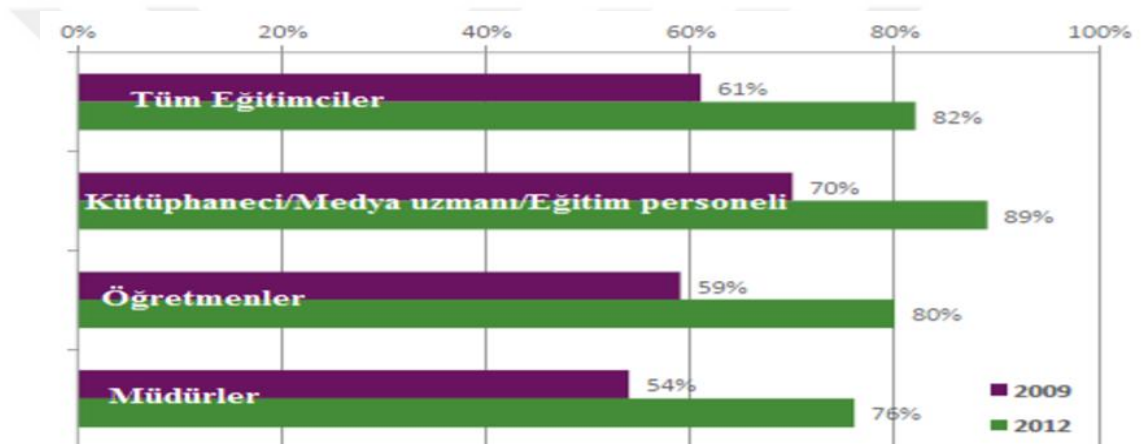
Akın'ın (2007) çalışmasında elektronik sınıf ortamında eğitim gören öğretmen adaylarının bu uygulamadan faydalanmayanlara oranla, teori ve pratikte katılım ve paylaşım yönünden daha önde oldukları saptanmış; internet temelli ders anlatımlarının ve uygulamaları öğretmen adaylarının özgüvenlerini arttırdığı ve kalıcı öğrenme yönünden malzeme kullanma becerisi kazandırdığı vurgulanmıştır (Akın, 2007:68-69)

Feyzioğlu'nun (2016) araştırmasında “Eğitimde sosyal medyanın kullanılmasına ilişkin okul yöneticileri ve öğretmenlerin görüşleri” ele alınmıştır. Bu çalışmada, diğerlerinden farklı olarak; çoğunlukla taşınabilir eğitim araçları ile sosyal medya ortamlarına erişen eğitimcilerin, eğitsel amaçlı tasarlanan sosyal medya araçlarını daha az kullandıkları görülmüştür (Feyzioğlu, 2016:91-92).

Demir (2018) sosyal medya üzerinden gerçekleşen öğretmen-öğrenci etkileşimini örtük program yönünden incelemiştir.Araştırmadan elde edilen bulgulara göre öğrenciyi tanıma, duyuru yapma, öğrencilerin duyurulardan haberdar olması gibi konularda öğrencilerin sosyal medyayı daha çok tercih ettiği saptanmıştır. Bunun yanı sıra, öğrencilerin öğretmenleri ile etkileşimlerinde okul içi ve dışında ya da sosyal medya üzerinden yer ve zaman ayırt edilmeksizin “örtük program” kapsamında öğrenmeler edindikleri belirlenmiştir. Bu yöndenele alındığında, sosyal medyanın, okul dışı bir etkileşim çevresi olarak, öğrencilerin örtük program kapsamında öğrenmeler edinmesi bakımından etkili bir unsur olduğu tespit edilmiştir (Demir, 2018:146-148).

### 2.2.5. Eğitimcilerin Sosyal Medya İstatistikleri

ABD’de 2009-2012 yılları arasında yapılan bir araştırmada, ülkede hizmet veren okul müdürleri, öğretmenler ve eğitim çalışanlarına yönelik “Sosyal Ağ Üzerinde Eğitimciler, Çevrimiçi Topluluklar ve Web 2.0 Araçları” adlı, karşılaştırmalı bir anket uygulanmış ve bu ankete göre ilginç sonuçlara ulaşılmıştır. Anketin 2012 yılı sonuçlarına göre, tüm eğitimcilerin %82’si, okul yöneticilerinin %76’sı, öğretmenlerin %89’u bir sosyal medya platformuna üyedir. Aşağıdaki şekilde, 2009-2012 yıllarını arasında özellikle öğretmenlerde sosyal ağ kullanımındaki artış dikkat çekicidir:



**Şekil 2.ABD’de 2009-2012 Yıllarında Eğitimcilerin Eğitsel Veya Kişisel Sosyal Ağ Kullanma Dağılımı**

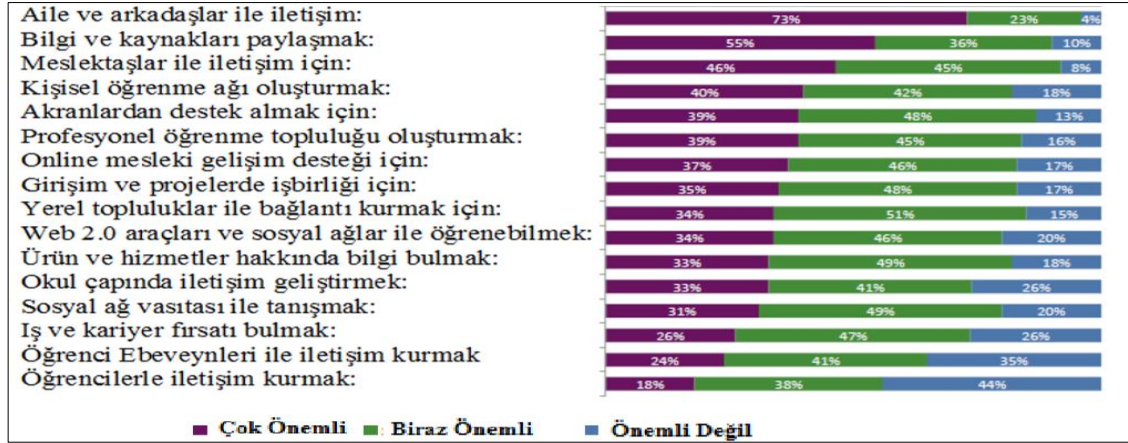
**Kaynak:** Feyzioglu, 2016:60

Yukarıdaki şekile göre 18-34 yaş aralığındaki eğitimcilerin %97’si; 35-54 yaş grubundaki eğitimcilerin %85’i; 55 yaşın üzerindeki eğitimcilerin %75’ininminimum bir sosyal medya hesabına üye olduğu görülmektedir. Genç eğitimcilerin sosyal medya kullanımının daha yoğun olduğu ve yıllar içinde bu kullanım oranını arttığını söylemek mümkündür.

Eğitimcilerin en fazla kullanmayı tercih ettiği ilk 4 sosyal medya platformu sırasıyla Facebook (%85), Linedin (%41), Twitter (%39) ve Google+ şeklindedir.

Yine aynı ankette, eğitimcilerin sosyal medyayı kullanma amaçları “aile, arkadaş, akran, meslektaş iletişimde bulunmak ve eğitim şeklinde belirlenmiştir:



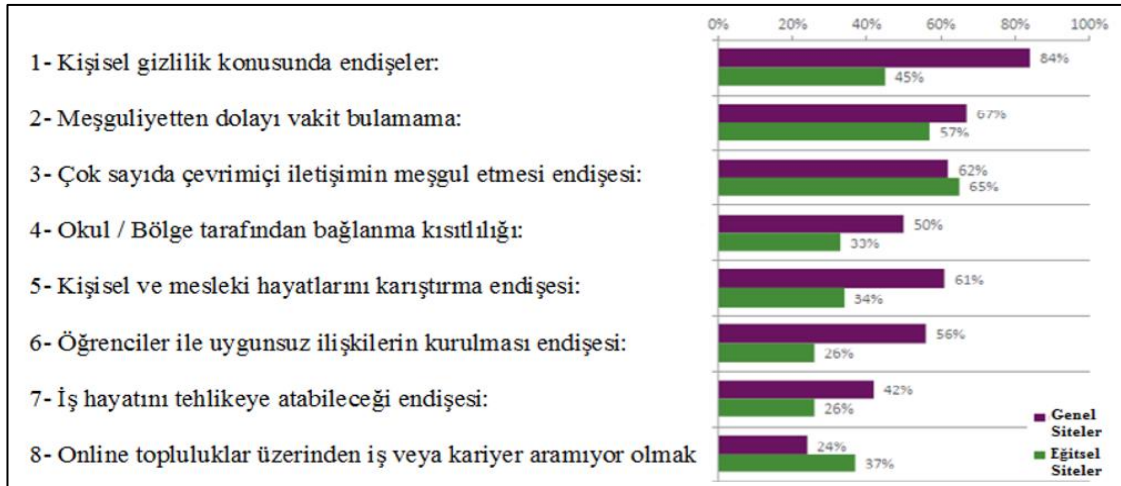


**Şekil 3. Eğitimcilerin Sosyal Ağları Kullanma Amaçları Ve Önemlilik Algıları**

**Kaynak:** Feyzioğlu, 2016:61

Ayrıca ABD’de yapılan bu ankete göre, eğitimcilerin profesyonel gelişim için web seminerlerini; bireysel gelişimleri için ise sosyal medyayı tercih ettikleri görülmüştür (Akt.Feyzioğlu, 2016:61).

Sosyal medyanın kullanım oranı artsa da, bazı kaygı ve kısıtlardan dolayı üye olmayan veya sosyal medyada hesap açıp aktif olmayan öğretmenler de bulunmaktadır. ABD’de yapılan araştırmaya göre, öğretmenlerin sosyal medyayı aktif kullanmamasının sebepleri şöyle sıralanmıştır:



**Şekil 4. Eğitimcilerin Sosyal Ağlara Katılmama Nedenleri**

**Kaynak:** Feyzioğlu, 2016:63

Benzer araştırma Türkiye’de 2016 yılında Akgün (2016) tarafından “Öğretmen ve Öğretim Elemanlarının Sosyal Ağ Kullanımına İlişkin Görüşleri” başlığı altında

yapılmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre öğretmenlerin sosyal medyayı kullanma amaçları ABD’de yapılmış olan anket sonuçlarıyla benzer çıkmış; öğretmenlerin sosyal ağları en çok sırasıyla “iletişim, mesleki paylaşım ve haber alma” amacıyla kullandıkları belirlenmiştir. Yine ülkemizde de ABD’de olduğu gibi sosyal medyayı aktif kullanma endişesi taşıyan eğitimciler de vardır. Akgün (2016), sosyal medyanın olumsuz etkilerine de yer verdiği çalışmasında, “bireylerin sosyal paylaşım sitelerinde özel hayatlarının deşifre edilmesi, güvenilir bir ortam olmaması, istenmeyen içeriklerin verdiği rahatsızlıkla beraber, eğitim açısından da sosyal ağlarda amaçsızca tüketilen vakitler, doğruluğundan emin olunmayan bilgilerin emek harcamadan sahiplenilmesi gibi endişeleri” belirtmiştir (Akgün, 2016:80-91). Dolayısıyla sosyal medyanın genel kullanıcı kitlesinde oluşturduğu kaygı durumunu ve olumsuz taraflarını da başka araştırmalarda ele almak gerekmektedir

#### **2.2.6. Sosyal Medyanın Eğitimde Kullanılması ile İlgili Kısıt ve Olumsuzluklar**

Sosyal medyanın gerek öğrenci ve öğretmenler tarafından eğitim-öğretim sürecinde, gerekse öğretmenlerin kendilerini mesleki yönden geliştirmesine yönelik kullanmasında olumlu ve avantajlı taraflar olduğu gibi, dezavantaj yaratan ve olumsuz yönleri de bulunmaktadır. En basit haliyle “gizlilik ve güvenlik ihlalleri, faydasızlık, yetersizlik, erişim ve maddi kısıtlılık” şeklinde özetlenen bu olumsuzluklar, aşağıda daha detaylı şekilde sıralanmıştır (Durak, Çankaya ve Yünlük, 2014:310-312):

- i. Sosyal medya, doğru kullanılmadığında, öğretmen ve öğrencinin bu platformlarda birbiriyle “arkadaş” olması bir görev ve rol karmaşasına yol açabilmektedir. Bu da, öğretmenin, öğrenci karşısındaki otoritesinin zarar görmesine neden olmaktadır.
- ii. Öğrencilerin bir bölümü sosyal medyayı öğrenimi ve öğretmeniyle iletişimi açısından kullanmayı doğru bulmayı; bunu özel hayatına müdahale olarak algılayabilmektedir.
- iii. Sosyal medyanın çok sık bir şekilde kullanımı, kimi öğrencilerin notlarının düşmesine sebep olabilmektedir.

- iv. Sosyal medyada eğitim-öğretim sürecini olumsuz etkileyen içerikler de yer alabilmektedir.
- v. Sosyal medya üzerinden bir bilgi kirliliği de yaşanmaktadır.
- vi. Bazı eğitimci ve uzmanlar tarafından da sosyal ağların kurulma temelinde eğitim amacı yer almadığı için; sosyal medya kullanılarak sınav yapılması, bunun değerlendirilmesi, kütüphane vb gibi bazı özellikleri yetersiz bulunmaktadır

Tüm bu kaygılara ek olarak BTK (2009) “Güvenli İnternet Kullanım Kılavuzu”nda sanal internet ortamlarının yüz yüze iletişimin yerini tutmayacağı da vurgulanmıştır (BTK, 2009).

Ayrıca sosyal medyada içeriğe yönelik kısıtlardan ise şöyle bahsetmek mümkündür(Semerci ve Keser, 2013:101-103):

- i. Öğretmenlerin mesleki gelişimine yönelik kullanmak istedikleri sosyal medya araçlarındaki içerik, beklentilerle uyumlanmayabilir, ilgi çekmeyebilir.
- ii. Müfredata uygunluk konusunda endişeler olabilir
- iii. Sosyal medya üzerinden yayınlanan içerikler net olmadığı gibi mantıksal hatalar da sahip olabilir.
- iv. İçerik, farklı öğrenme tarzlarına hitap etmeyebilir
- v. İçerik, tekdüze bir biçimde web ortamından araştırılmadan direkt alınmış olabilir.
- vi. İçerikte gereksiz bilgi veya eksik bilgi bulunabilir
- vii. Geri bildirim eksiklikleri olabilir

Tüm bu olumsuzluklar, sosyal medyayı kullananların etkileşimini azaltabileceği gibi, birtakım sıkıntılara da sebep verebilir. Bu yüzden özellikle öğretmenler tarafından hazırlanmış olan informal çevrimiçi öğrenme topluluklarında bu tarz problemler, daha az görülebilmektedir.

Ayrıca öğrencilere güvenli ve amaca yönelik internet ve sosyal medyanın nasıl kullanılacağı gerektiği bir “web okuryazarlığı” çalışmasıyla öğretilmelidir. Burada da temel görev yine öğretmenlere düşmektedir. Mesleki gelişimini sosyal medya üzerinden destekleyen öğretmenlerin bu konuda öğrencilere yararlı olacağı düşünülmektedir.

Sosyal medya üzerinden verimli bir öğrenme ortamı sağlanabilmesi için, yukarıda sıralanan kısıtların ve olumsuzların giderilmesi önemli olup; sosyal ağ uygulamalarının ve web sitelerinin; hızlı, her erişim aracının donanımsal özelliklerine uygun, engelli kişilerin de yararlanabileceği türden yazılımların yapıldığı, kullanım kolaylığı olan yönlendiricilere sahip, işlevsel diyalog ortamı olan, reklam gibi dikkat dağıtan unsurlar içermeyen bir biçimde tasarlanmalıdır. Sosyal medyadaki içerikler de, eğitim uzmanları tarafından çağdaş ve hedefe uygun öğrenme yaklaşımları göz önüne alınarak, “öğrenci merkezli” hazırlanmalıdır.



### 3. YÖNTEM

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın modeli, çalışma grubu, verilerin toplanması ve verilerin analizi ile ilgili açıklamalar yer almaktadır.

#### 3.1. Araştırma Modeli

Sosyal medya uygulamalarının öneminden hareketle, bu uygulamaların öğretmenlerin mesleki gelişimi açısından değerlendirilmesinin amaçlandığı bu araştırma genel tarama modeli olarak yürütülmüştür. Genel tarama modeli, çok sayıda bireyden meydana gelen bir evrende, evrenin bütünü veya bir kısmının katılımı ile gerçekleştirilen ve evrene dair genel bir yargıya varma amacı taşıyan tarama modelleridir (Karasar, 2006).

#### 3.2. Çalışma Grubu

Araştırmada çalışma grubunun 2018-2019 eğitim öğretim yılında Tokat ilinde MEB'e bağlı okullarda görev yapan ve kolayda örneklem yoluyla belirlenen 203 beden eğitimi ve spor öğretmeni oluşturmaktadır.

#### 3.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Anket formunun hazırlanmasında, Demir (2001) tarafından öğretim elemanları ile öğrencilerin internetin öğretim maksatlı kullanımına dair görüşleriyle tutumlarını incelediği çalışmada geliştirdiği anketten yararlanılmıştır.

Hazırlanan anketin ilk bölümünde "Kişisel Bilgiler" yer almaktadır. Bu kısımda katılımcılara cinsiyet, yaş, branş, hizmet süresi, internet erişimi, e-posta kullanımı,

sosyal medya hesabı ve kişisel web sayfasına yönelik olmak üzere toplam sekiz adet soru yöneltilmiştir.

Anketin “Uygulamalar” başlıklı ikinci kısmında katılımcıların “sosyal medya kullanım amaçları, imkânları, seviyeleri ve ortamlarını” içeren toplam 47 adet soru bulunmaktadır.

Anketin üçüncü kısmında ise katılımcıların “*Sosyal medya ortam araçlarının beden öğretmenlerinin mesleki gelişimine katkısına ilişkin görüşleri*”ne yönelik olarak toplam 9 adet likert tipi soru yer almaktadır. Demir (2001)’in çalışmasında yaptığı güvenilirlik analizinde anketin bu kısım güvenilirlik katsayısı 0,7368 olarak belirlenmiş ve güvenilir olarak değerlendirilmiştir. Bu çalışma kapsamında yapılan güvenilirlik analizi sonucunda Cronbach Alfa katsayısı 0,844 olarak tespit edilmiş olup, söz konusu değer literatürde kabul edilebilir düzey olarak ifade edilen 0,70’in üzerinde olması sebebiyle “güvenilir” olarak değerlendirilmiştir.

Çalışma kapsamında, anketin üçüncü kısmında yer alan “sosyal medya ortam araçlarının beden öğretmenlerinin mesleki gelişimine katkısına ilişkin görüşleri”nin değerlendirilmesinde 5’li likert puanlama yapılmış (1:Kesinlikle Katılmıyorum, 5:Kesinlikle Katılıyorum) ve her bir katılımcı için toplam puan hesaplanmıştır. Toplam puanların değerlendirilmesinde puanlar arttıkça sosyal medya araçlarının mesleki gelişime katkısına dair görüşlerin daha olumlu olduğunu göstermektedir. Puanların değerlendirilmesinde; “1.00-1.79: Çok Olumsuz”, “1.80-2.59: Olumsuz”, “2.60-.339: Kararsız”, “3.40-4.19: Olumlu”, “4.20-5.00: Çok olumlu” puan aralıkları kullanılmıştır.

### **3.4. Verilerin Toplanması**

Araştırma kapsamında anket uygulaması döneminde gerçekleştirilmiştir. Anketler mail ortamında katılımcılara ulaşılarak ve katılımcılar ile 2018/2019 eğitim öğretim döneminde yüz yüze görüşülerek doldurulmuştur. Anket uygulamasından önce katılımcılara; araştırma amacı, anket formunu doldurma şekli ve katılımcıların bilgilerinin gizli kalacağı hususlarında bilgi verilmiştir. Uygulama gönüllülük esası çerçevesinde yürütülmüştür.

### 3.5. Verilerin Değerlendirilmesi

Araştırmada toplanan veriler SPSS 24.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışmada  $p=0,05$  anlamlılık düzeyi kabul edilmiştir. Araştırma kapsamında aşağıda ifade edilen istatistiksel analiz ve testler uygulanmıştır:

- i. Katılımcıların kişisel bilgileri, sosyal medya kullanım amaçları, imkânları, seviyeleri ve ortamları ile sosyal medya ortam araçlarının beden eğitimi öğretmenlerinin mesleki gelişimine katkısına ilişkin katılımcı görüşleri *Tanımlayıcı İstatistikler* (ortalama, frekans, yüzde vs.) ile incelenmiştir.
- ii. Katılımcıların sosyal medya kullanımına yönelik olarak kategorik değişkenler arasında Ki-Kare Analizleri gerçekleştirilmiştir.
- iii. Katılımcıların sosyal medya ortam/araçlarının beden eğitimi öğretmenlerinin mesleki gelişimine katkısına yönelik görüşleri arasında cinsiyet, yaş, branş ve hizmet yılına göre farklılık olup olmadığı *Fark Testleri* ile incelenmiştir.

## 4. BULGULAR

Bu bölümde araştırma amacı doğrultusunda ölçüm araçlarından elde edilen verilere yer verilmiştir. Elde edilen bulgular aşağıda belirtilen sıra ile ele alınmıştır:

- i. Katılımcıların demografik özellikleri,
- ii. İnternet ve sosyal medya kullanımına ilişkin bulgular,
- iii. Sosyal medyanın mesleki gelişime katkısına yönelik öğretmen görüşlerine dair tanımlayıcı istatistikler,
- iv. Öğretmenlerin görüşlerine yönelik fark testi bulguları.

### 4.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Araştırmaya iştirak eden katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular Çizelge 2’de sunulmuştur.

**Çizelge 2. Katılımcıların Demografik Özellikleri**

DEĞİŞKEN	N	%
<b>Yaş</b>		
20-29 yaş	29	14,3
30-39 yaş	120	59,1
40 yaş ve üzeri	54	26,6
<b>Cinsiyet</b>		
Erkek	162	79,8
Kadın	41	20,2
<b>Branş</b>		
Ortaokul	155	76,4
Lise	47	23,2
<b>Hizmet Yılı</b>		
1-5 yıl arası	33	16,3
6-10 yıl arası	69	34,0



**Çizelge 2. Katılımcıların Demografik Özellikleri (Devam)**

<b>DEĞİŞKEN</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
11-15 yıl arası	53	26,1
16-20 yıl arası	36	17,7
20 yıl üzeri	12	5,9
<b>Kolay İnternet Erişim İmkânı</b>		
Evet	184	90,6
Hayır	19	9,4
<b>Aktif E-Posta Kullanımı</b>		
Evet	145	71,4
Hayır	58	28,6
<b>Sosyal Medyada Hesabı Olma</b>		
Evet	134	66,0
Hayır	69	34,0
<b>Kişisel WEB Sayfası</b>		
Evet	27	13,3
Hayır	176	86,7

Çizelge 2’de yer alan katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde; araştırma kapsamına alınan beden eğitimi öğretmenlerinin % 59.1 (n=120) ile ağırlıklı olarak 30-39 yaş grubunda yer aldığı, 40 yaş ve üzeri (n=54) öğretmen oranının % 26.6 ve 20-29 yaş arası (n=29) kursiyer oranının ise % 14.3 olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların % 79.8’i (n=162) erkek ve % 20.2’si (n=41) ise kadın öğretmenlerden meydana gelmektedir. Branşlarına bakıldığında ortaokul öğretmenlerinin % 76.4 ile (n=155) çoğunluğu oluşturduğu görülmektedir. Hizmet yılı ele alındığında; katılımcıların % 34.0’ü (n=69) 6-10 yıl arası, % 26.1’i(n=53) 11-15 yıl arası, % 17.7’si(n=36) 16-20 yıl arası ve % 16.3’ü1-5 yıl arası hizmet süresine sahiptir. Katılımcıların % 90.6 ile çok büyük bir kısmının kolay internet erişim imkanı bulunmakta, % 71.4 ile büyük çoğunluğu aktif olarak e-posta kullanmakta ve % 66.0’sının sosyal medya hesabı bulunmakta, buna karşın yalnızca % 13.3’ü kişisel WEB sayfasına sahiptir.

## 4.2. İnternet ve Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında beden eğitimi öğretmenlerinin; internet kullanım amacı, kullanılan sosyal medya platformları, sosyal medya kullanım amacı, eğitim-öğretimde sosyal medya kullanım amacı, sosyal medyaya erişim sağlama ortamı, sosyal medyaya erişim sağlama aracı, sosyal medya kullanım sıklığı ile sosyal medya ortamları/araçları bilgi düzeyine ilişkin bulgular müteakip maddelerde açıklanmıştır.

Katılımcıların internet kullanım amaçlarına ilişkin tanımlayıcı istatistikler Çizelge 3’de olduğu gibidir. Söz konusu istatistikler çerçevesinde; katılımcıların internet kullanım amaçları arasında ilk sırada % 86,2 ile (n=175) “Eğitim-Öğretim” yer almaktadır. İnternetin diğer kullanım amaçları ise; % 83.7 ile (n=170) “Araştırma Yapma ve Bilgi Toplama”, % 81.3 ile (n=165) “Haberleşme ve E-Posta”, % 80.3 (n=163) ile “Sosyalleşme ve E-Posta”, % 77.8 ile (n=158) “Eğlence, Oyun ve Hobi”, % 65.5 ile (n=133) “Güncel Olayların Takibi, Gazete, Ajans ve Televizyon”, % 56.7 ile (n=115) “Banka ve Diğer Resmi İşlemler”ve % 19.7 ile (n=40) “Diğer” şeklinde sıralanmaktadır.

**Çizelge 3. İnternet Kullanım Amacına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler**

İnternet Kullanım Amacı	Evet		Hayır	
	n	%	n	%
Haberleşme ve e-posta	165	81,3	38	18,7
Sosyalleşme ve iletişim	163	80,3	40	19,7
Eğlence, oyun ve hobi	158	77,8	45	22,2
Araştırma yapma ve bilgi toplama	170	83,7	33	16,3
Eğitim-öğretim	175	86,2	28	13,8
Alışveriş yapma	106	52,2	97	47,8
Banka ve diğer resmi işlemler	115	56,7	88	43,3
Güncel olayların takibi, gazete, ajans ve televizyonlar	133	65,5	70	34,5
Diğer	40	19,7	163	80,3

Kullanılan sosyal medya platformlarına ilişkin tanımlayıcı istatistikler Çizelge 4’de olduğu gibidir. Çizelgede yer alan istatistiklere bakıldığında, araştırmaya katılan beden eğitimi öğretmenlerinde en fazla kullanılan sosyal medya platformunun % 75.9 ile (n=154) “Facebook” olduğu görülmektedir. Facebook ardından ise en fazla kullanılan sosyal medya platformları; % 74.9 ile (n=152) “Youtube”, % 72.4 ile (n=147) “Instagram” ve % 62.6 ile (n=127) “Twitter”, % 61.2 ile (n=126) ile “Google”, % 24.1 ile (n=49) “Linkedn”, % 20.7 ile (n=42) “Bloglar”, % 19.2 ile (n=9) “Pinterest”, % 18.2 ile (n=37) “Wikiler”, % 17.7 ile (n=36) “Schooltube”, % 14.3 ile (n=29) “Edmodo” ve % 10.8 ile (n=22) “Diğer” şeklinde sıralanmaktadır.

**Çizelge 4. Kullanılan Sosyal Medya Platformlarına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler**

Kullanılan Sosyal Medya Platformu	Evet		Hayır	
	n	%	n	%
Facebook	154	75,9	49	24,1
Twitter	127	62,6	76	37,4
Instagram	147	72,4	56	27,6
Youtube	152	74,9	51	25,1
Linkedn	49	24,1	153	75,4
Google	126	61,2	77	37,9
Pinterest	39	19,2	164	80,8
Bloglar	42	20,7	160	78,8
Wikiler	37	18,2	166	81,8
Schooltube	36	17,7	167	82,3
Edmodo	29	14,3	174	85,7
Diğer	22	10,8	181	89,2

Araştırmaya katılan öğretmenlerin cinsiyeti ile kullanılan sosyal medya platformları arasında ilişki olup olmadığı Kikare analizi ile incelenmiş ve sonuçlar Çizelge 5’de gösterilmiştir. Buna göre araştırmaya katılan beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin cinsiyetleri ile Facebook ( $X^2=0,134$ ;  $p>.05$ ), Twitter ( $X^2 =1,464$ ;  $p>.05$ ), Instagram ( $X^2=0,817$ ;  $p>.05$ ), Youtube ( $X^2=0,469$ ;  $p>.05$ ), Linkedn ( $X^2=0,630$ ;  $p>.05$ ), Google ( $X^2=0,617$ ;  $p>.05$ ), Pinterest ( $X^2 =0,151$ ;  $p>.05$ ), Bloglar ( $X^2 =0,088$ ;  $p>.05$ ), Wikiler

( $X^2=1,244$ ;  $p>.05$ ), Schooltube ( $X^2=0,626$ ;  $p>.05$ ) ve Edmodo ( $X^2=1,146$   $p>.05$ ) kullanımları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

**Çizelge 5. Cinsiyete Göre Sosyal Medya Platformlarına İlişkin**

**Ki-kare Analizi Sonuçları**

Kullanılan Sosyal Medya Platformu		Cinsiyet				X <sup>2</sup>	p
		Erkek		Kadın			
		n	%	n	%		
Facebook	Evet	122	75,3	32	78,0	0,134	0,714
	Hayır	40	24,7	9	22,0		
Twitter	Evet	98	65,0	29	70,7	1,464	0,226
	Hayır	64	39,5	12	29,3		
Instagram	Evet	115	71,0	32	78,0	0,817	0,633
	Hayır	47	29,0	9	22,0		
Youtube	Evet	123	75,9	29	70,7	0,469	0,493
	Hayır	39	24,1	12	29,3		
Linkedn	Evet	41	25,5	8	19,5	0,630	0,427
	Hayır	120	74,5	33	80,5		
Google	Evet	103	63,6	23	56,1	0,617	0,487
	Hayır	58	36,4	18	43,9		
Pinterest	Evet	32	19,8	7	17,1	0,151	0,697
	Hayır	130	80,2	34	82,9		
Bloglar	Evet	33	20,4	9	22,5	0,088	0,766
	Hayır	129	79,6	31	77,5		
Wikiler	Evet	30	18,5	7	17,1	1,244	0,236
	Hayır	132	81,5	34	82,9		
Schooltube	Evet	27	16,7	9	22,0	0,626	0,429
	Hayır	135	83,3	32	78,0		
Edmodo	Evet	21	13,0	8	19,5	1,146	0,284
	Hayır	141	87,0	33	80,5		

\* Sütun Yüzdesi Kullanılmıştır.

Araştırmaya katılan öğretmenlerin yaşı ile kullanılan sosyal medya platformları arasında ilişki olup olmadığı Kikare analizi ile incelenmiş ve sonuçlar Çizelge 6'da gösterilmiştir. Buna göre araştırmaya katılan beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin yaşları ile Facebook ( $X^2 =1,979$ ;  $p>.05$ ), Twitter ( $X^2 =1,065$ ;  $p>.05$ ), Instagram

( $X^2=3,961$ ;  $p>.05$ ), Youtube ( $X^2=1,706$ ;  $p>.05$ ), Linkedn ( $X^2 = 0,885$ ;  $p>.05$ ), Google ( $X^2=3,033$ ;  $p>.05$ ), Pinterest ( $X^2=0,583$ ;  $p>.05$ ), Blog ( $X^2= 0,836$ ;  $p>.05$ ), Wiki ( $X^2=0,836$ ;  $p>.05$ ), Schooltube ( $X^2=1,550$ ;  $p>.05$ ) ve Edmodo ( $X^2=1,370$ ;  $p>.05$ ) kullanımları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

**Çizelge 6. Yaşa Göre Sosyal Medya Platformlarına İlişkin  
Ki-kare Analizi Sonuçları**

Kullanılan Sosyal Medya Platformu		Yaş						X <sup>2</sup>	p
		20-29 yaş		30-39 yaş		40 yaş ve üzeri			
		n	%	n	%	n	%		
Facebook	Evet	19	65,5	93	77,5	42	77,8	1,979	0,372
	Hayır	10	34,5	27	22,5	12	22,2		
Twitter	Evet	16	55,2	75	62,5	36	66,7	1,065	0,587
	Hayır	13	44,8	45	37,5	18	33,3		
Instagram	Evet	17	58,6	92	76,7	38	70,4	3,961	0,168
	Hayır	12	41,4	28	23,3	16	29,6		
Youtube	Evet	21	72,4	87	72,5	44	81,5	1,706	0,426
	Hayır	8	27,6	33	27,5	10	18,5		
Linkedn	Evet	9	31,0	27	22,7	13	24,1	0,885	0,642
	Hayır	20	69,0	92	77,3	41	75,9		
Google	Evet	15	51,7	75	62,5	36	66,7	3,033	0,614
	Hayır	14	48,3	45	37,5	18	33,3		
Pinterest	Evet	6	20,7	21	17,5	12	22,2	0,583	0,747
	Hayır	23	79,3	99	82,5	42	77,8		
Bloglar	Evet	7	24,1	26	21,8	9	16,7	0,836	0,658
	Hayır	22	75,9	93	78,2	45	83,3		
Wikiler	Evet	4	13,8	19	15,8	14	25,9	0,836	0,443
	Hayır	26	86,2	100	84,2	40	74,1		
Schooltube	Evet	3	10,3	24	20,0	9	16,7	1,550	0,461
	Hayır	26	89,7	96	80,0	45	83,3		
Edmodo	Evet	2	6,9	19	15,8	8	14,8	1,370	0,534
	Hayır	27	93,1	101	84,2	46	85,2		

\* Sütun Yüzdesi Kullanılmıştır.

Araştırmaya katılan öğretmenlerin branşı ile kullanılan sosyal medya platformları arasında ilişki olup olmadığı Kikare analizi ile incelenmiş ve sonuçlar Çizelge 7’de gösterilmiştir. Buna göre araştırmaya katılan beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin branşları ile Facebook ( $X^2 = 2,903$ ;  $p > .05$ ), Twitter ( $X^2 = 0,001$ ;  $p > .05$ ), Instagram ( $X^2 = 1,039$ ;  $p > .05$ ), Youtube ( $X^2 = 0,163$ ;  $p > .05$ ), Linkedn ( $X^2 = 0,019$ ;  $p > .05$ ), Google ( $X^2 = 0,373$ ;  $p > .05$ ), Pinterest ( $X^2 = 0,106$ ;  $p > .05$ ), Blog ( $X^2 = 2,629$ ;  $p > .05$ ), Wiki ( $X^2 = 0,560$ ;  $p > .05$ ), Schooltube ( $X^2 = 0,428$ ;  $p > .05$ ) ve Edmodo ( $X^2 = 3,824$ ;  $p > .05$ ) kullanımları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

**Çizelge 7. Branşa Göre Kullanılan Sosyal Medya Platformlarına İlişkin Ki-kare Analizi Sonuçları**

Kullanılan Sosyal Medya Platformu		Branş				$X^2$	p
		Ortaokul		Lise			
		n	%	n	%		
Facebook	Evet	122	78,7	32	66,7	2,903	0,088
	Hayır	33	21,3	16	33,3		
Twitter	Evet	97	62,6	30	62,5	0,001	0,992
	Hayır	58	37,4	18	37,5		
Instagram	Evet	115	74,2	32	66,7	1,039	0,308
	Hayır	40	25,8	16	33,3		
Youtube	Evet	115	74,2	37	77,1	0,163	0,687
	Hayır	40	25,8	11	22,9		
Linkedn	Evet	37	24,0	12	25,0	0,019	0,891
	Hayır	117	76,0	36	75,0		
Google	Evet	98	63,2	28	58,3	0,373	0,542
	Hayır	57	36,8	20	41,7		
Pinterest	Evet	29	18,7	10	20,8	0,106	0,744
	Hayır	126	81,3	38	79,2		
Bloglar	Evet	36	23,4	6	12,5	2,629	0,105
	Hayır	118	76,6	42	87,5		
Wikiler	Evet	30	19,4	7	14,6	0,560	0,454
	Hayır	125	80,6	41	85,4		
Schooltube	Evet	29	18,7	7	14,6	0,428	0,513
	Hayır	126	81,3	41	85,4		

Kullanılan Sosyal Medya Platformu		Branş				X <sup>2</sup>	p
		Ortaokul		Lise			
		n	%	n	%		
Edmodo	Evet	18	11,6	11	22,9	3,824	0,051
	Hayır	137	88,4	37	77,1		

\* Sütun Yüzdesi Kullanılmıştır.

Sosyal medya kullanım amaçlarına ilişkin tanımlayıcı istatistikler Çizelge 8’de olduğu gibidir. Söz konusu çizelgede yer alan istatistiklere bakıldığında; araştırmaya iştirak eden katılımcıların sosyal medyayı % 80.8 ile (n=164) öncelikle “Haberleşme (e-posta, mesaj vb)” amacıyla kullandıkları tespit edilmiştir. Sosyal medyanın kullanım amaçları arasında öne çıkan diğer başlıkların da % 73.9 ile (n=150) “Eğlenme (Video, müzik, oyun vb)”, % 73.4 ile (n=149) “Gündemi takip etmek ve haber alma”, % 71.9 ile (n=146) “Eski arkadaşlarımla bağlantı kurma” ve % 70.4 ile (n=143) “Eğitim ve öğretim” olduğu görülmektedir.

**Çizelge 8. Sosyal Medya Kullanım Amacına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler**

Sosyal Medya Kullanım Amacı	Evet		Hayır	
	n	%	n	%
Haberleşme (e-posta, mesaj vb)	164	80,8	39	19,2
Eski arkadaşlarımla bağlantı kurma	146	71,9	57	28,1
Yeni arkadaşlıklar kurma	125	61,6	78	38,4
Fikir ve sosyal paylaşımlar	137	67,5	66	32,5
Eğlenme (Video, müzik, oyun vb).	150	73,9	53	26,1
Gündemi takip etme ve haber alma	149	73,4	54	26,6
Özel ilgi ve hobi gruplarına dâhil olma	104	51,2	99	48,8
Eğitim-öğretim	143	70,4	60	29,6
Diğer	28	13,8	175	86,2

Araştırmaya katılan öğretmenlerin cinsiyeti ile sosyal medya kullanım amaçları arasında ilişki olup olmadığı Kikare analizi ile incelenmiş ve sonuçlar Çizelge 9’da gösterilmiştir. Buna göre araştırmaya katılan beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin cinsiyetleri ile haberleşme (e-posta, mesaj vb.) ( $X^2=0,151;p>.05$ ), eski arkadaşlarla bağlantı kurma ( $X^2=0,040;p>.05$ ), yeni arkadaşlıklar kurma ( $X^2=0,397;p>.05$ ), fikir

ve sosyal paylaşımlar ( $X^2=0,015;p>.05$ ), eğlenme (video, müzik, oyun vb.) ( $X^2=0,835;p>.05$ ), gündemi takip etme ve haber alma ( $X^2=0,001; p>.05$ ), özel ilgi ve hobi gruplarına dâhil olma ( $X^2=0,121; p>.05$ ) ve eğitim-öğretim ( $X^2=0,002;p>.05$ ) amaçlı sosyal medya kullanımı arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

**Çizelge 9. Cinsiyete Göre Sosyal Medya Kullanım Amacına İlişkin Ki-kare Analizi Sonuçları**

Sosyal Medya Kullanım Amacı		Cinsiyet				X <sup>2</sup>	p
		Erkek		Kadın			
		n	%	n	%		
Haberleşme (e-posta, mesaj vb.)	Evet	130	80,2	34	82,9	0,151	0,697
	Hayır	32	19,8	7	17,1		
Eski arkadaşlarımla bağlantı kurma	Evet	116	71,6	30	73,2	0,040	0,842
	Hayır	46	28,4	11	26,8		
Yeni arkadaşlıklar kurma	Evet	98	60,5	27	65,9	0,397	0,528
	Hayır	64	39,5	34,1	41		
Fikir ve sosyal paylaşımlar	Evet	109	67,3	28	68,3	0,015	0,902
	Hayır	53	32,7	13	31,7		
Eğlenme (Video, müzik, oyun vb.)	Evet	122	75,3	28	68,3	0,835	0,361
	Hayır	40	24,7	13	31,7		
Gündemi takip etme ve haber alma	Evet	119	73,5	30	73,2	0,001	0,970
	Hayır	43	26,5	11	26,8		
Özel ilgi ve hobi gruplarına dâhil olma	Evet	82	50,6	22	53,7	0,121	0,728
	Hayır	80	49,4	19	46,3		
Eğitim-öğretim	Evet	114	70,4	29	70,7	0,002	0,964
	Hayır	48	29,6	12	29,3		

\* Sütun Yüzdesi Kullanılmıştır.

Araştırmaya katılan öğretmenlerin yaşı ile sosyal medya kullanım amaçları arasında ilişki olup olmadığı Kikare analizi ile incelenmiş ve sonuçlar Çizelge 10'da gösterilmiştir. Buna göre araştırmaya katılan beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin yaşı ile haberleşme (e-posta, mesaj vb.) ( $X^2=1,858;p>.05$ ), eski arkadaşlarla bağlantı kurma ( $X^2 =2,613;p>.05$ ), yeni arkadaşlıklar kurma ( $X^2=0,664;p>.05$ ), fikir ve sosyal



paylaşımlar ( $X^2=4,907;p>.05$ ), eğlenme (video, müzik, oyun vb) ( $X^2=1,995;p>.05$ ), gündemi takip etme ve haber alma ( $X^2=2,615; p>.05$ ), özel ilgi ve hobi gruplarına dâhil olma ( $X^2=0,562;p>.05$ ) ve eğitim-öğretim ( $X^2=0,066;p>.05$ ) amaçlı sosyal medya kullanımı arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

**Çizelge 10. Yaşa Göre Sosyal Medya Kullanım Amacına İlişkin Ki-kare Analizi Sonuçları**

Sosyal Medya Kullanım Amacı		Yaş						X <sup>2</sup>	p
		20-29 yaş		30-39 yaş		40 yaş ve üzeri			
		n	%	n	%	n	%		
Haberleşme (e-posta, mesaj vb.)	Evet	21	72,4	100	83,3	43	79,6	1,858	0,395
	Hayır	8	27,6	20	16,7	11	20,4		
Eski arkadaşlarımla bağlantı kurma	Evet	18	62,1	91	75,8	37	68,5	2,613	0,271
	Hayır	11	37,9	29	24,2	17	31,5		
Yeni arkadaşlıklar kurma	Evet	16	55,2	76	63,3	33	61,1	0,664	0,717
	Hayır	13	44,8	44	36,7	21	38,9		
Fikir ve sosyal paylaşımlar	Evet	20	69,0	87	72,5	30	55,6	4,907	0,086
	Hayır	9	31,0	33	27,5	24	44,4		
Eğlenme (Video, müzik, oyun vb).	Evet	24	82,8	89	74,2	37	68,5	1,995	0,369
	Hayır	5	17,2	31	25,8	17	31,5		
Gündemi takip etme ve haber alma	Evet	19	65,5	93	77,5	37	68,5	2,615	0,270
	Hayır	10	34,5	27	22,5	17	31,5		
Özel ilgi ve hobi gruplarına dâhil olma	Evet	13	44,8	63	52,5	28	51,9	0,562	0,755
	Hayır	16	55,2	57	47,5	26	48,1		
Eğitim-öğretim	Evet	21	72,4	84	70,0	38	70,4	0,066	0,968
	Hayır	8	27,6	36	30,0	16	29,6		

\* Sütun Yüzdesi Kullanılmıştır.

Araştırmaya katılan öğretmenlerin branşı ile sosyal medya kullanım amaçları arasında ilişki olup olmadığı Kikare analizi ile incelenmiş ve sonuçlar Çizelge 11’de gösterilmiştir. Buna göre araştırmaya katılan beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin branşları ile haberleşme (e-posta, mesaj vb.) ( $X^2=0,556;p>.05$ ), eski arkadaşlarla bağlantı kurma ( $X^2=0,859;p>.05$ ), yeni arkadaşlıklar kurma ( $X^2=3,443;p>.05$ ), fikir ve sosyal paylaşımlar ( $X^2=3,618;p>.05$ ), eğlenme (video, müzik, oyun vb). ( $X^2=0,322;p>.05$ ), gündemi takip etme ve haber alma ( $X^2=1,985; p>.05$ ), özel ilgi ve

hobi gruplarına dâhil olma ( $X^2=0,038$ ;  $p>.05$ ) ve eğitim-öğretim ( $X^2=1,331$ ;  $p>.05$ ) amaçlı sosyal medya kullanımı arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

**Çizelge 11. Branşa Göre Sosyal Medya Kullanım Amacına İlişkin Ki-kare Analizi Sonuçları**

Sosyal Medya Kullanım Amacı		Branş				$X^2$	p
		Ortaokul		Lise			
		n	%	n	%		
Haberleşme (e-posta, mesaj vb.)	Evet	127	81,9	37	77,1	0,556	0,456
	Hayır	28	18,1	11	22,9		
Eski arkadaşlarımla bağlantı kurma	Evet	114	73,5	32	66,7	0,859	0,354
	Hayır	41	26,5	16	33,3		
Yeni arkadaşlıklar kurma	Evet	104	67,1	21	43,8	3,443	0,077
	Hayır	51	32,9	27	56,3		
Fikir ve sosyal paylaşımlar	Evet	110	71,0	27	56,3	3,618	0,057
	Hayır	45	29,0	21	43,8		
Eğlenme (Video, müzik, oyun vb.)	Evet	113	72,9	37	77,1	0,332	0,565
	Hayır	42	27,1	11	22,9		
Gündemi takip etme ve haber alma	Evet	110	71,0	39	81,3	1,985	0,159
	Hayır	45	29,0	9	18,8		
Özel ilgi ve hobi gruplarına dâhil olma	Evet	80	51,6	24	50,0	0,038	0,845
	Hayır	75	48,4	24	50,0		
Eğitim-öğretim	Evet	106	68,4	37	77,1	1,331	0,249
	Hayır	49	31,6	11	22,9		

\* Sütun Yüzdesi Kullanılmıştır.

Eğitim-öğretimde sosyal medya kullanım amaçlarına ilişkin tanımlayıcı istatistikler Çizelge 12’de olduğu gibidir. Buna göre araştırmaya iştirak eden öğretmenler tarafından sosyal medya eğitim-öğretimde % 80.8 ile (n=164) en çok “Derslerle ilgili materyal paylaşma” amacıyla ve % 62.1 ile (n=126) en az “Velileri öğrencilerin durumuyla ilgili bilgilendirme” amaçlarıyla kullanılmaktadır. Sosyal medyanın eğitim-öğretimdeki diğer kullanım amaçları ise; % 75.4 ile (n=153) “Eğlenme (Video, müzik, oyun vb.)”, % 74.4 ile (n=151) “Dersler ve okulla ilgili duyurular”, % 73.4 ile (n=149) “Diğer öğretmenlerle eğitim-öğretim içerikli paylaşımında bulunma”, % 72.9 ile (n=148) “Öğrencilerle iletişim kurma”, % 72.4 ile (n=147) “Ödev teslimi ve kontrolleri, % 68.5 ve (n=139) “Toplantılar ve etkinlikleri duyurma” şeklinde sıralanmaktadır.

**Çizelge 12. Eğitim-Öğretimde Sosyal Medya Kullanım Amacına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler**

Eğitim-Öğretimde Sosyal Medya Kullanım Amacı	Evet		Hayır	
	n	%	n	%
Öğrencilerle iletişim kurma	148	72,9	55	27,1
Ödev teslimi ve kontrolleri	147	72,4	56	27,6
Toplantılar ve etkinlikleri duyurma	139	68,5	64	31,5
Derslerle ilgili materyal paylaşma	161	79,3	42	20,7
Eğlenme (Video, müzik, oyun vb).	153	75,4	50	24,6
Dersler ve okulla ilgili duyurular	151	74,4	52	25,6
Velileri, öğrencilerin durumuyla ilgili bilgilendirme	126	62,1	77	37,9
Diğer öğretmenlerle eğitim-öğretim içerikli paylaşımında bulunma	149	73,4	54	26,6

Araştırmaya katılan öğretmenlerin cinsiyeti ile eğitim-öğretimde sosyal medya kullanım amaçları arasında ilişki olup olmadığı Kikare analizi ile incelenmiş ve sonuçlar Çizelge 13’de gösterilmiştir. Buna göre araştırmaya katılan beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin cinsiyetleri ile eğitim-öğretim kaspamında öğrencilerle iletişim kurma ( $X^2=2,343;p>.05$ ), ödev teslimi ve kontrolleri ( $X^2=0,437;p>.05$ ), toplantılar ve etkinlikleri duyurma ( $X^2=0,001;p>.05$ ), derslerle ilgili materyal paylaşma ( $X^2=1,001;p>.05$ ), eğlenme (video, müzik, oyun vb) ( $X^2=0,134;p>.05$ ), dersler ve okulla ilgili duyurular ( $X^2=1,001;p>.05$ ), velileri öğrencilerin durumuyla ilgili bilgilendirme ( $X^2=1,544;p>.05$ ), diğer öğretmenlerle eğitim-öğretim içerikli paylaşımında bulunma ( $X^2=1,322;p>.05$ ) amacıyla sosyal medya kullanımı arasında ilişki bulunmamaktadır.

**Çizelge 13. Cinsiyete Göre Eğitim-Öğretimde Sosyal Medya Kullanım Amacına İlişkin Ki-kare Analizi Sonuçları**

Eğitim-Öğretimde Sosyal Medya Kullanım Amacı		Cinsiyet				X <sup>2</sup>	p
		Erkek		Kadın			
		n	%	n	%		
Öğrencilerle iletişim kurma	Evet	122	75,3	26	63,4	2,343	0,126
	Hayır	40	24,7	15	36,6		

Eğitim-Öğretimde Sosyal Medya Kullanım Amacı		Cinsiyet				X <sup>2</sup>	p
		Erkek		Kadın			
		n	%	n	%		
Ödev teslimi ve kontrolleri	Evet	119	73,5	28	68,3	0,437	0,509
	Hayır	43	26,5	13	31,7		
Toplantılar ve etkinlikleri duyurma	Evet	111	68,5	28	68,3	0,001	0,978
	Hayır	51	31,5	13	31,7		
Derslerle ilgili materyal paylaşma	Evet	129	79,6	32	78,0	0,050	0,823
	Hayır	33	20,4	9	22,0		
Eğlenme (Video, müzik, oyun vb).	Evet	123	75,9	30	73,2	0,134	0,715
	Hayır	39	24,1	11	26,8		
Dersler ve okulla ilgili duyurular	Evet	123	75,9	28	68,3	1,001	0,317
	Hayır	39	24,1	13	31,7		
Velileri, öğrencilerin durumuyla ilgili bilgilendirme	Evet	104	64,2	22	53,7	1,544	0,214
	Hayır	58	35,8	19	46,3		
Diğer öğretmenlerle eğitim-öğretim içerikli paylaşımında bulunma	Evet	116	71,6	33	80,5	1,322	0,250
	Hayır	46	28,4	8	19,5		

\* Sütun Yüzdesi Kullanılmıştır.

Araştırmaya katılan öğretmenlerin yaşı ile eğitim-öğretimde sosyal medya kullanım amaçları arasında ilişki olup olmadığı Kikare analizi ile incelenmiş ve sonuçlar Çizelge 14'de gösterilmiştir. Buna göre araştırmaya katılan beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin yaşı ile eğitim-öğretim kapsamında öğrencilerle iletişim kurma ( $X^2=4,958;p>.05$ ), ödev teslimi ve kontrolleri ( $X^2=5,018;p>.05$ ), toplantılar ve etkinlikleri duyurma ( $X^2=4,683;p>.05$ ), derslerle ilgili materyal paylaşma ( $X^2=0,605;p>.05$ ), eğlenme (video, müzik, oyun vb) ( $X^2=0,995;p>.05$ ), dersler ve okulla ilgili duyurular ( $X^2=0,605;p>.05$ ), velileri öğrencilerin durumuyla ilgili bilgilendirme ( $X^2=1,777;p>.05$ ) ve diğer öğretmenlerle eğitim-öğretim içerikli paylaşımında bulunma ( $X^2=1,960;p>.05$ ) amacıyla sosyal medya kullanımı arasında ilişki bulunmamaktadır.

**Çizelge 14. Yaşa Göre Eğitim-Öğretimde Sosyal Medya Kullanım Amacına İlişkin Ki-kare Analizi Sonuçları**

Eğitimde Sosyal Medya Kullanım Amacı		Yaş						X <sup>2</sup>	p
		20-29 yaş		30-39 yaş		40 yaş ve üzeri			
		n	%	n	%	n	%		
Öğrencilerle iletişim kurma	Evet	18	62,1	85	70,8	45	83,3	4,958	0,084
	Hayır	11	37,9	35	29,2	9	16,7		
Ödev teslimi ve kontrolleri	Evet	17	58,6	86	71,7	44	81,5	5,018	0,081
	Hayır	12	41,4	34	28,3	10	18,5		
Toplantılar ve etkinlikleri duyurma	Evet	15	51,7	84	70,0	40	74,1	4,683	0,096
	Hayır	14	48,3	36	30,0	14	25,9		
Derslerle ilgili materyal paylaşma	Evet	24	82,8	93	77,5	44	81,5	0,605	0,739
	Hayır	5	17,2	27	22,5	10	18,5		
Eğlenme (Video, müzik, oyun vb).	Evet	24	82,8	89	74,2	40	74,1	0,995	0,608
	Hayır	5	17,2	31	25,8	14	25,9		
Dersler ve okulla ilgili duyurular	Evet	22	75,9	88	73,3	41	75,9	0,170	0,918
	Hayır	7	24,1	32	26,7	13	24,1		
Velileri, öğrencilerin durumuyla ilgili bilgilendirme	Evet	15	51,7	78	65,0	33	61,1	1,777	0,411
	Hayır	14	48,3	42	35,0	21	38,9		
Diğer öğretmenlerle eğitim-öğretim içerikli paylaşımında bulunma	Evet	24	82,8	88	73,3	37	68,5	1,960	0,375
	Hayır	5	17,2	32	26,7	17	31,5		

\* Sütun Yüzdesi Kullanılmıştır.

Araştırmaya katılan öğretmenlerin branşı ile eğitim-öğretimde sosyal medya kullanım amaçları arasında ilişki olup olmadığı Kikare analizi ile incelenmiş ve sonuçlar Çizelge 15’de gösterilmiştir. Buna göre araştırmaya katılan beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin branşı ile eğitim-öğretim kaspamında öğrencilerle iletişim kurma ( $X^2=3,460;p>.05$ ), ödev teslimi ve kontrolleri ( $X^2=0,422;p>.05$ ), toplantılar ve etkinlikleri duyurma ( $X^2=2,944;p>.05$ ), derslerle ilgili materyal paylaşma ( $X^2=1,566;p>.05$ ), eğlenme (video, müzik, oyun vb) ( $X^2=0,204; p>.05$ ), dersler ve

okulla ilgili duyurular ( $X^2=1,965; p>.05$ ), velileri öğrencilerin durumuyla ilgili bilgilendirme ( $X^2=0,005; p>.05$ ) ve diğer öğretmenlerle eğitim-öğretim içerikli paylaşımda bulunma ( $X^2=3,178; p>.05$ ) amacıyla sosyal medya kullanımı arasında ilişki bulunmamaktadır.

**Çizelge 15. Branşa Göre Eğitim-Öğretimde Sosyal Medya Kullanım Amacına İlişkin Ki-kare Analizi Sonuçları**

Eğitimde Sosyal Medya Kullanım Amacı		Branş				X <sup>2</sup>	p
		Ortaokul		Lise			
		n	%	n	%		
Öğrencilerle iletişim kurma	Evet	108	69,7	40	83,3	3,460	0,063
	Hayır	47	30,3	8	16,7		
Ödev teslimi ve kontrolleri	Evet	114	73,5	33	68,8	0,422	0,516
	Hayır	41	26,5	15	31,3		
Toplantılar ve etkinlikleri duyurma	Evet	111	71,6	28	58,3	2,994	0,084
	Hayır	44	28,4	20	41,7		
Derslerle ilgili materyal paylaşma	Evet	126	81,3	35	72,9	1,566	0,211
	Hayır	29	18,7	13	27,1		
Eğlenme (Video, müzik, oyun vb).	Evet	118	76,1	35	72,9	0,204	0,652
	Hayır	37	23,9	13	27,1		
Dersler ve okulla ilgili duyurular	Evet	119	76,8	32	66,7	1,965	0,161
	Hayır	36	23,2	16	33,3		
Velileri, öğrencilerin durumuyla ilgili bilgilendirme	Evet	96	61,9	30	62,5	0,005	0,944
	Hayır	59	38,1	18	37,5		
Diğer öğretmenlerle eğitim-öğretim içerikli paylaşımda bulunma	Evet	109	70,3	40	83,3	3,178	0,075
	Hayır	46	29,7	8	16,7		

\* Sütun Yüzdesi Kullanılmıştır.

Eğitim-öğretimde sosyal medya kullanım amaçlarının en çok tercih edilen sosyal medya platformlarına (Facebook, Youtube, Instagram ve Twitter) göre dağılımı Çizelge 16'da gösterilmiştir. Buna göre eğitimde sosyal medya kullanımında Facebook platformunun öne çıktığı görülmektedir. Eğitim-öğretimde sosyal medyayı kullanan öğretmenler arasında Facebook'un tüm kullanım amaçları bakımından en çok tercih edilen sosyal medya mecrası durumundadır. Youtube kullanımında ödev

teslimi ve kontrolleri, derslerle ilgili materyal paylaşımı, dersler ve okulla ilgili duyurular ve diğer öğretmenlerle eğitim öğretim içerikli paylaşımında bulunma öne çıkmaktadır. Instagram ağırlıklı olarak öğrencilerle iletişim kurma ve toplantı/etkinlikleri duyurmada tercih edilmektedir. Twitter ise diğer platformlara nazaran daha az kullanılmakla birlikte instagrama benzer şekilde öncelikle öğrencilerle iletişim kurma ve toplantı/etkinlikleri duyurmak amacıyla tercih edilmektedir.

**Çizelge 16. Eğitim-Öğretimde Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının En Çok Tercih Edilen Sosyal Medya Platformlarına Göre Dağılımı**

Eğitimde Sosyal Medya Kullanım Amacı	Facebook		Youtube		Instagram		Twitter	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Öğrencilerle iletişim kurma	119	80,4	109	73,6	111	75,0	104	70,3
Ödev teslimi ve kontrolleri	117	79,6	112	76,2	110	74,8	99	67,3
Toplantılar ve etkinlikleri duyurma	118	84,9	102	73,4	107	77,0	100	71,9
Derslerle ilgili materyal paylaşma	129	80,1	126	78,3	123	76,4	106	65,8
Eğlenme (Video, müzik, oyun vb).	113	73,9	109	71,2	109	71,2	93	60,8
Dersler ve okulla ilgili duyurular	114	75,5	117	77,5	112	74,2	98	64,9
Velileri öğrencilerin durumuyla ilgili bilgilendirme	101	80,2	95	75,4	93	73,8	82	65,1
Diğer öğretmenlerle eğitim-öğretim içerikli paylaşımında bulunma	115	77,2	115	77,2	113	75,8	96	64,9

\* Satır Yüzdesi Kullanılmıştır.

Sosyal medyaya erişim sağlama ortamına ilişkin tanımlayıcı istatistikler Çizelge 17'de olduğu gibidir. Belirtilen istatistiklere bakıldığında, çalışmaya iştirak eden beden eğitimi öğretmenleri sosyal medyaya % 90.6 ile (n=184) ağırlıklı olarak ev ortamından erişim sağlamaktadır. Ev ortamı dışında katılımcıların % 65.5'i (n=133)

okul/işyerinde, % 47.3'ü (n=96) toplu taşıma araçları ve yolculuk ortamında ve % 13.8'ü ise (n=28) diğer ortamlardan internete erişmektedir.

**Çizelge 17. Sosyal Medyaya Erişim Sağlama Ortamına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler**

Sosyal Medyaya Erişim Sağlama Ortamı	Evet		Hayır	
	n	%	n	%
Ev	184	90,6	18	8,9
Okul / İşyeri	133	65,5	70	34,5
Toplu taşıma aracı ve yolculuklarda	96	47,3	107	52,7
Diğer	28	13,8	175	86,2

Sosyal medya erişim araçlarına ilişkin tanımlayıcı istatistikler Çizelge 18'de belirtilmiştir. Buna göre katılımcıların % 94.6 ile (n=192) neredeyse tamamı olduğu akıllı telefonu üzerinden internete erişim sağlamaktadır. İnternet erişim aracı olarak tablet kullananların oranı % 63.1 (n=128), dizüstü bilgisayar kullananların oranı % 47.8 (n=97) ve masaüstü bilgisayar kullananların oranı ise % 34.5 (n=70) düzeyindedir.

**Çizelge 18. Sosyal Medyaya Erişim Sağlama Araçlarına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler**

Sosyal Medyaya Erişim Sağlama Aracı	Evet		Hayır	
	n	%	n	%
Akıllı Telefon	192	94,6	11	5,4
Masaüstü Bilgisayar	70	34,5	133	65,5
Dizüstü Bilgisayar	97	47,8	106	52,2
Tablet	128	63,1	75	36,9

Sosyal medya kullanım sıklığına ilişkin tanımlayıcı istatistikler Çizelge 19'da yer almaktadır. İstatistikler incelendiğinde, beden eğitimi öğretmenlerinin % 55.2'si (n=112) sosyal medyayı hergün kullanmaktadır. Katılımcıların % 24.6'sı (n=50) haftada 4-5 gün, % 17.7'si (n=36) ise haftada 2-3 gün sosyal medya kullanmaktadır. Bununla birlikte haftada 1 gün sosyal medya kullanalar yalnızca % 2.5



(n=5)düzeyinde iken, katılımcılar arasında sosyal medyayı hiç kullanmayan bulunmamaktadır.

**Çizelge 19. Sosyal Medya Kullanım Sıklığına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler**

Sosyal Medya Kullanım Sıklığı	n	%
Haftada her gün	112	55,2
Haftada 4-5 gün	50	24,6
Haftada 2-3 gün	36	17,7
Haftada 1 gün	5	2,5
Hiç kullanmıyorum	-	-

Sosyal medya ortamları/araçları bilgi düzeyine ilişkin tanımlayıcı istatistikler Çizelge 20’de belirtilmiştir. Buna göre sosyal medya ortamları/araçlarına yönelik olarak çalışmaya iştirak eden öğretmenlerden % 54.2’si (n=110) “Çok iyi”, % 27.1’i (n=55) “İyi” ve % 15.8’i (n=32) “Orta” düzeyde bilgi sahibi olduğunu ifade etmiştir. Bunun yanında bilgi düzeyi iyi olmayan öğretmenler % 3.0 (n=6) düzeyinde iken, sosyal medya ortamları/araçlarına yönelik hiç bilgi sahibi olmayan katılımcı bulunmamaktadır.

**Çizelge 20. Sosyal Medya Ortamları/Araçları Bilgi Düzeyine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler**

Sosyal Medya Ortamları/Araçları Bilgi Düzeyi	n	%
Çok iyi	110	54,2
İyi	55	27,1
Orta	32	15,8
İyi değil	6	3,0
Hiç yok	-	-

#### **4.3. Öğretmenlerin Görüşlerine Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler**

Öğretmenlerin sosyal medyanın mesleki gelişime katkısına yönelik ölçek ifadelerine verdikleri tanıtlara ilişkin tanımlayıcı istatistikler Çizelge 21’de sunulmuştur. Söz

konusu çizelgede yer alan tanımlayıcı istatistiklere bakıldığında; katılımcıların sosyal medya ortamları/araçlarının mesleki gelişime katkısına dair görüşlerinin genel puan ortalamasının ( $\bar{X}=4,10$ ) olduğu görülmektedir. Buna göre öğretmenlerin sosyal medyanın mesleki gelişime katkısına yönelik düşüncelerinin olumlu olduğu söylenebilir.

**Çizelge 21. Sosyal Medya Ortamları/Araçlarının Mesleki Gelişime Katkısına Dair Görüşlere Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler**

<b>Öğretmen Görüşleri</b>	<b>Min.</b>	<b>Max.</b>	<b><math>\bar{X}</math></b>	<b>SS</b>
Öğretmeni daha sosyal hale getirir.	1	5	4,09	1,12
Öğretmenin düşünce dünyasını geliştirir.	1	5	4,12	1,00
Öğretmenlerin akademik başarısını olumlu etkiler.	1	5	4,12	1,04
Öğretmenlerin mesleki motivasyonlarının artmasını sağlar.	1	5	4,13	1,00
Öğretmenin öğrencisine verdiği eğitim kalitesini artırır.	1	5	4,17	1,01
Sınıf içinde öğretmen-öğrenci etkileşimini artırır.	1	5	3,98	1,17
Sınavlarda daha ayrıntılı ve hızlı geri bildirim sağlanmış olur.	1	5	4,10	1,09
Öğretmenlerin iletişim becerisini artırır.	1	5	4,08	1,12
*Okul-öğrenci ilişkisini azaltır.	1	5	4,14	1,10
<b>GENEL</b>	13	43	4,10	1,00

$\bar{X}$ : Ortalama, SS: Standart Sapma, \* Ters Kodlanmıştır.

#### **4.4. Öğretmenlerin Görüşlerine Yönelik Fark Testleri**

Çalışmanın bu kısmında sosyal medyanın mesleki gelişime katkısına yönelik öğretmen görüşleri arasında demografik özelliklere (yaş, cinsiyet, branş ve hizmet yılı) göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık olup olmadığı fark testleri ile analiz edilmiştir.

Sosyal medyanın beden eğitimi öğretmeni mesleki gelişimine katkısına yönelik katılımcı görüşlerinde cinsiyete göre farklılık olup olmadığı Bağımsız Grup t-Testi ile incelenmiş ve analiz sonuçları Çizelge 22’de gösterilmiştir.

**Çizelge 22. Cinsiyete Göre Öğretmen Görüşlerine İlişkin Bağımsız Grup t-Testi Sonuçları**

Değişken	Cinsiyet	n	$\bar{X}$	S.S	t	p
Öğretmen Görüşleri	Erkek	162	4,08	0,84	-0,572	0,568
	Kadın	41	4,17	0,88		

Çizelge 22’de yer alan sonuçlar incelendiğinde; sosyal medyanın beden eğitimi öğretmeni mesleki gelişimine katkısına yönelik katılımcı görüşlerinde erkek öğretmenlerin puan ortalaması ( $\bar{X}=4,08$ ) ve kadın öğretmenlerin puan ortalaması ( $\bar{X}=4,17$ ) olarak belirlenmiştir. Söz konusu puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $t_{(201)}=-0,572$ ;  $p>0.05$ ). Buna göre sosyal medyanın beden eğitimi öğretmeni mesleki gelişimine katkısına yönelik katılımcı görüşleri arasında cinsiyete göre farklılık olmadığı söylenebilir.

Sosyal medyanın beden eğitimi öğretmeni mesleki gelişimine katkısına yönelik katılımcı görüşlerinin yaşa göre farklılık gösterip göstermediği Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ile incelenmiş ve analiz sonuçları Çizelge 23’de gösterilmiştir.

**Çizelge 23. Yaşa Göre Öğretmen Görüşlerine İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Değişken	Yaş	n	$\bar{X}$	SS	F	p	Anlamlı Fark
Öğretmen Görüşleri	20-29	29	4,02	0,82	1,522	0,226	-
	30-39	120	4,19	0,74			
	40 ve üstü	54	3,94	1,04			
	Toplam	203	4,10	0,84			

Çizelge 23’de yer alan sonuçlar incelendiğinde; sosyal medyanın beden eğitimi öğretmeni mesleki gelişimine katkısına yönelik katılımcı görüşlerinde 20-29 yaş

grubu öğretmenlerin puan ortalaması ( $\bar{X}=4,02$ ), 30-39 yaş grubu öğretmenlerin puan ortalaması ( $\bar{X}=4,19$ ) ve 40-49 yaş grubu öğretmenlerin puan ortalaması ( $\bar{X}=3,94$ ) olarak belirlenmiştir. Söz konusu puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F_{(2-200)}=1,522$ ;  $p>0,05$ ) Buna göre sosyal medyanın beden eğitimi öğretmeni mesleki gelişimine katkısına yönelik katılımcı görüşleri arasında yaşa göre farklılık olmadığını söylemek mümkündür.

Sosyal medyanın beden eğitimi öğretmeni mesleki gelişimine katkısına yönelik katılımcı görüşlerinde branşa göre farklılık olup olmadığı Bağımsız Grup t-Testi ile incelenmiş ve analiz sonuçları Çizelge 24’de gösterilmiştir.

**Çizelge 24. Branşa Göre Öğretmen Görüşlerine İlişkin Bağımsız Grup t-Testi Sonuçları**

Değişken	Branş	n	$\bar{X}$	S.S	t	p
Öğretmen Görüşleri	Ortaokul	155	4,08	0,83	-0,334	0,739
	Lise	48	4,13	0,89		

Çizelge 24’de yer alan sonuçlar incelendiğinde; sosyal medyanın beden eğitimi öğretmeni mesleki gelişimine katkısına yönelik katılımcı görüşlerinde ortaokul öğretmenlerinin puan ortalaması ( $\bar{X}=4,08$ ) ve lise öğretmenlerinin puan ortalaması ( $\bar{X}=4,13$ ) olarak belirlenmiştir. Söz konusu puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $t_{(200)}=-0,334$ ;  $p>0,05$ ). Buna göre sosyal medyanın beden eğitimi öğretmeni mesleki gelişime katkısına yönelik katılımcı görüşleri arasında branşa göre farklılık olmadığı söylenebilir.

Sosyal medyanın beden eğitimi öğretmeni mesleki gelişimine katkısına yönelik katılımcı görüşlerinin hizmet yılına göre farklılık gösterip göstermediği Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ile incelenmiş ve analiz sonuçları Çizelge 25’de gösterilmiştir.

**Çizelge 25. Hizmet Yılına Göre Öğretmen Görüşlerine İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Değişken	Hizmet Yılı	n	$\bar{X}$	SS	F	p	Anlamlı Fark
Öğretmen Görüşleri	1-5 yıl	33	4,08	0,83	1,218	0,313	-
	6-10 yıl	69	4,15	0,77			
	11-15 yıl	53	4,26	0,69			
	16-20 yıl	36	3,84	1,13			
	20 yıl üzeri	12	3,91	0,82			
	Toplam	203	4,10	0,84			

Çizelge 25’de yer alan sonuçlar incelendiğinde; sosyal medyanın beden eğitimi öğretmeni mesleki gelişimine katkısına yönelik katılımcı görüşlerinde 1-5 yıl hizmet süresine sahip öğretmenlerin puan ortalaması ( $\bar{X}=4,08$ ), 6-10 yıl hizmet süresine sahip öğretmenlerin puan ortalaması ( $\bar{X}=4,15$ ), 11-15 yıl hizmet süresine sahip öğretmenlerin puan ortalaması ( $\bar{X}=4,26$ ), 16-20 yıl hizmet süresine sahip öğretmenlerin puan ortalaması ( $\bar{X}=3,84$ ) ve 20 yıl üzeri hizmete sahip öğretmenlerin puan ortalaması ( $\bar{X}=3,91$ ) olarak belirlenmiştir. Söz konusu puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F_{(4-198)}=1,218$ ;  $p>0,05$ ) Buna göre sosyal medyanın beden eğitimi öğretmeni mesleki gelişimine katkısına yönelik katılımcı görüşleri arasında yaşa göre farklılık olmadığını söylemek mümkündür.

## 5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Teknolojide yaşanan hızlı gelişim ve internetin yaygın olarak kullanımı, insan yaşamını da dâhil olmak üzere birçok alana etki etmektedir. Teknoloji ve internet sağladığı olanaklar ile bireylerin etkin ve hızlı iletişim süreci içersine girmelerine; çalışma ve ilgi alanları ile aktüaliteyi takip edebilmelerine; görüş ve deneyimlerini paylaşımlarına imkân tanımaktadır. Günümüzde sosyal medyada bu bakımdan önemli bir öge olarak öne çıkmaktadır. Sosyal medya bireylere kendilerini yansıtmaya, topluluk oluşturma, paylaşım ve işbirliği ortamı yaratma gibi konularda fırsatlar sunmaktadır.

Günümüzde sosyal medyanın önemli hale geldiği alanlardan biri eğitim olmuştur. Bilhassa yaşam boyu öğrenme anlayışı öğrenme-öğretme sürecinde sosyal medyanın konumunu daha da önemli kılmaktadır. Tüm yaş grubundaki öğrenen bireyler için sağladığı kolay, ücretsiz ve yaygın kullanım imkânları, işbirliği ve sosyal desteği arttırması, öğretim süreçleri içinde farklı uygulamaları mümkün kılması, araştırma sürecine katkı sağlaması gibi hususlar eğitimde sosyal medyayı önemli bir faktör halinde getirmiştir. Daha kısaca ifade etmek gerekirse öğrenme-öğretme ortam yapılarını değiştiren sosyal medya, aynı zamanda bu ortamların geniş kitlelere mekân ve zaman sınırı olmaksızın erişimini kolaylaştırmaktadır.

Sosyal medyanın öğrenenlerin yaşamlarına olan etkileri düşünüldüğünde, eğitim ortamının düzenleyicileri konumundaki öğretmenlerin sosyal medyaya kayıtsız kalmaları düşünülemez. Sosyal medya sağladığı pek çok olanakla öğretmenlerin mesleki gelişimine katkılar sağlamaktadır. Bu çerçevede bu araştırmada sosyal medyanın beden eğitimi öğretmenlerinin internet ve sosyal medya kullanımı ile öğretmenlerin mesleki gelişimi üzerinde sosyal medyanın rolü incelenmiştir. Çalışma kapsamında öncelikle yapılan literatür araştırması ile kavramsal çerçeve oluşturulmuştur. Bu doğrultuda; sosyal medya ve kullanımı, sosyal medyanın tarihsel süreçte gelişimi, sosyal medya kullanımını etkileyen unsurlar, sosyal medya türleri, kullanım amaçları, eğitimde sosyal medyanın kullanımı ve öğretmenlerin mesleki gelişimleri üzerindeki etkisi üzerinde durulmuştur. Daha sonra ise Tokat ilinde görev yapmakta olan 203 beden eğitimi ve spor öğretmenin katılımıyla bir uygulama gerçekleştirilmiştir. Araştırma verileri anket yoluyla elde edilmiş ve SPSS programı

aracılığıyla analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular ise literatür ışığında ve benzer çalışmalarla kıyaslanarak tartışılmış, değerlendirmeler müteakip maddelerde sunulmuştur.

Araştırma kapsamında ilk olarak beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin internet ve sosyal medya kullanımını ele alınmıştır. Bu kapsamda; öğretmenlerin kolay internet, erişim imkânı, aktif e-posta hesabı, sosyal medya hesabı ile kişisel web sayfası sahibi olma durumları; interneti hangi amaçlarla kullandıkları, kullandığı sosyal medya platformları, sosyal medya kullanım amaçları, eğitim-öğretimde sosyal medyadan nasıl yararlandıkları, sosyal medyaya erişim sağlama ortam/araçları ve bu araçlara yönelik bilgi düzeyleri ile sosyal medya kullanım sıklıkları incelenmiştir.

Araştırmaya katılan öğretmenlerin büyük kısmının kolay internet erişim imkânı aktif e-posta hesabı ve sosyal medya hesabı bulunurken, kişisel web sayfasına sahip olanların sayısı oldukça düşüktür. Literatür incelendiğinde söz konusu bulguların, “We Are Social” ve “Hootsuit” platformlarının internet ve sosyal medya kullanımına yönelik olarak her yıl yayımladığı “Türkiye’de Dijital İstatistikleri” raporu ile uyumlu olduğu görülmektedir. Rapora göre ülkemizde genel nüfusa kıyasla internet kullanıcı oranı % 72 ve aktif sosyal medya kullanıcı oranı ise % 63 düzeyindedir (Digital in Turkey, 2019). Ayrıca Mentşe (2013)’nin lise öğretmen ve yöneticilerinin eğitimde sosyal medya ortam ve araçlarının kullanılmasına yönelik görüşlerini incelediği çalışmada da bu çalışma ile uyumlu olarak öğretmen/yöneticilerin çoğunun internet erişim imkânına, aktif e-posta hesabına ve sosyal medya hesabına sahip olduğu ve kişisel sayfalarının bulunmadığı belirlenmiştir.

İnterneti kullanım amaçları incelendiğinde, öğretmenler tarafından internet kullanım amaçları arasında “eğitim-öğretim” ile “araştırma ve bilgi toplama” faaliyetlerinin öncelik taşıdığı belirlenmiştir. Öğretmenlerin ayrıca “haberleşme ve e-posta”, “sosyalleşme ve iletişim” ile “eğlence, oyun ve hobi” amacıyla da internetten yoğun olarak faydalandığı saptanmıştır. Ulaşılan bu bulgu “TUİK-2019 Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması” ile büyük oranda örtüşmektedir. Söz konusu araştırmaya göre ülkemizde internet çoğunlukla mesajlaşma, internet üzerinden telefonla görüşme/video görüşmesi, sosyalleşme ve müzik dinleme amacıyla kullanılmaktadır (TUİK Hanehalkı BT Kullanım Araştırması, 2019).

Sosyal medya platformları arasında öğretmenler en çok “Faceook” paltformunu kullanmakta, bu platformu sırasıyla “Youtube”, “Instagram” ve “Twitter” takip etmektedir. Öğretmenlerin cinsiyet, yaş ve branşları ile tercih ettikleri sosyal medya platformları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Çalışmada ulaşılan bu bulguyu; cinsiyet, yaş ve branşlarından bağımsız olarak Facebook platformunun beden eğitimi ve spor öğretmenlerine kullanışlı, katılımcı eksenli, dinamik, işbirliği esasına dayalı, meslektaşlarla öğrenme ve öğretmeye dair konularda paylaşım yapılabilecek, öğrenciler ve velileriyle etkileşim sağlanabilecek bir ortam sağlamasından kaynaklandığı şeklinde yorumlamak mümkündür. Youtube platformu için bu bulgu öğretmenlerin derse yönelik hazırladıkları videoları öğrencilerle paylaştıkları şeklinde; Twitter ve Instagram platformları içinse, mesleki gelişimden ziyade öğretmenlerin sanal kimlik oluşturma ve toplumsal buradalık sağlama istekleri ile açıklanabilir. Bu bulgu literatürde yer alan çeşitli çalışmalarla da uyumlu görülmektedir. Sosyal medya platformlarına ilişkin “Digital in Turkey-2019” raporunda ülkemizde en fazla kullanıcıya sahip sosyal medya ağları Youtube, Instagram, Whatsapp, Facebook ve Twitter olarak sıralanmakta olup, rapordaki sosyal medya paltformları kullanım sırası farklı olmakla birlikte bu çalışma bulguları ile örtüşmektedir (We Are Social, 2019). ABD’de 2010 yılında öğretmen, okul müdürleri ve kütüphanecilerle yapılan bir başka araştırmada, bireylerin aynı anda farklı sosyal ağları kullanmakla birlikte çoğunlukla Facebook kullandıkları belirlenmiştir (Eğitimde Sosyal Ağlar, Pratikler ve Gerçekler, 2010).Atabek’in (2013)Türkiye ve ABD’deki öğretmen adayları tarafından Facebook kullanımına dair yaptığı bir diğer araştırmada da, diğer sosyal ağlara kıyasla sahip olduğu kalite, yararlılık ve kullanışlılık gibi sebeplerle adayların Facebook platformunu daha fazla tercih ettiği bildirilmiştir. Keskin (2014)’ün öğretmenler, öğretmen adayları ve öğrencilerin sosyal medya platformlarını benimseme süreci ve kullanım amaçlarını inceledikleri çalışmada da, bu çalışma bulgularına paralel olarak öğretmenlerin en fazla tercih ettikleri sosyal ağın Facebook olduğu saptanmıştır. Sarıdaş ve Deniz (2018) sosyal ağların öğretmenlerin mesleki gelişimine etkisini inceledikleri çalışmalarında, öğretmenlerin sosyal ağları mesleki gelişimleri bakımından yararlı buldukları ifade edilmiştir.



Öğretmenler sosyal medyayı ağırlıklı olarak haberleşme (e-posta, mesaj vb), eğlenme (video, müzik, oyun vb), gündemi takip etme ve haber alma, eski arkadaşlarla bağlantı kurma ve eğitim-öğretim amacıyla kullanmaktadır. Eğitim-öğretime ilişkin kullanımda “derslerle ilgili materyal paylaşımı” amacı öne çıkmakla birlikte ders ve okul ile ilgili duyurular, diğer öğretmenlerle eğitim-öğretim içerikli paylaşımlar, öğrencilerle iletişim, ödev teslimi ve kontrolleri, toplantı ve etkinlikleri duyurma ve velileri öğrencilerin durumuyla ilgili bilgilendirme gibi farklı amaçlarla da kullanılmaktadır. Öğretmenlerin cinsiyet, yaş ve branşları ile sosyal medyayı genel amaçlar ve eğitim öğretim faaliyetlerine yönelik kullanım maksatları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Ayrıca öğretmenler tarafından en çok tercih edilen sosyal medya platformları olan Facebook, Youtube, Instagram ve Twitter’ın eğitim-öğretimdeki kullanım amaçlarına yönelik incelemeye göre Facebook tüm kullanım amaçları bakımından en çok tercih edilen sosyal medya mecrasıdır. Youtube ödev teslimi ve kontrolleri, derslerle ilgili materyal paylaşımı, dersler ve okulla ilgili duyurular ve diğer öğretmenlerle eğitim öğretim içerikli paylaşımda bulunmada öne çıkmaktadır. Instagram ağırlıklı olarak öğrencilerle iletişim kurma ve toplantı/etkinlikleri duyurmada tercih edilirken, Twitter ise diğer platformlara nazaran daha az kullanılmakla birlikte Instagrama benzer şekilde öğrencilerle iletişim kurma ve toplantı/etkinlikleri duyurmada tercih edilmektedir. Literatürde bu çalışma bulgularına benzer sonuçların elde edildiği çalışmalara rastlanmaktadır. Akgün (2016) çalışmasında sosyal medya platformlarının öğretmen ve öğretim elemanları tarafından mesleki, haberleşme, dosya, bilgi ve düşünce paylaşımı amacıyla kullanıldığını bildirmiştir. Mentеше (2013) çalışmasında sosyal medya platformlarının eğitim-öğretimde yeni yaklaşımları takip etme, meslektaşlarla bilgi paylaşımı, öğrencilerle etkileşimde bulunma, ders materyallerini paylaşma, sınavlarla ilgili detaylı ve hızlı geri bildirim sağlama gibi amaçlarla kullanıldığını bildirmiştir. Atabek (2013) de çalışmasında Facebook’un öğretmenler tarafından ağırlıklı olarak eğitimsel materyal paylaşımı ve iletişim kurma amacıyla kullanıldığını ifade etmiştir.

Öğretmenlerin sosyal medyaya erişim sağladığı ortam ve araçlar incelendiğinde, sosyal medyaya çoğunlukla ev ve okul/işyeri ortamından erişim sağlandığı, sosyal medyaya erişimde çoğunlukla akıllı telefonların kullanıldığı, bununla birlikte sosyal medyaya erişimde bir diğer mobil cihaz olan tabletinde tercih edildiği belirlenmiştir.

Ulaşılan bu sonuç; ülkemizde hanelerde internet erişim oranının son yıllarda sürekli artış göstererek 2019 yılı itibariyle % 88.3 düzeyine ulaşması (TUİK Hanehalkı BT Kullanım Araştırması, 2019), tüm bireyler gibi öğretmenlerin de zamanlarının çoğunluğunu evlerinde ve sonrasında okul/iş ortamında geçirmeleri ve akıllı telefon kullanımının da 2019 itibariyle ülkemizde % 77 düzeyine ulaşması nedeniyle beklenen bir husus olarak değerlendirilmiştir.

Sosyal medya kullanım sıklığı ile sosyal medya ortam/araçlarına ilişkin bilgi düzeyine bakıldığında, öğretmenlerin büyük çoğunluğunun sosyal medyayı sık sık kullandığı ve sosyal medya ortam/araçlarına ilişkin oldukça iyi düzeyde bilgi sahibi olduğu görülmektedir. Literatür incelendiğinde bu çalışmadaki bulguları destekler şekilde öğretmenlerin sosyal medyayı sık sık kullandığına (Akgün, 2016; Menteşe, 2013) ve sosyal medyaya dair iyidüzeyde bilgi sahibi olduklarına (Menteşe, 2013) yönelik çalışmalara rastlanmaktadır.

Araştırma kapsamında incelenen bir başka konu sosyal medyanın mesleki gelişim etkisine yönelik öğretmen görüşleridir. Bu bağlamda tanımlayıcı istatistikler sonucunda, öğretmenlerin sosyal medyanın mesleki gelişime katkısına yönelik “olumlu” görüşlere sahip olduğu belirlenmiştir. Diğer bir ifadeyle öğretmenler; sosyal medya ortam/araçlarının kendilerini daha sosyal hale getireceği, düşünce dünyalarını geliştireceği, öğretmenin başarısı ve motivasyonu ile eğitim kalitesine olumlu etki edeceği, iletişim becerisini ve öğrenci ile etkileşimini arttıracığı düşüncesini taşımaktadırlar. İlgili literatür incelendiğinde ulaşılan bu sonucu destekleyen pek çok çalışma olduğu görülmektedir. Yaylak ve İnan(2018) eğitim süreçlerinde sosyal medya kullanımına yönelik olarak sosyal bilgiler öğretmenlerinin görüşlerini inceledikleri çalışmada, öğretmenlerin sosyal medyayı mesleki gelişimleri açısından yararlı buldukları vurgulanmıştır. Sarıdaş ve Deniz (2018) sosyal ağların öğretmenlerin mesleki gelişimine etkisini inceledikleri çalışmalarında, öğretmenlerin sosyal ağları mesleki gelişimleri bakımından yararlı buldukları ifade edilmiştir. Albert ve ark.’nın (2018) öğretmen mesleki gelişiminde sosyal medyanın rolünü ele aldığı çalışmada, sosyal medyanın tüm yönleriyle birlikte sürdürülebilir bir mesleki gelişim ve yaşam boyu öğrenme için sanal topluluklar aracılığıyla destek alınabilecek yeni yollar açtığı ileri sürülmüştür. Deniz (2016)’nın öğretmenlerde Facebook’un mesleki gelişim için yardımcı bir araç olarak kullanılıp

kullanılmayacağını incelediği çalışmada, Facebook platformunun öğretmen mesleki gelişimine yarar sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Sarsar ve ark.'nın (2015) yaptığı bir diğer araştırmada sosyal ağların kişisel ve mesleki gelişim gibi kazançları yanında başarının artmasına da olumlu katkı sağladığı belirlenmiştir.

Araştırmada son olarak sosyal medyanın mesleki gelişime katkısına yönelik öğretmen görüşleri demografik özellikler (yaş, cinsiyet, branş ve hizmet yılı) bağlamında incelenmiştir. Bu çerçevede yapılan fark testleri sonucunda; cinsiyet, yaş, branş ve hizmet yılına göre sosyal medyanın mesleki gelişime katkısına dair öğretmen görüşleri arasında farklılık bulunmadığı belirlenmiştir. İlgili literatürde sosyal medyanın mesleki gelişime katkısına yönelik öğretmen görüşlerinin demografik faktörler temelinde incelendiği çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Mentese'nin (2013) çalışmasında, sosyal medyanın mesleki gelişime katkısına dair görüşlerde cinsiyete göre farklılık olmadığı, buna karşın yaş ve hizmet yılına göre farklılık olduğu bildirilmiştir. Li'nin (2015) öğretmenlerde teknoloji kullanım niyetine yönelik cinsiyet farklılıklarının mesleki gelişim programları ile ortadan kaldırılıp kaldırılamayacağını incelediği çalışmada, program öncesi erkek öğretmenler lehine olan eğitimde teknoloji kullanım niyetinin uygulanan mesleki gelişim programı ile birlikte ortadan kalktığı ve kadın öğretmenlerin de teknoloji kullanımına olumlu yaklaştığı belirlenmiştir. Kao ve ark (2018) internete dayalı mesleki gelişime yönelik öğretmen tutumlarını inceledikleri çalışmalarında, cinsiyet ve yaşın öğretmen tutumları üzerinde doğrudan bir etkisi olmadığını, bununla birlikte yaşın dolaylı olarak öğretmen tutumlarında olumsuz etkiye sahip olduğunu bildirmişlerdir.

Belirtilen hususlar ışığında beden eğitimi öğretmenlerinin internet ve sosyal medya kullanımı ile sosyal medyanın mesleki gelişime katkısına yönelik öğretmen görüşlerinin incelediği bu araştırmada elde edilen sonuçlar aşağıda belirtilmiştir:

- i. Sosyal medyanın mesleki gelişime katkısına yönelik olarak beden eğitimi öğretmenleri "olumlu" görüşlere sahiptir. Öğretmenlere göre sosyal medya mesleki gelişimleri için; öğretmeni daha sosyal hale getirme, düşünce dünyasını geliştirme, başarı, motivasyon ve eğitim kalitesini artırma ve diğer paydaşlarla iletişimini artırma gibi katkılar sağlamaktadır.

- ii. Öğretmenlerin sosyal medyanın mesleki gelişime katkısına yönelik görüşleri; yaş, cinsiyet, branş ve hizmet yılına göre farklılık göstermemektedir.
- iii. Öğretmenlerin çoğu kolay internet erişim imkânı, aktif e-posta hesabı ve sosyal medya hesabına sahiptir, kişisel web sayfası kullanmayı ise tercih etmemektedir.
- iv. Öğretmenler eğitim-öğretimde sosyal medyadan; derslerle ilgili materyal paylaşma, ders ve okulailişkin duyurular, diğer öğretmenlerle eğitim-öğretim içerikli paylaşımlarda bulunma, öğrencilerle iletişim kurma, ödev teslimi ve kontrolleri, toplantı ve etkinlikleri duyurma ve velileri öğrencilerin durumuyla ilgili bilgilendirme gibi farklı pek çok amaçla kullanmaktadır.
- v. Öğretmenler tarafından en fazla tercih edilen sosyal medya platformu “Facebook”tur. Bu platformu sırasıyla “Youtube”, “Instagram” ve “Twitter” takip etmektedir. Öğretmenlerin cinsiyet, yaş ve branşları ile tercih ettikleri sosyal medya platformları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.
- vi. Öğretmenlerin cinsiyet, yaş ve branşları ile sosyal medyayı genel kullanım amaçları ve eğitim öğretim faaliyetlerine yönelik kullanım maksatları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.
- vii. Öğretmenler sosyal medyaya çoğunlukla “ev” ortamından erişim sağlamakta, erişim için “akıllı telefonu” tercih etmekte ve sosyal medyayı “sık sık” kullanmaktadır. Ayrıca sosyal medya ortam/araçlarına ilişkin olarak iyi düzeyde bilgi sahibidirler.

Günümüzde sosyal medyanın yaşamın diğer pek çok alanında olduğu gibi eğitim alanındaki rolü de giderek artmaktadır. Yapılan pek çok araştırma ile sosyal medyanın öğretmenlerin mesleki gelişimi için önemli bir araç olarak kabul edildiği ortaya koyulmuştur. Bu araştırma kapsamında da öğretmenlerin sosyal medyanın mesleki gelişimlerine katkısı noktasında "olumlu" görüşlere sahip oldukları ve eğitim-öğretim faaliyetlerinde Facebook, Youtube ve Instagram platformlarının çok maksatlı olarak kullanıldığı dikkate alındığında;

- i. Öğretmenlerin sosyal medya ortam/araçlarını mesleki gelişimleri açısından daha etkin şekilde kullanabilmelerini sağlamak üzere öğretmen adaylarına üniversitelerde verilen “Eğitim Teknolojileri” ders içeriğinin sosyal medya ortam/araçlarının eğitimde kullanımına dair yeniden düzenlenmesinin,
- i. Milli Eğitim Bakanlığı tarafından öğretmenlerin mesleki gelişimlerini desteklemek üzere başta Facebook, Youtube ve Instagram platformları olmak üzere sosyal medyanın etkin biçimde kullanılmasının,
- ii. Öğretmenlerin sosyal medya platformlarından mesleki gelişim amacıyla yararlanabilmelerine yönelik olarak hizmet içi eğitimler verilmesinin,
- iii. Her seviyedeki eğitim programının, eğitimde sosyal medya platform/araçlarının kullanılabilmesini mümkün kılacak şekilde teknolojik gelişmeler doğrultusunda tekrar tasarlanmasının,
- iv. Öğretmenlerin sosyal medyaya kolaylıkla erişebilmelerine yönelik teknik altyapının oluşturulmasının uygun olacağı düşünülmektedir.

Gelecek dönemde yapılacak araştırmalara yönelik olarak ise;

- i. Sosyal medya platformlarının öğretmen mesleki gelişiminde nasıl kullanılabileceğine yönelik nitel çalışmalar yapılabileceği,
- ii. Literatürde yer alan çalışmaların sınırlı sayıda olmasından hareketle, sosyal medyaya dayalı mesleki gelişim programlarına yönelik öğretmen görüşlerinin demografik faktörlere bağlı olarak incelenebileceği,
- iii. Farklı sosyal medya platformlarının öğretmen mesleki gelişimde kullanımına yönelik karşılaştırmalı çalışmalar yapılabileceği değerlendirilmektedir.

## KAYNAKLAR

- AJJAN H, HARTSHORNE R. (2008). Investigating faculty decisions to adopt web 2.0 technologies: theory and empirical tests. *Internet and Higher Education*, 11, 71-80.
- AKAR E. (2010). Sanal toplulukların bir türü olarak sosyal ağ siteleri: bir pazarlama iletişim kanalı olarak işleyişi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (1): 107-122.
- AKÇAY H. (2011). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında sosyal medya kullanımı: gümüşhane üniversitesi üzerine bir araştırma. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Kuram ve Araştırma Dergisi*, 33, 137-162.
- AKGÜNF. (2016). Öğretmen ve öğretim elemanlarının sosyal ağ kullanımına ilişkin görüşleri. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(1), 75-100.
- AKIN M. (2007). Bilgisayar ve internet teknolojilerinden yararlanmanın uygulama alan bilgisi oluşturma yönünde etkisi, Erzincan eğitim fakültesi örneği. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9(2), 49-70,
- AKINCI V, Z. BAT M. (2009). Siyasal seçim kampanyalarında yeni iletişim teknolojileri ve blog kullanımı: 2008 Amerika başkanlık seçimlerine yönelik karşılaştırmalı bir analiz. *Journal of Yaşar University*, 4(16), 2745-2778.
- AKSU H, ÇANKAYA MN, CANDAN U. (2011). Her Şey Çıplak Bildiğiniz İnternetin Sonu: Web 3.0, İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri A.Ş.
- AKYAZI E, Ünal AT. (2013). İletişim fakültesi öğrencilerinin amaç, benimseme, yalnızlık düzeyi ilişkisi bağlamında sosyal medyayı kullanımı. *Global Media Journal*, 6, 1-24.
- ALBERTH A, MURSALIM M, SIAM S, SUARDIKA IK, INO L. (2018). Social media as a conduit for teacher professional development in the digital era: myths, promises or realities?. *TEFLIN Journal*, 29(2), 293-306.
- ALBION, P. (2007). Web 2.0 in teacher education: two imperatives for action. *Computers in the Schools*, 25(3-4), 181-198.

- ARKLAN Ü,KARTAL NZ. (2018). Y kuşağının içerik tüketicisi olarak youtube kullanımı: kullanım amaçları, kullanım düzeyleri ve takip edilen içerikler üzerine bir araştırma, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6 (2). 929-965
- ASLAN P. (2011). Halkla İlişkilerde Yeni Eğilimler: Sosyal Medya.Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ATABEK O. (2013). Facebook'un Türkiye ve ABD'deki öğretmen adayları tarafından kullanılışı üzerine açıklayıcı bir çalışma: Karışık yöntemli bir tasarım. Doktora Tezi. Ortadoğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- AYDIN CH. (2002). Çevrimiçi (online) öğrenme toplulukları.Açık ve Uzaktan Öğretim Sempozyumu. Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi, Eskişehir.[http://aof20.anadolu.edu.tr/bildiriler/Hakan\\_Aydin1.doc](http://aof20.anadolu.edu.tr/bildiriler/Hakan_Aydin1.doc) , Erişim:12.07.2019.
- AVŞAR P. (2011). Beden eğitimi öğretmenlerinin hizmet içi eğitim programlarının değerlendirilmesi, *Milli Eğitim Dergisi*, 41(2), 230-242.
- BABURA. (2010). Eğitimde bir günlük uygulaması: weblog!.*XII. Akademik Bilişim Konferansı*10-12 Şubat 2010 MuğlaÜniversitesi, 429-436
- BİLGE B. ARSLANARGUN E. (2018). Öğretmenlerin mesleki gelişimleri ve okul müdürlerinin katkı düzeyleri.*Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12, 278-303
- BİRBİRİ D. (2012). Eğitim ve Öğretim Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımı. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Seminer I., Haziran, 12.
- BOSTANCI M. (2010). Sosyal Medyanın Gelişimi ve İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları. Yüksek Lisans Tezi, Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- BOYD D,ELLISON N. (2008). Social Network Sites: Definition, History, And Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230.

BURSA O,ÜNALIR MO. (2010). Sosyal Ağlar Ve Profil Yönetimine Etkileri, Akademik Bilişim, 10 - XII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri, 10 - 12 Şubat 2010 Muğla Üniversitesi, 543-548.

BTK, Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu. (2009). <http://www.btk.gov.tr/tr-TR/Anasayfa#>, Erişim: 19.07.2019

BÜLBÜL AH,TUĞTEKİN U, İLİC U, KUZU A.,ODABAŞIF. (2016). “Çevrimiçi Ortamlarda Araştırma Toplulukları: Öğretim Üyeleri İçin Bir Yol Haritası”,Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD), 17 (2), 171-190

BÜMEN NT, ATEŞ A, ÇAKAR E, URAL G,ACAR V. (2012). Türkiye bağlamında öğretmenlerin mesleki gelişimi: sorunlar ve öneriler. *Milli Eğitim Dergisi*, 41(194), 31-50.

BÜYÜKÖZTÜRK Ş, AKBABA AS, YILDIRIM K. (2010). Uluslararası Öğretme ve Öğrenme Araştırması (Teaching and Learning International Survey) TALIS-Türkiye Ulusal RaporuMEB Dış İlişkiler Müdürlüğü. Ankara: Gürler Matbaacılık.

ÇALIŞKAN M,MENCİK Y. (2015). Değişen dünyanın yeni yüzü: sosyal medya, *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, 50, 254-277.

ÇELEN FK, ÇELİK A,SEFEROĞLU SS. (2011). Türk Eğitim Sistemi ve PISA Sonuçları. XIII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri, 2 - 4 Şubat 2011 İnönü Üniversitesi, Malatya, 765-773

ÇOKLAR, AN. (2012). Evaluations of students on facebook as an educational environment. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 3(2), 42-53.

DEMİR S. (2001). Öğretim Elemanı ve Öğrencilerin, İnternetin Öğretim Amaçlı Kullanımına ilişkin Görüş ve Tutumlarının İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi Gaziantep Üniversitesi SBE.

DEMİRM. (2018). Sosyal Medya Üzerinden Gerçekleşen Öğretmen-Öğrenci Etkileşiminin Örtük Program Açısından İncelenmesi, Doktora Tezi, Malatya: İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.



- DENİZ İD. (2016). Öğretmen Mesleki Gelişim Aracı Olarak Bir Facebook Grubunun İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Gaziantep Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- DEMİRHAN G, COŞKUN H,ALTAY F.(2002). Beden eğitimi öğretmenlerinin niteliklerine ilişkin görüşler. *Eğitimi ve Bilim*, 27 (123), 35-41.
- DÖKMEN Ü. (2003). İletişim Çatışmaları ve Empati. İstanbul: Sistem Yayınları
- DURAK G, ÇANKAYA S.,YÜNKUL E. (2014). Eğitimde eğitsel sosyal ağ sitelerinin kullanımı: edmodo örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 41, 309-316
- DURŞUN ÖÖ. (2011). Çevrimiçi Öğrenme Topluluklarında İletişimci Biçimlerinin Belirlenmesi. Doktora Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi SBE
- FEYZİOĞLU B. (2016). Eğitimde Sosyal Medyanın Kullanılmasına İlişkin Okul Yöneticileri Ve Öğretmenlerin Görüşleri, Yüksek Lisans Tezi, Afyonkarahisar: Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü
- HALTTUNEN K, JARVELIN K. (2005). Assessing learning outcomes in two information retrieval learning environments. *Information Processing and Management*, 41, 949–972.
- HERDMANEA (2012). Meslekler ve Profesyonellik, *Hemşirelikte Eğitim Ve Araştırma Dergisi*, 9 (2), 3-7
- HOQUE KE, ALAM GM.,ABDULLAH, AGK. (2011). Impact of teachers' professional development on school improvement—an analysis at Bangladesh standpoint. *Asia Pacific Education Review*, 12(3), 337-348.
- HORZUM MB, ÖZKAYAM, DEMİRCİ M, ALPASLAN M. (2013). Türkçe uzaktan eğitim araştırmalarının incelenmesi. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(2), 79-100.
- İBİŞ S, ENGİN Y. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya KullanımAlışkanlıkları Üzerine Bir Araştırma:İstanbul Üniversitesi Örneği, Fırat Üniversitesi I. Uluslar Arası Sosyal Bilimler Sempozyumu, 13-14-15 Ekim 2016, Elazığ.

- İŞMAN A.,ALBAYRAK E. (2014). Sosyal ağların facebook'un eğitime yönelik etkililiği. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4(1), 129-138.
- JEONG KY, BOZKURTI. (2014). Evaluating a project management simulation training exercise. *Simulation Gaming*,45(2), 183-203.
- JUNCO R, HELBERGERT G,LOKEN E. (2011). The effect of twitter on college student engagement and grades. *Journal of Computer Assisted Learning*, 27, 119-132.
- KAHRAMAN A,SÖZEN C, MEYDANHC. (2018). Bireylerin ağ düzeneğindeki yerinin oluşmasında lider-üye etkileşiminin rolü: sosyal ağ analizi yaklaşımı, *Lefke Avrupa Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1), 12-34
- KAPLAN A, HAENLEIN M. (2010). Users of the world, unite the challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- KAPLAN AM, HAENLEIN M. (2011). The early bird catches the news: nine things you should know about micro-blogging. *Business Horizons*, 54(2).
- KARADUMAN M, KURT H. (2010). İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medyaı Kullanım Düzeyleri. XV. Türkiye İnternet Konferansı, 2-4.
- KARASAR N. (2006). Bilimsel Araştırma Yöntemi. Ankara: Nobel Yayınevi
- KESKİN S. (2014). Öğretmen, Öğretmen Adayı Ve Öğrencilerin Sosyal Ağları Benimseme Süreçleri Ve Kullanım Amaçlarının İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- KİRTİŞ KA, KARAHANF. (2011). To be or not to be in social media arena as the most cost-efficient marketing strategy after the global recession. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, (24), 260-268.
- KOÇAK, G, OYMANM. (2012). Social media usage behaviors of individuals: an application in Eskişehir, *International Journal of Business and Social Science*, 3(22), (Special Issue – November 2012), 177-188
- KÖŞKEROĞLU BM, ALBAYRAK D, UĞUR FE, YILDIRIM S, ERYOL G,ATAMAN, YE. (2011). Öğretmen adaylarının Facebook kullanımları ve

Facebook'un mesleki gelişimlerdeki yeri konusundaki görüşleri. *Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12(2), 119-134

KUYUCUM. (2013). Yeni İletişim Teknolojileri ve Yeni Medya. Yeni İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya ve Sosyal Ağlar üzerine Bir Güncelleme", (Ed.M. Kuyucu ve T. Karahisar), İstanbul: Zinde Yayıncılık

LINKEDIN (2019). <https://about.linkedin.com/tr-tr> , Erişim:13.08.2019

Lİ Y. (2015). Is teacher professional development an effective way to mitigate teachers' gender differences in technology? Result from a statewide teacher professional development program. *Journal of Education and Training Studies*, 4(2), 21-26.

MAYFIELD A., What is Social Media, <http://freepdfs.org/pdf/what-is-socialmedia>Erişim: 17.05.2019

MAZMAN SG. (2009). Sosyal Ağların Benimsenme Süreci ve Eğitsel Bağlamda Kullanımı.Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Hacettepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

MENTEŞE M. (2013). Sosyal Medya Ortam Ve Araçlarının Eğitimde Kullanımına İlişkin Okul Yöneticilerinin ve Öğretmenlerinin Görüşleri. Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

METZGER MJ,FLANAGIN AJ, ZWARUN L. (2003). College student web use, perception of information and verification behavior. *Computers & Education*. 41(3), 271-190

MİLLİ EĞİTİM BAKANLIĞI. (2006). İlköğretim Okulu Öğretmenlerinin Yaptıkları Mesleki Seminer Çalışmalarının Değerlendirilmesi.Ankara:MEB Yayınları

ODABAŞI HF, MISIRLI Ö, GÜNÜÇ S, TİMAR ZŞ, ERSOY M, EROLO. (2012). Eğitim için yeni bir ortam: twitter, *Anadolu Journal of Educational SciencesInternational*, 2(1), 89-103

OUZTS, K. (2006). Sense of community in online courses. *Quarterly Review of Distance Education*, 7(3), 285-296

ÖNCEL Ü. (2012). Sosyal Medyanın Tarihçesi, <https://webrazzi.com/2012/10/22/sosyal-medyanin-kisa-tarihi-infografik/>, Erişim: 12.08.2019

ÖZELTÜRKAY EY, BOZYİĞİT S, GÜLMEZ M. (2017), Instagram'dan alışveriş yapan tüketicilerin satın alma davranışları: keşifsel bir çalışma, *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 12 (48), 175-198

ÖZGEN E, DOYMUŞ H. (2013). Sosyal medya pazarlamasında farklılaştırıcı bir unsur olarak içerik yönetimi konusunda iletişimsel bir yaklaşım. *Academic Journal of Information Technology*, 11, 91-103

ÖZKÖMÜRCÜ, H. (2012). 75 Farklı Sosyal Medya Sitesi, <https://tamseo.com/75-farkli-sosyal-medya-sitesi/>, Erişim:17.07.2019

ÖZMEN B, YILDIRIMN. (2011). Video Paylaşım Sitelerinin Eğitsel Amaçlı Kullanımı. 5th International Computer and Instructional Technologies Symposium, Fırat Üniversitesi, Elazığ, 22-24 Eylül 2011.

ÖZMEN F, AKÜZÜM C, SÜNKÜR M, BAYSAL N. (2011). Sosyal Ağ Sitelerinin Eğitsel Ortamlardaki İşlevselliği. 6th International Advanced Technologies Symposium. Elazığ: Fırat Üniversitesi, 42-47

ÖZTÜRKMF, TALAS M. (2015). Sosyal medya ve eğitim etkileşimi. *Journal of World of Turks*, 7(1), 101-120.

PALLOFF RM, PRATT K. (2005). Online learning communities Revisited. 21st Annual Conference on Distance Teaching and Learning. [http://www.uwex.edu/disted/conference/Resource\\_library/proceedings/05\\_1801.pdf](http://www.uwex.edu/disted/conference/Resource_library/proceedings/05_1801.pdf) Erişim:10.07.2019

REİS ZY. (2004). Bilgisayar Destekli Öğrenme-Öğretme Sürecinde Teknoloji ve Yardımcı Materyallerin Kullanımı. IV. International Education Technologies Conference. <http://www.tojet.net/IETC2004>, Erişim:16.07.2019

SARIDAŞ G, DENİZ M. (2018) Çevrimiçi öğrenme topluluklarının öğretmenlerin mesleki gelişimine etkisine yönelik öğretmen görüşleri, *Çağdaş Yönetim Bilimleri Dergisi*, 1(5), 11-41.

SARSAR F, BAŞBAY M, BAŞBAY A. (2015). Öğrenme-öğretme sürecinde sosyal medya kullanımı. *Mersin University Journal of the Faculty of Education*, 11(2).

- SEMERCİ A,KESERH. (2013). E-Öğrenme Bariyerleri. V. Yüzer, G. T. Yamamoto ve U. Demiray içinde, Türkiye'de E-Öğrenme: Gelişmeler ve Uygulamalar IV, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, (s. 97-134).
- SEZGİNS. (2013).Çevrimiçi Uygulama Topluluklarında Bilişsel Biçimin Öğrenen Davranışlarına Etkisi. Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi SBE.
- SICAK A,PARMAKSIZ RŞ. (2016). İlköğretim kurumlarındaki mesleki çalışmaların etkililiğinin değerlendirilmesi. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17(1), 17-33.
- SLIVA J. (2002). Developing a mathematical community using an electronic discussion forum in an elementary mathematics methods course.*Contemporary Issues in Technology and Teacher Education*, 2(1), 79-94
- SÖZERİ C. (2012). Sosyal Medya Gücüyle Geleneksel Medyayı Değiştirmek Mümkün mü, Sosyal Medya I Akademi, (Ed. Tolga Kara ve Ebru Özgen), ss.269-284.
- TAVŞANCIL E, KESER H. (2002). İnternete kullanımına yönelik likert tipi bir tutum ölçeğinin geliştirilmesi. *Eğitim Bilimleri ve Uygulama Dergisi*, (1), 1, 79-100.
- TEKTAŞ N. (2014). Üniversite öğrencilerinin sosyal ağları kullanmalarına yönelik bir araştırma, *Tarih Okulu Dergisi* 7(17), 851-870, <http://dx.doi.org/10.14225/Joh474>, Erişim:03.07.2019
- TUİK HANEHALKI BT KULLANIM ARAŞTIRMASI, 2019. <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=30574> Erişim:27.9.2019.
- TÜRKOĞLU N. (2004). İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalara Toplumsal İletişim. İstanbul: Babil Yayınları
- VANGRIEKEN K, MEREDITH C, PACKER T, KYNDT E. (2017). Teacher communities as a context for professional development: a systematic review. *Teaching and Teacher Education*. (61), 47-59
- WE ARE SOCIAL (2019). Global Digital Report 2018, We Are Social and Hootsuite report. <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>

YAMAMOTO GT,DEMİRAY U.(2011). Toplumsal Buradalık Algısı Ve Çevrimiçi Ortamlarda Bu Algının Artırılması. Türkiye'de E-Öğrenme: Gelişmeler ve Uygulamalar II , Eskişehir: Selected Works, 37-60

YANIK A. (2016). Yeni medya nedir ne değildir?*Journal of International Social Research*, 9(45), 898-910.

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

YAYLAK E, İNAN S. (2018). Sosyal bilgiler öğretmenlerinin eğitimde sosyal medyanın kullanılmasına yönelik görüşlerinin incelenmesi. *Türkiye Bilimsel Akademi Derneği*, 3 (1).

YENGİN D. (2012). Yeni Medya ve...”, 1. Baskı. İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi

ZHENG B. (2013). Social Media and Classroom Writing: Participation, Interaction and Collaboration, Doctor Of Philosophy, University Of California School of Education.

## EKLER

### Ek-1: Anket Formu

Sayın Katılımcı,

“Beden Eğitimi Öğretmenlerinin Sosyal Medyanın Kullanımı Ve Mesleki Gelişimlerine Katkısı Konusundaki Görüşleri” adlı bu anket, Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Beden Eğitimi Ve Spor Anabilim Dalında, Sayın Doç. Dr. ....danışmanlığında yürütülen bir yüksek lisans çalışmasının gereği olarak hazırlanmış olup başka herhangi bir amaç için kullanılmayacaktır.

Lütfen adınızı veya numaranızı kodlamayınız. ( İçi boş parantezlere x işareti koyabilirsiniz).

Adı Soyadı

### A. KİŞİSEL BİLGİLER

- 1.Yaşınız: (.....)
- 2.Cinsiyetiniz: ( ) Erkek ( ) Kadın
- 3.Branşınız: ( ) İlkokul ( ) Ortaokul ( ) Lise
4. Hizmet Yılıınız: ( ) 1-5 yıl ( ) 6-10 yıl ( ) 11-15 yıl  
( ) 16-20 yıl ( ) 20 yıl ve üzeri

Nu	İfade	Evet	Hayır
5.	Kolay erişim sağladığınız internet bağlantınız var mı?		
6.	Aktif olarak e-posta kullanıyor musunuz?		
7.	Sosyal medya platformlarında hesabınız var mı?		

8.	Kişisel web sayfanız var mı?		
----	------------------------------	--	--

## B. UYGULAMALAR

Bu bölümde soruların üzerinde yer alan soru yönergelerini dikkate alarak cevaplayınız.

### İnterneti aşağıda belirtilen amaçlarda kullanıyor musunuz?

Nu	İfade	Evet	Hayır
9.	Haberleşmek ve e-posta		
10.	Sosyalleşme ve iletişim		
11.	Eğlence, oyun ve hobi amaçlı		
12.	Araştırma yapmak ve bilgi toplamak amaçlı		
13.	Eğitim öğretim amaçlı		
14.	Alışveriş yapmak amacıyla		
15.	Banka ve diğer resmi işlemler amacıyla		
16.	Güncel olayların takibi, gazete, ajans ve televizyonlar		
17.	Diğer (Belirtiniz .....)		

### Aşağıdaki sosyal medya platformlarını kullanıyor musunuz?

Nu	İfade	Evet	Hayır
18.	Facebook		
19.	Twitter		
20.	Instagram		
21.	Youtube		
22.	LinkedIN		



23.	Google+		
24.	Pinterest		
25.	Bloglar		
26.	Wikiler		
27.	Schooltube		
28.	Edmodo		
29.	Diğer		

**Sosyal medyayı hangi amaçla kullanıyorsunuz?**

Nu	İfade	Evet	Hayır
30.	Haberleşme amacıyla kullanıyorum (e-posta, mesaj vb)		
31.	Eski arkadaşlarımla bağlantı kurmak için kullanıyorum		
32.	Yeni arkadaşlıklar kurmak için kullanıyorum		
33.	Fikir ve sosyal paylaşımlar amacıyla kullanıyorum		
34.	Eğlenme amacıyla kullanıyorum (Video, müzik, oyun vb).		
35.	Gündemi takip etmek ve haber almak için kullanıyorum		
36.	Özel ilgi ve hobi gruplarına dâhil olmak için kullanıyorum		
37.	Eğitim-öğretim amacıyla kullanıyorum		
38.	Diğer (Belirtiniz. ....)		

**Eğitim-öğretim alanında sosyal medyadan hangi amaçla yararlanıyorsunuz?**

Nu	İfade	Evet	Hayır
39.	Öğrencilerle iletişim kurmak için		
40.	Ödev teslimi ve kontrolleri için		
41.	Toplantılar ve etkinlikleri duyurmak için		
42.	Derslerle ilgili materyal paylaşmak için		
43.	Eğlenme amacıyla kullanıyorum (Video, müzik, oyun vb).		
44.	Dersler ve okulla ilgili duyurular için		
45.	Velileri, öğrencilerin durumuyla ilgili bilgilendirmek için		
46.	Diğer öğretmenlerle eğitim-öğretim içerikli paylaşımında bulunmak için		

**Sosyal medyaya daha çok hangi ortamlardan erişim sağlıyorsunuz?**

Nu	İfade	Evet	Hayır
47.	Ev		
48.	Okul / İşyeri		
49.	Toplu taşıma aracı ve yolculuklarda		
50.	Diğer (Belirtiniz .....)		

**Sosyal medya erişiminde aşağıdaki araçlardan en çok hangilerini kullanıyorsunuz?**

Nu	İfade	Evet	Hayır
51.	Akıllı telefon		
52.	Masaüstü bilgisayar		
53.	Diz üstü bilgisayar		
54.	Tablet		

**55. Sosyal medyayı ne kadar sıklıkla kullanıyorsunuz? Uygun olan seçeneği işaretleyiniz.**

- a) Haftada her gün
- b) Haftada 4-5 gün
- c) Haftada 2-3 gün
- d) Haftada 1 gün
- e) Hiç kullanmıyorum

**56. Sosyal medya ortamı ve araçları ile ilgili ne kadar bilgi sahibisiniz?**

- a) Çok iyi
- b) İyi
- c) Orta
- d) İyi değil
- e) Hiç yok

**C. DÜŞÜNCELER**

Anketimizin bu kısmında sosyal medyanın eğitim-öğretimde kullanılması ve beden eğitimi öğretmenlerinin kişisel gelişimine katkısına ilişkin yazılan ifadelere katılma durumunuza göre size en uygun seçeneği işaretleyiniz.

Nu	<i>Sosyal medya ortam araçlarının beden öğretmenlerinin mesleki gelişimine katkısı;</i>	Kesimlikle katılmıyor um	Katılmıyor um	Kararsız m	Katılıyor m	Kesimlikle katılıyor m
57.	Öğretmeni daha sosyal hale getirir					
58.	Öğretmenin düşünce dünyasını geliştirir.					
59.	Öğretmenlerin akademik başarısını olumlu etkiler					
60.	Öğretmenlerin mesleki motivasyonlarının artmasını sağlar					
61.	Öğretmenin öğrencisine verdiği eğitim kalitesini artırır					
62.	Sınıf içinde öğretmen-öğrenci etkileşimini artırır					
63.	Sınavlarda daha ayrıntılı ve hızlı geri bildirim sağlanmış olur					
64.	Öğretmenlerin iletişim becerisini artırır					
65.	Okul-öğrenci ilişkisini azaltır					

**Değerli vaktinizi ayırıp, anketimize katıldığınız için teşekkürler...**

## ÖZGEÇMİŞ

1993 yılının Nisan ayında Seyhan'da doğdu. İlköğretim ve lise öğrenimini Adana'nın Ceyhan ilçesinde tamamladı. 2011 yılında Kırıkkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği bölümüne girdi. 2015 yılında Kırıkkale Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği bölümünden mezun oldu. 2016 yılında Tokat ili Erbaa ilçesi Karayaka Başaralar Yatılı Bölge Ortaokulu'nda beden eğitimi ve spor öğretmeni olarak göreve başladı. 2019 yılında Spor Tokat projesi içerisinde yer alarak Karayaka Başaralar YBO Spor Kulübü Derneğinin kurucu üyeleri arasında yer aldı. Halen Tokat ili Erbaa ilçesi Karayaka Başaralar YBO'da beden eğitimi ve spor öğretmeni görevini sürdürmektedir.