

EGE ÜNİVERSİTESİ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

ÖĞRETMENLERİN SOSYAL MEDYA KULLANIM

ENDİŞELERİ VE FARKINDALIKLARI

Serpil GÜNAYDIN

Tez Danışmanı: Prof. Dr. H. Eralp ALTUN

Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı

Bilim Dalı Kodu:

Sunuş Tarihi: 01.02.2017

Bornova-İZMİR

2017

KABUL VE ONAY SAYFASI

Serpil GÜNAYDIN tarafından yüksek lisans tezi olarak sunulan "" Öğretmenlerin Sosyal Medya Kullanım Endişeleri ve Farkındalıkları" başlıklı bu çalışma EÜ Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği ile EÜ Fen Bilimleri Enstitüsü Eğitim ve Öğretim Yönergesi'nin ilgili hükümleri uyarınca tarafımızdan değerlendirilerek savunmaya değer bulunmuş ve 01.02.2017 tarihinde yapılan tez savunma sınavında aday oybirliği/oyçokluğu ile başarılı bulunmuştur.

Jüri Üveleri:

İmza

Jüri Başkanı

: Prof. Dr. Eralp ALTUN



Raportör Üye

: Yrd. Doç. Dr. Alev ATEŞ ÇOBANOĞLU



Üye

: Doç. Dr. İdris ŞAHİN



EGE ÜNİVERSİTESİ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

ETİK KURALLARA UYGUNLUK BEYANI

EÜ Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliğinin ilgili hükümleri uyarınca Yüksek Lisans Tezi /~~Doktora Tezi~~ olarak sunduğum “Öğretmenlerin Sosyal Medya Kullanım Endişeleri ve Farkındalıkları” başlıklı bu tezin kendi çalışmam olduğunu, sunduğum tüm sonuç, doküman, bilgi ve belgeleri bizzat ve bu tez çalışması kapsamında elde ettiğimi, bu tez çalışmasıyla elde edilmeyen bütün bilgi ve yorumlara atıf yaptığımı ve bunları kaynaklar listesinde usulüne uygun olarak verdiğimi, tez çalışması ve yazımı sırasında patent ve telif haklarını ihlal edici bir davranışımın olmadığını, bu tezin herhangi bir bölümünü bu üniversite veya diğer bir üniversitede başka bir tez çalışması içinde sunmadığımı, bu tezin planlanmasından yazımına kadar bütün safhalarda bilimsel etik kurallarına uygun olarak davrandığımı ve aksinin ortaya çıkması durumunda her türlü yasal sonucu kabul edeceğimi beyan ederim.

22/02/2017

İmzası

Serpil GÜNAYDIN

ÖZET

ÖĞRETMENLERİN SOSYAL MEDYA KULLANIM ENDİŞELERİ

VE

FARKINDALIKLARI

GÜNAYDIN, Serpil

Yüksek Lisans Tezi, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Eralp ALTUN

Ocak 2017, 75 sayfa

Bu çalışma, günlük yaşamda yoğun olarak kullanılan sosyal medyayı öğretmenler açısından incelemeyi amaçlamıştır. Bu doğrultuda öğretmenlerin sosyal medya kullanım durum ve alışkanlıkları, sosyal medya konusundaki düşünceleri ve bu araçlar hakkındaki farkındalık düzeyleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Çalışmada tarama modellerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Çevrimiçi anket aracılığıyla nitel ve nicel veri toplanmıştır. Nicel veriler kodlanarak istatistiksel analiz programına girilmiş, nitel veriler de tematik analiz yöntemlerinden içerik analizi yapılarak incelenmiştir. Araştırmaya Türkiye genelinden 382 öğretmen katılmıştır.

Çalışmada ulaşılan genel sonuçlar şu şekilde özetlenebilir:

- Öğretmenler din, siyaset, milliyet gibi konularda sosyal medyada bilgi paylaşmaktan ve bu gibi grupları takip etmekten çekinmektedirler.
- Öğretmenlerin sosyal medyada duygu ve düşüncelerini rahatlıkla dile getirme konusunda kararsız olduklarını ve paylaşım yaparken sonrasında ne olur, ötekileştirilme gibi endişeler nedeniyle paylaşım yapmaktan çekindikleri görülmektedir.
- Katılımcılar isim, cinsiyet, yaşadığı şehir, doğum günü gibi toplum tarafından bilinmesinde herhangi bir risk olmadığını düşündükleri bilgilerini sosyal medyada daha çok paylaşmaktadırlar.

- Katılımcılar, öğretmenlerin bir öğretmen olarak sosyal medya kullanması gerektiği konusunda görüş ayrılığı yaşamakta ancak çoğunluk öğretmenlerin sosyal medya kullanması gerektiği yönünde görüş bildirmektedirler.
- Katılımcılar genel olarak sosyal medyadaki gizlilik ile ilgili gelişmeleri takip ettiklerini ve yaygın olarak profillerinin sadece arkadaşlarına açık olduğunu belirtmişlerdir.
- Sosyal medya hesaplarını kapatmayı düşünen katılımcıların birçoğu bu ortamları bir zaman kaybı olarak nitelendirmiş, diğer katılımcılar da bu ortamlardan izlendiğini, rahatsız edildiğini vb. nedenlerle sosyal medya hesaplarını kapatmayı düşündüklerini belirtmişlerdir.
- Sosyal medya araştırmaya katılan öğretmenler için bir alışkanlık haline gelmiştir.
- Genel olarak katılımcılar sosyal medyanın kullanım amacına bağlı olarak yararlı ya da zararlı olarak tanımlanabileceğini düşünmektedirler.

Anahtar sözcükler: Sosyal medya, öğretmenlerin sosyal medya kullanımı, sosyal medyada mahremiyet endişeleri, Türkiye

ABSTRACT

TEACHERS 'SOCIAL MEDIA USE CONSIDERATIONS

AND

AWARENESS

GÜNAYDIN, Serpil

MSc in Computer Education and Instructional Technology

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Eralp ALTUN

January 2017, 75 pages

This study aims to examine the social media that intensively used in daily life from the view point of teachers. In this direction, teachers are trying to determine social media use patterns and habits, social media considerations and awareness levels about these tools. In the study, a relational search model was selected from the research studies and data were collected via online questionnaire. The questionnaire consists of both multiple-choice and open-ended items. The quantitative data were coded into the statistical analysis program and the qualitative data were analyzed by using the thematic analysis methods. 382 teachers from all over Turkey participated in the survey.

The general conclusions reached in the study can be summarized as follows:

- Teachers do not follow such groups when they are reluctant to share information in social media on topics such as religion, politics, nationality.
- It is seen that teachers are hesitant to express their feelings and thoughts in the social media and share their concerns due to the anxiety about what happens after sharing.
- Participants share more information on the social media that they think there is no risk known by the community such as name, sex, city of living, birthday.

- Participants have a view that teachers should use social media as a teacher, but majority opinion is that teachers should use social media.
- Participants generally follow developments related to privacy in social media and they are widely known to be open to friends only.
- Many of the participants who are considering closing social media accounts have noted that this is a waste of time, and it is possible to say that there are reasons such as monitoring, disturbance, etc. among the reasons for closure of other participants.
- Social media has become a daily routine for teachers in Turkey.
- In general, participants describe social media as useful or harmful, depending on the purpose of use.

Key words: Social media, teachers' use of social media, privacy concerns in social media, Turkey

TEŞEKKÜR

Yüksek lisans eğitimim boyunca ve tez çalışmam süresince vizyonu ile bana hep yol gösteren ve gösterdiği anlayış ile uzak mesafe okullu olma çabalarımı destekleyen değerli hocam Sayın Prof. Dr. Eralp ALTUN'a çok teşekkür ederim. Bunun yanında genç yaşına rağmen başarıları, duruşu ve akademik çalışmaları ile bana ilham kaynağı olan sevgili hocam Yrd. Doç. Dr. Alev ATEŞ ÇOBANOĞLU'na çok teşekkür ederim.

Diğer yandan, değerlerini anne olduğumda çok daha iyi anladığım, yaşamım boyunca desteklerini hissettiğim, bana yılmamayı öğreten sevgili anneme ve babama çok teşekkür ederim. Sizler olmasaydınız bu günlere gelemezdim.

Son olarak, lisansüstü eğitimim süresince benimle yollara düşen, yoğun çalışma temposuna rağmen eğitimimi sonuna kadar destekleyen, hayatın yükünü benimle omuzlayarak hafifleten sevgili eşim Murat GÜNAYDIN'a ve bu süreçte aramıza katılan, sevgisiyle bize aşamayacağımız engel olmadığını gösteren çok sevgili oğlum Mehmet Ali'ye gönülden teşekkür ediyorum.

Serpil GÜNAYDIN



İÇİNDEKİLER

| | <u>Sayfa</u> |
|---|--------------|
| ÖZET | VII |
| ABSTRACT | IX |
| TEŞEKKÜR | XI |
| ÇİZELGELER DİZİNİ | XV |
| 1. GİRİŞ | 1 |
| 1.1. Problem Durumu | 2 |
| 1.2. Çalışmanın Amacı | 6 |
| 1.3. Çalışmanın Önemi | 7 |
| 1.4. Sayıtlar | 11 |
| 1.5. Sınırlılıklar | 11 |
| 1.6. Tanımlar | 11 |
| 2. İLGİLİ ALAN YAZIN | 13 |
| 2.1. Sosyal Medya Nedir? | 13 |
| 2.2. Sosyal Medyanın Tarihsel Gelişimi ve Sosyal Medya Araçları | 14 |
| 2.3. Sosyal Medyada Bilgi Paylaşımı ve Güvenlik | 16 |
| 3. İLGİLİ ARAŞTIRMALAR | 19 |

İÇİNDEKİLER (devam)Sayfa

| | | |
|--------|--|----|
| 3.1. | Öğretmenlerin Sosyal Medya Kullanımları İle İlgili Yapılan Araştırmalar | 19 |
| 3.2. | Sosyal Medyada Bilgi Güvenliği ve Mahremiyet Endişeleri İle İlgili Yapılmış Çalışmalar | 23 |
| 4. | YÖNTEM | 27 |
| 4.1. | Araştırma Modeli | 27 |
| 4.2. | Katılımcılar | 28 |
| 4.3. | Veri Toplama Aracı | 30 |
| 4.3.1. | Problemi tanımlama | 31 |
| 4.3.2. | Madde yazma | 31 |
| 4.3.3. | Uzman görüşü alma | 31 |
| 4.3.4. | Ön uygulama ve ankete son şeklini verme | 32 |
| 4.4. | Geçerlik-Güvenirlik Çalışması | 39 |
| 5. | BULGULAR VE YORUM..... | 42 |
| 5.1. | Öğretmenlerin Sosyal Medyayı Kullanma Durum ve Alışkanlıkları..... | 42 |
| 5.2. | Öğretmenlerin Sosyal Medya Hakkında Düşünceleri Nelerdir?..... | 44 |

İÇİNDEKİLER (devam)Sayfa

| | |
|---|----|
| 5.3. Öğretmenlerin Sosyal Medyada Kendileri Olarak Yer Alma Durumları Nasıldır? | 49 |
| 5.4. Öğretmenlerin Güvenlik Ayarları Hakkındaki Farkındalık Durumları Nedir? | 53 |
| 5.5. Öğretmenlerin Sosyal Medya Hesaplarını Kapatma Oranları ve Nedenleri..... | 56 |
| 6. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER | 58 |
| 6.1. Sonuç ve Tartışma..... | 58 |
| 6.1.1. Öğretmenlerin sosyal medya kullanma durum ve alışkanlıklarına ilişkin sonuç ve tartışma... .. | 58 |
| 6.1.2. Öğretmenlerin sosyal medya hakkındaki düşüncelerine ilişkin sonuç ve tartışma | 60 |
| 6.1.3. Öğretmenlerin sosyal medyada kendileri olarak yer alma durumlarına ilişkin sonuç ve tartışma.. | 61 |
| 6.1.4. Öğretmenlerin güvenlik ayarları hakkındaki farkındalık durumlarına ilişkin sonuç ve tartışma.. | 63 |
| 6.1.5. Öğretmenlerin sosyal medya hesaplarını kapatma oran ve nedenlerine ilişkin sonuç ve tartışma.. | 65 |
| 6.2. Öneriler | 67 |

İÇİNDEKİLER (devam)

| | <u>Sayfa</u> |
|------------------------|--------------|
| KAYNAKLAR DİZİNİ | 68 |
| ÖZGEÇMİŞ | 76 |
| EKLER | |



ÇİZELGELER DİZİNİ

| <u>Çizelge</u> | <u>Sayfa</u> |
|--|--------------|
| 2.1. Sosyal ağlar ve kısa tanıtımları | 15 |
| 4.1. Katılımcıların yaş, cinsiyet ve branş dağılımını | 29 |
| 4.2 Katılımcıların cinsiyete göre sosyal medyaya katılma durumları | 30 |
| 4.3. Öğretmen adaylarının sosyal medyadaki etkinlikleri hakkındaki düşünceleri | 34 |
| 4.4. Öğretmen adaylarının sosyal medyada paylaşım ve etkinlik oranları | 34 |
| 4.5. Öğretmen adaylarının sosyal medyanın etkileri konusundaki düşünceleri .. | 35 |
| 4.6. Öğretmen adaylarının arkadaş/takipçi endişeleri | 36 |
| 4.7. Öğretmen adaylarının sosyal medya kullanma gerekliliği ile ilgili düşünceleri | 37 |
| 5.1. Öğretmenlerin üye oldukları sosyal medya siteleri | 42 |
| 5.2. Öğretmenlerin en sık kullanılan sosyal medyadaki arkadaş/takipçi Oranları | 43 |
| 5.3. Öğretmenlerin sosyal medyanın insanlar üzerindeki etkileri hakkında düşünceleri | 44 |
| 5.4. Öğretmenlerin sosyal medyanın etkileri hakkındaki düşünceleri | 45 |
| 5.5. Öğretmenlerin sosyal medya kullanma gerekliliği ile ilgili düşünceleri | 46 |
| 5.6. Öğretmenlerin sosyal medyada paylaştıkları bilgi türleri ve oranları | 49 |

ÇİZELGELER DİZİNİ (devam)

| <u>Çizelge</u> | <u>Sayfa</u> |
|--|--------------|
| 5.7. Öğretmenlerin sosyal medyadaki etkinlikleri hakkındaki düşünceleri | 50 |
| 5.8. Sosyal medyadaki grupların öğretmenler tarafından takip edilme oranları .. | 52 |
| 5.9. Öğretmenlerin sosyal medyada son yaptıkları güvenlik ayarlamaları | 53 |
| 5.10. Öğretmenlerin güvenlik ayarlar ile ilgili güncellemeleri takip oranları | 54 |
| 5.11. Öğretmenlerin sosyal medyadaki gizlilik-güvenlik endişeleri | 54 |
| 5.12. Öğretmenlerin sosyal medyadaki arkadaş/takipçi endişeleri | 55 |
| 5.13. Öğretmenlerin sosyal medyadaki etkinlik oranları | 55 |
| 5.14. Öğretmenlerin sosyal medya hesaplarını kapatma nedenleri | 56 |

1. GİRİŞ

Yaşadığımız dünya paradoksal bir şekilde hem küçük hem de uçsuz bucaksız bir büyüklükteyken; her birimiz yerel iletişimlere gömülü durumda ve dünyadaki herkesten sadece birkaç bağlantı uzaktayız (Prell, 2011). Prell'in ifade ettiği gibi; dünyadaki herkesten sadece birkaç bağlantı uzakta olmak artık kimsenin şaşıracağı bir durum değildir. İletişim ve teknoloji dönüşümünün karakterize ettiği yirmi birinci yüzyılda dünya daha da küçülmüş ve bu baş döndüren iletişim teknolojileri ile küçük bir köy haline gelmiştir. Web 2.0 teknolojisiyle sosyal ortamlar ve iletişim; bilgisayar ve internet ortamına aktarılmıştır. İnternetin ve özellikle sosyal medyanın günlük yaşamın merkezine oturduğu günümüzde artık insanların birçoğu için cep telefonsuz ve internet bağlantısız bir yaşam düşünülemez olmuştur. Facebook, Twitter, Instagram ve bunun gibi sayabileceğimiz daha birçok sosyal medya ortamı kullanıcılarına; özgürce iletişim kurma, günlük yaşamda ulaşılması zor kişilere bile anlık olarak mesaj iletebilme; fotoğraf, video, ses gibi medyaları kolaylıkla paylaşabilme olanağı sunmaktadır.

Sosyal medyanın kullanıcı sayılarına bakıldığında, dünya üzerinde her meslek grubu ve yaştan katılımcılarının olduğunu söylemek mümkündür. Ancak her meslek grubunun sosyal medyayı aynı özgürlükle kullanamadığı da bilinen bir gerçektir. Bu meslek gruplarından birisi de öğretmenliktir. Öğretmenlerin özellikle eğitim amaçlı, mesleki gelişim amaçlı sosyal medya kullanım durumları, bu ortamları kullanırken yaşadıkları endişeler ve bu konu hakkındaki farkındalıkları araştırılması gereken önemli bir konu olduğu düşünülmüş ve sonuçta bu araştırma tasarlanmıştır.

Bu bölümde öğretmenlerin sosyal medya kullanımları ile ilgili problem durumu, araştırmanın amacı ve bu araştırmanın neden önemli olduğu üzerinde durulmuştur. Aynı zamanda araştırma yürütülürken yaşanan sınırlılıklar ve sayılılar da yine bu bölümde yer almaktadır.

1.1. Problem Durumu

Yaşanan teknolojik gelişmeler günlük yaşam alışkanlıklarını değiştirmektedir. Tarım ve sanayi toplumundaki bireylerin günlük alışkanlıkları ile günümüz bilgi toplumundaki bireylerin günlük alışkanlıkları birbirinden oldukça farklılık göstermektedir. Günlük yaşamın her alanında var olan teknolojik araç ve gereçler ile özellikle de mobil teknolojiler aracılığıyla bilgi toplumu insanı güne sosyal medyayı takip ederek başlamakta ve gününü yine aynı şekilde sonlandırabilmektedir.

Sosyal medya, bireylere bir başkası ile iletişim kurmak için yeni yollar sunmaktadır. İçinde bulunduğumuz 2016 yılı itibarı ile dünya üzerinde yaklaşık 3,41 milyar kişi internete bağlanmakta, bunların %70'i (n= 2.31 milyar) ise sosyal medyayı etkin (aktif) olarak kullanmaktadır. Türkiye'de ise 46,28 milyon kişi internete erişirken bunların 42 milyonu etkin olarak sosyal medya kullanmaktadır; sosyal medyada geçirilen ortalama süre dünya üzerinde günlük 0,11 saat iken Türkiye'de 2 saat 32 dakika olarak kayıtlara geçmiştir (Kemp, 2016). Bu veriler ışığında Türkiye'de yaygın bir internet ve sosyal medya kullanımı olduğunu söylemek mümkündür.

2016 yılı dünyasında bireyler sadece okudukları ya da duydukları ile sınırlı kalmamakta bunun yerine birçok kişinin iletişim kurabildiği ve paylaşım yapabildiği küresel platformları takip etmektedirler. Qualman (2012) dünya üzerindeki bu iletişim dalgasını *Ağzın Dünyası* (World of Mouth) olarak tanımlamaktadır. Bu ifade; *insanların aralarında konuştukları* anlamına gelen "Word of Mouth" ifadesine bir gönderme yapmakta ve geçmişte kulaktan kulağa olan iletişim şeklinin tek seferde birçok kişiye ulaşabilmesini vurgulamaktadır. Bu da kısa sürede çok fazla insanın sosyal medya aracılığı ile bilgi sahibi olması anlamına gelmektedir. Sosyal medya ortamlarında paylaşılan herhangi bir içerik aynı anda dünyanın her yerinde görüntülenebilmekte ve birçok insan saniyeler içerisinde durumdan haberdar olabilmektedir. Böylece insanlar; sosyal medya aracılığı ile diğer insanların deneyimlerinden yararlanmakta ve dünya üzerindeki herhangi bir olayı, doğrudan yaşayanların gözünden görebilmektedirler. Tüm bu

avantajları düşünülduğünde sosyal medyanın bu kadar yoğun bir kullanıcı sayısına sahip olması ve sosyal medyada geçirilen ortalama sürelerin artan bir grafik sergilemesi şaşırtıcı bir durum değildir.

Sosyal medyanın kullanıcı yoğunluğunun bir başka sebebi de bu ortamların herhangi bir cinsiyet, yaş, meslek ve statü sınırlaması olmaksızın tüm bireylerin kullanımına açık olmasıdır. İletişim, paylaşım, kişisel ve mesleki gelişimi destekleyebilecek grupların bulunması ile insanların içinde bulunmayı tercih ettikleri sosyal medya ortamlarının bazı meslek gruplarındaki kişiler için özellikle kullanılması tavsiye edilmektedir. Bu meslek gruplarından biri de öğretmenliktir. Öğretmenlerin öğrenci kitlesini anlamaları, yol gösterici olmaları ve mesleki gelişimleri açısından sosyal medyayı kullanmaları gerektiği düşünülmektedir. Sreevanisan (Euronews, 2013) öğretmenlerin sosyal medyayı öğrenmesi ve onu kullanacak donanıma sahip olmaları gerektiğini belirtmektedir. Bunun için de öncelikle; öğretmenlerin sosyal medya kullanım durumlarını bilmek ve bu ortamları kullanırken yaşadıkları endişeler varsa bunları ortaya çıkarmak önemlidir.

Öğretmenlik; yapılan işin doğası gereği birçok kamusal alanla etkileşim içindedir. Boyd'un (2007) da belirttiği gibi günümüzde sosyal medya kamusal alanın farklı bir biçimi haline gelmiştir. Yapılan araştırmalar dünya üzerinde öğretmenlerin sosyal medyayı yeterince verimli kullanmadığını göstermektedir (Bolkan, 2015). Bu durumun en büyük nedenlerinden birinin de öğretmenlerin sosyal medyayı kullanırken yaşadıkları endişeler olduğu düşünülmektedir; öğretmenler Facebook kullanırken birçok endişe yaşadıklarını ve bu durumun Facebook'u rahat kullanmalarını engellediğini ifade etmektedirler (Sumuer, Esfer ve Yıldırım, 2014). Gerek genç sosyal medya kullanıcılarının doğru yönlendirilmesi gerekse eğitimde teknoloji devriminin kaçınılmaz etkisinin yanında öğretmenlerin de sadece kamudaki herhangi bir birey olmaları nedeni ile sosyal medyadan özgürce yararlanabilme hakkı bulunmaktadır. Ayrıca mesleki ve kişisel gelişim için ve istenildiğinde öğrencileri ile iletişime geçmek için bu ortamları rahatlıkla kullanmaları önemlidir. Ancak öğretmenlerin sosyal medya

sitelerindeki kişisel davranışları konusunda baskı altında oldukları bilinen bir gerçektir (Belch, 2012).

Öğretmenler sosyal medyanın sunduğu kişisel ve profesyonel olanaklarından aynı anda yararlanamadıklarını belirtmekte; birini tercih ederek iki kullanım alanını ayırmakta ya da kişisel ve profesyonel kimliklerini birleştirerek sosyal medya hesaplarını kullanmaktadırlar (Fox ve Bird, 2015). Qualman (2012, s.134) sosyal medya hesaplarında istediği kişisel paylaşımı yapan ve iletişim kuran, aynı zamanda bu hesabından profesyonel anlamda da yarar sağlayan öğretmenleri *parti ve iş kişiliği* (party and work personalities) olarak tanımlamaktadır. Geçmişte insanların özel ve iş yaşamlarındaki davranışlarının birbirlerinden ayrı olduğunu vurgulayan Qualman bu durum için *sosyal şizofreni* (social schizophrenia) terimini üretmiştir. Sosyal şizofrenide; iş yerinde çok asabi ve acımasız olarak bilinen bir yöneticinin ev hayatında çok sakin ve uysal olması, ailesi ve arkadaşları ile komik olarak nitelendirilebilecek etkinliklere katılması mümkündür. Ancak Qualman ortaya çıkan bu yeni durum ile sosyal şizofreni teriminin geçerliliğini yitirdiğini; insanların hem profesyonel hem de özel yaşamlarını aynı sosyal medya ortamlarına taşıdığını belirtmektedir. Ancak parti ve iş kişiliğine sahip olan bu bireylerin sayısı oldukça azdır. Her iki kimliği sergilemenin çeşitli dezavantajları olduğu da açıktır. Özellikle özel yaşamındaki düşünce ve paylaşımlarının profesyonel çevresinde bilinmesinin, mesleki yaşamı zedeleyici tarafları olabilmektedir. Bu nedenlerle tüm dünya üzerinde öğretmenler kişisel ve profesyonel anlamda sosyal medya ortamlarını rahat kullanamamakta; genellikle profesyonel veya kişisel kimliklerinden birini tercih ederek bu ortamlarda yer alabilmektedirler. Bunun yanında eğitim dünyasında bu durumda olan tek paydaşlar öğretmenler değildir, öğrenciler de sosyal medya kullanımlarında eğitim alanları ile kişisel alanlarını net bir şekilde ayırmakta ve sosyal medya ortamlarında seçtikleri herhangi bir rolle var olmaktadır (Josefsson, Hrastinski, Pargman ve Pargman, 2016).

Öğretmenlerin sosyal medyayı özgürce kullanmaktan alıkoyan en önemli nedenlerinden bir diğeri de işlerini kaybetme korkusudur. Bazı meslek gruplarında da olduğu gibi son zamanlarda dünya üzerinde birçok öğretmen sosyal medyadaki

paylaşımları dolayısıyla işlerini kaybetmektedirler. Sosyal medya dolayısıyla oluşan işsizlik için medyada *Facebook İşten Kovdu* (Facebook Fired) şeklinde popüler bir etiket bile oluşmuştur (Hidy ve McDonald, 2012). O'Connor ve Schmidt (2015) yaptıkları araştırmada K-12 grubu öğretmenlerin sosyal medya kullanımı sebebi ile işlerine son verme durumunu incelemiştir. Araştırmada sosyal medya nedeni ile işine son verilen öğretmenleri üç kategoriye ayırmaktadırlar: (1) Öğrencileri hakkında gönderimde bulunan öğretmenler, (2) sosyal medya üzerinden öğrencileri ile etkileşime giren öğretmenler ve (3) sosyal medya üzerinden ahlaki olarak sakıncalı görünen gönderimde bulunan öğretmenler. Araştırmacılar henüz bu durum ile ilgili gerekli yasal düzenlemelerin olmamasına dikkat çekerken her gün sosyal medyada yaptıkları paylaşımlar sebebi ile işlerinden kovulan öğretmen sayısının arttığını belirtmişlerdir. 2013'de ABD'de Alan Francis adında bir erkek öğretmen çevrimiçi bir sosyal ağ hesabından bir kız öğrenciye iltifat ettiği için işinden kovulmuştur (O'Connor ve Schmidt). Benzer şekilde 2009 yılında İngiltere'de Sonya McNally isimli bir öğretmen kişisel Facebook sayfasında "*en az diğeri kadar kötü bir sınıf*" mesajını gönderdiği için küs olduğu bir öğretmen tarafından şikâyet edilmiş ve okulun itibarını kötülediği gerekçesi ile işi askıya alınmıştır (Belch, 2012). Sreevanisan (Euronews, 2016) sosyal medyada yapılan paylaşımların önemi ile ilgili olarak; yazdığının doğru ve uygun olduğundan emin olmak için attığı her Tweet'e üç ila altı dakika harcadığını belirtmektedir. Aynı zamanda Sreevanisan'ın yaptığı paylaşımlar ile ilgili ifadesi şöyledir:

"Sosyal medya benim her gün kullandığım ve beni aynı gün işimden kovdurabilecek olan bir şey. Çok dikkatli olmalıyım. Tüm yazdıklarımız Amerikan Kongresinde muhafaza ediliyor yani bir ifadeyle arkadaşlarım için torunlarım için yazıyorum."

Türkiye'de de öğretmenler sosyal medya üzerinden yaptıkları paylaşımlar dolayısı ile çeşitli kaygılar yaşamaktadırlar. Çoğu öğretmen paylaşım yapmaktan çekinmektedir. Özellikle Millî Eğitim Bakanlığı tarafından okullara; öğretmenlerin sosyal medyadaki paylaşımları konusunda daha hassas davranılması hususunda çeşitli uyarılar yapılmaktadır (Uçtu, 2016). Bu gibi durumlar karşısında öğretmenler genel olarak sosyal medya hesaplarını etkin olarak kullanmamayı tercih etmekte ve bu yönde davranış sergilemektedirler.

Dünya üzerinde mahremiyet, işini kaybetme korkusu ve benzeri birçok neden dolayısı ile öğretmenlerin sosyal medyadan istedikleri gibi yararlanamadıkları görülmektedir. Bu ortamı kullanmaktan çekinen öğretmenler hem bir gelişim platformu olarak sosyal medyadan yararlanamamakta hem de kullanmadıkları için yeterince tanıyamadıkları bu araçları eğitim-öğretim sürecine dâhil edememektedirler. Özellikle gençler tarafından yoğun bir şekilde kullanılan sosyal medya ortamını fırsata çevirerek eğitim öğretim sürecine dâhil etmenin yararlı olacağı açıktır. Özetle; öğretmenlerin sosyal medyayı tanımaları, kullanmaları, güvenlik ve gizlilik ile ilgili ayarları bilmeleri ve bu konular hakkında farkındalık sahibi olmaları gerek kişisel ve profesyonel gelişim gerekse eğitim-öğretim etkinliklerine destek olarak eğitim kalitesinin artırılması açısından oldukça önemlidir. Bir sonraki başlıkta, bu problem durumundan yola çıkarak çalışmanın amacı ve yanıtına ulaşılmak istenen sorular açıklanmaya çalışılmıştır.

1.2. Çalışmanın Amacı

Bu çalışma, günlük yaşamda yoğun şekilde kullanılan sosyal medyanın öğretmenler açısından incelenmesini amaçlamaktadır. Araştırmada öğretmenlerin sosyal medya kullanım durum ve alışkanlıklarını incelemek, sosyal medya konusundaki düşünceleri hakkında fikir sahibi olmak, sosyal medya hakkındaki farkındalık düzeylerini belirlemek amaçlanmıştır. Buradan hareketle öğretmenlerin kişisel ve profesyonel yaşamlarındaki sosyal medya tutum ve davranışları yordanmaya çalışılmıştır. Ayrıca öğretmenlerin sosyal medya araçlarındaki gizlilik ayarlamaları ile ilgili bilgi ve farkındalık durumları da yine bu araştırmada incelenmeye çalışılmıştır. Araştırmada, yanıtına ulaşılmak istenen amaçlanan sorular şu şekildedir:

- Öğretmenlerin sosyal medyayı kullanma durum ve alışkanlıkları nasıldır?
- Öğretmenlerin sosyal medya hakkındaki düşünceleri nelerdir?
- Öğretmenlerin sosyal medyada kendileri olarak yer alma durumları nasıldır?

- Öğretmenlerin sosyal medya hakkındaki farkındalık durumları nelerdir?
- Öğretmenlerin sosyal medya hesaplarını kapatma oranları ve nedenleri nelerdir?

Araştırmanın, yanıtını aradığı soruların yanında; öğretmen, öğrenci ve gelecekteki eğitim yaklaşımları açısından da önemli olduğu düşünülmektedir. Araştırmanın önemi farklı bakış açıları ile bir sonraki başlıkta açıklanmaya çalışılmıştır.

1.3. Çalışmanın Önemi

Teknoloji çağımızın en önemli araçlarından biridir. Teknolojinin insan yaşamına dokunan en önemli kısmı günümüzde bilgisayarlar, akıllı mobil araçlar ve internettir. İnternet ifadesi birçok kişi tarafından sosyal medya ile eş anlamda algılanmaktadır. Böyle bir ortamda öğretmenlerin de sosyal medya kullanım durumları hakkında bilgi ve fikir sahibi olmak, yaşadıkları endişe ve farkındalıkları bilmek; eğitim alanında geliştirilebilecek fırsatları görmemizi sağlaması ve hem meslek grubunun iyileştirilmesi hem de öğretim sürecinin zenginleştirilmesi açısından yararlı olacağı düşünülmektedir.

Ulaşılan alanyazında öğretmenlerin sosyal medya kullanırken yaşadıkları endişe ve güvenlik ayarlamaları ile ilgili farkındalıkları üzerine herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu açıdan çalışmanın daha önce incelenmemiş bir alandan olması, çalışmayı önemli kılmaktadır. Özgünlüğünün yanında; bu çalışma özellikle iki açıdan önemlidir. Bunlardan ilki gençler ve çocuklar arasında artan sosyal medya kullanımı ve bu durumun öğretmenler açısından değerlendirilmesi; ikicisi ise gelişen teknolojilerle eğitim sisteminin kaçınılmaz entegrasyon ihtiyacıdır.

Sosyal medya kullanımı yaygın olarak çocuklar ve gençler arasında görülmektedir. 2013 yılında sosyal medya kullananların %83 gibi ağırlıklı bir oranının 18-29 yaş arası gençlerden oluştuğu bilinmektedir (Duggan ve Brenner,

2013). ABD’de 2015 yılında yapılan başka bir araştırmada da 13-17 yaş aralığındaki gençlerin %93’ünün sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmüştür (Lenhart, 2015). Her geçen gün sosyal medya kullanıcılarının yaş ortalaması düşerken kullanım oranları yükselmektedir. Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı “ocukların Sosyal Paylaşım Sitelerini Kullanım Alışkanlıkları” başlığı ile yayımladığı raporda 9-16 yaş grubundan 524 ocuk ile yüz yüze görüşmüş ve katılımcıların %99’unun Facebook sosyal ağını kullandığı sonucuna ulaşmıştır (TİK, 2011). Aynı Şekilde Aksüt, Ateş, Balaban ve elikkanat (2012) yaptıkları araştırmada 177 ortaöğretim, 180 ilköğretim öğrencisi olmak üzere toplam 357 öğrencinin sosyal paylaşım sitelerine ilişkin tutumlarını incelemiş ve araştırmaya katılan tüm öğrencilerin sosyal medya hesabının olduğu bulgusuna ulaşmışlardır. Otrar ve Arın (2014) 14-19 yaş aralığındaki 735 öğrencinin katıldığı sosyal medya araştırmalarında katılımcıların %94’ünün bir sosyal medya hesabı olduğu ve %56,7’sinin sosyal medya hesaplarına her gün en az bir kez girdiği sonucuna ulaşmışlardır. Amerika Birleşik Devletleri’nde (ABD) yapılan bir başka araştırmada da Amerikalı gençlerin %92’sinin her gün evrimii olduğunu; %24’ünün ise neredeyse sürekli olarak evrimii olduğu bulgusuna ulaşılmıştır (Lenhart, 2015). Tüm bu verilerden yola çıkarak sosyal medyanın özellikle çocuklar ve gençler tarafından yoğun olarak kullanıldığı sonucuna ulaşılabilir.

Çocuklar ve gençler, her ne kadar sosyal medyayı yetişkinlere göre daha yoğun olarak kullansalar da sosyal medya üzerinden gelebilecek tehlikeler konusunda daha korumasızdırlar. Bunun nedeni çocukların ve gençlerin gerekli e-okur-yazarlığı ve e-olgunluğu henüz edinememiş olmalarıdır (Prensky, 2009; Walcke, Bonte, Wever ve Rots, 2010). E-olgunluk kişinin internetten gelen riskleri kontrol edebilme durumu olarak tanımlanabilir (Walcke vd.,2010). İnternette gelebilecek siber zorbalıklar, istenmeyen içerikler ve iletişim, pazarlama ve reklam istismarı, şiddet, kişisel bilgilerin tanınmayan insanlarla paylaşılmasından oluşan tehdit gibi risklerde henüz e-olgunluğu edinememiş çocuklar tehdit altında kalmakta ve katıldıkları sanal ortamlarda kendilerini yeterince koruyamamaktadırlar. Bu noktada çocukların ve gençlerin doğru yönlendirilerek bilinçlendirilmesi için aile ve öğretmen iki önemli faktör olarak

karşımıza çıkmaktadır. Aile bu araştırma kapsamına girmediğinden, konu sadece öğretmenler açısından ele alınmıştır. Öğretmenler sorumluluklarında olan çocukların yaşamını etkileyecek, sosyal medyadan gelen tehlikelere karşı dikkatli olmak zorundadırlar (Fox ve Bird, 2015). Bunun için öğretmenler, öncelikle konu hakkında kendi bilinç ve kullanım farkındalıklarını artırmalı ve sosyal medyayı tanıyarak çocuklara ve gençlere yol gösterecek düzeyde bilgi sahibi olmalıdırlar. Bu durum öğretmenlerin gerek kendi sosyal medya güvenlikleri gerekse sorumluluklarını aldıkları öğrenciler açısından önemlidir. Bu bakış açısına sahip öğretmenlerin, öğrencilerini de doğru yönlendireceği düşünülebilir.

Sosyal medyadan gelebilecek tehlikeler konusunda gençlerin bilinçlendirilmesi yeterince önemli bir konu iken bu araştırmayı önemli yapan bir başka konu da gelişen teknolojilerle eğitim yöntem ve tekniklerin kaçınılmaz birleşimidir. Kullanıcı sayısı ve bilinirliği her geçen gün artan sosyal medyadan eğitim sistemi de etkilenmekte; özellikle işbirlikli öğrenme, dil öğrenimi gibi konularda sıklıkla, sosyal medya araçlarından yararlanılmaktadır. Prensky (2001) gelecek nesillerin, günümüz teknolojisinin var olduğu ortamda doğmuş ve bilgisayar, video oyunları, dijital müzik çalarlar, video kameralar, cep telefonları ve internet gibi teknolojiler ile büyümüş ana dilini öğrenir gibi teknoloji öğrenmiş kişilerden oluşan “dijital yerlilerden” oluşacağını belirtmektedir. Prensky’nin de ifade ettiği gibi teknoloji dili kullanan ve tamamen değişen öğrenci kitlesine, konuştukları dili kullanarak eğitim verebilmek için öğretmenlerin de bu yeni teknolojik dile hâkim olmaları ve teknolojik araçları kapsamlı bir şekilde kullanmalar da sosyal medya ile barışık olmaları eğitim sistemi için yakın gelecekte bir gereklilik haline gelecektir.

Fizikçi ve gelecek bilimci Prof. Dr. Michio Kaku yakın gelecekte tamamen teknoloji ile donatılmış sınıf ortamları ve bu ortamlarda çok hızlı bir bilgi akışı olacağını ifade etmektedir (Kaplan, 2016). Bunun yanında yapılan araştırmalarda internet ve sosyal medya aracılığı ile eğitimin rahatça sınıf dışına çıkartılabileceği ve gençlerin kullanım oran ve durumları göz önüne alındığında bu duruma adaptasyonda öğrencilerin çok fazla sıkıntı çekmeyeceği düşünülmekte ve gelecek eğitim programlarının bu doğrultuda tasarlanması gerektiğinin önemine vurgu

yapılmaktadır (MEB, 2015). Özellikle Türkiye’de birçok öğrencinin internet ve teknoloji bilgisinin sadece sosyal medya kullanımını düzeyinde olduğu da bilinen bir gerçektir (Çakmakçı, 2016). Bundan dolayıdır ki; öğretmenlerin sosyal medyayı bir öğretim aracı olarak kullanabilecek düzeyde tanınmaları ve bu araçların sunduğu olanakların farkında olmaları yakın gelecekte yeni eğitim teknolojilerine adaptasyon sürecinin sıkıntısız geçmesini sağlayacaktır. Eğer öğretmenler; öğrencilerini yaşadıkları dünyaya gerçekten hazırlamak istiyorlarsa mutlaka sosyal medya araçlarının da okul deneyimi içerisinde olması gerektiğinin farkında olmalıdırlar (Krutka ve Carpenter, 2016). Muijs, West ve Ainscow (2010) eğitimsel bağlamda düşünüldüğünde sosyal medya ortamlarının a) okul geliştirme, b) fırsatları artırma (örneğin işletmelerle işbirliğine gitme) ve c) kaynak paylaşımı gibi yararlarının olduğunu ifade etmektedirler. Bu görüş her öğretmen her derste sosyal medya kullanılmalıdır anlamına gelmemektedir, fakat eğitimciler mutlaka öğrencilerin kişisel, sosyal ve kentsel yaşamlarını zenginleştirmek için bu araçlar ile nasıl okul deneyimi sağlayacaklarını düşünmelidirler (Krutka ve Carpenter).

Sosyal medya mesleki gelişim açısından da önemli bir kaynaktır. Sosyal medya ortamlarında profesyonel ve kişisel gelişimi destekleyen sayısız grup ve paylaşım sayfası bulunmaktadır. Bu sayfalarda eğitim-öğretim üzerine yapılan yeni araştırmalar ve öğretmenlerin kişisel deneyimleri paylaşılmakta aynı zamanda birçok problem durumu da tartışmaya açılmaktadır. Normal koşullarda bir araya gelmesi çok zor olan bir öğretmen topluluğu bu araçlar sayesinde çevrimiçi ortamlarda buluşabilmekte ve fikir alış verişi yapmaktadırlar. Bu durumun öğretmenlerin profesyonel yaşamına ve dolaylı olarak da eğitim sistemine katkısı önemlidir.

Öğretmenlerin, hedef kitlelerinin yoğun sosyal medya kullanmaları ve eğitimin teknoloji ile kaçınılmaz entegrasyonu açısından sosyal medya kullanmaları, en azından bu araçların farkında olmaları oldukça önemlidir. Bunun yanında mesleki ve kişisel gelişim açısından da sosyal medya araçları zengin kaynaklar sunmaktadır. Tüm bunlardan hareketle öğretmenlerin, sosyal medyayı kullanma durumları, sosyal medya hakkındaki görüşleri ve yaşadıkları

çekincelerin farkında olmak mevcut durumun analizi ve geliştirme fırsatlarını görmek açısından önemlidir. Bu farkındalık bizi eksiklerin belirlenerek giderilmesine ve öğretmenlerin sosyal medyadan özgürce yararlanmalarının sağlanması yönünde önemli bulgulara ulaştıracaktır. Böylece gerekli araştırma ve geliştirmeler yapılarak öğretmenlerin bu araçtan daha fazla yararlanmalarını sağlayacak ve eğitimde teknoloji kullanımını desteklenmiş olacaktır. Devam eden başlıklarda bu araştırmanın sayıtlarını, sınırlılıklarını ve araştırma içerisinde önemli görünen terimlerin tanımları bulunmaktadır.

1.4. Sayıtlar

Bu araştırmanın bulguları öğretmenlere uygulanan anketin sonuçlarıdır. Bu nedenle araştırmaya katılan öğretmenlerin anket sorularına verdikleri yanıtların samimi ve doğru olduğu varsayılmaktadır. Bunun yanında anket sorularını sadece herhangi bir sosyal medya hesabı olan kullanıcılar yanıtlamıştır bu nedenle *kişisel sayfa, gönderi, beğeni, takip, yorum, paylaşım* gibi sosyal medyada sık kullanılan terimleri yanıtlayıcıların bildiği varsayılmıştır.

1.5. Sınırlılıklar

Araştırma kapsamında Türkiye'nin farklı bölgelerinde yaşayan ve sosyal medya hesabı olan 341 öğretmenden toplanan veriler incelenmiştir. Katılımcı sayısının kullanılan anket ile sınırlı olması bu araştırmanın sınırlılıkları arasında sayılabilir.

1.6. Tanımlar

Sosyal Medya: Web 2.0 üzerinde ideolojik ve teknolojik içeriklerin, yapılanmaların kullanıcı merkezli bir şekilde üretilmesine ve geliştirilmesine izin veren internet tabanlı uygulamaların bütünü (Kaplan ve Haenlein, 2010).

Sosyal Ağ: Kullanıcıların (1) belirli bir sistem içerisinde genel veya yarı genel bir profil oluşturmalarına, (2) paylaştıkları bir bağlantıyı diğer kullanıcıların listesiyle açık bir şekilde dile getirebilmelerine (3) kendilerinin ve sistem

içerisindeki diğer bireylerin bağlantı listelerini görmelerine ve birbirleri içerisine geçiş yapabilmelerine imkân sağlayan web tabanlı servis (Boyd ve Ellison, 2008).

Farkındalık: Var olan bir şeyi bilmek veya şimdiki zamanda bilgi veya deneyime dayanan bir durum ya da konuyu anlamak (Cambridge Dictionary, 2016).

Endişe: Tasa, kaygı, endişe duyulan düşünce (TDK, 2016).

Bu bölümde teknolojinin ve sosyal medyanın hayatımızdaki önemine değinilerek öğretmenlerin sosyal medyayı özgür bir biçimde kullanamamaları ve bu araçtan istenildiği gibi yararlanamadıkları gerçeğine vurgu yapılmıştır. Özellikle çocuklar ve gençler arasında yaygın kullanılan sosyal medyanın öğretmenlerin de kişisel ve mesleki gelişimlerine katkısı ayrıca eğitim sistemine artıları tartışılmış ve öğretmenlerin bu araçları kullanırken yaşadıkları endişelerin neler olduğu ve bu endişelerin önüne geçmek için neler yapılması gerektiğine dair bir araştırmanın önemli olduğuna vurgu yapılmıştır. Burada öncelikle problemi daha iyi analiz edebilmek için sosyal medyayı tanımak, tarihçesi ve yaygın kullanılan sosyal medya araçları hakkında bilgi sahibi olmak önemlidir. Bunun yanında öğretmenlerin sosyal medya davranışlarını açığa çıkarmak için sosyal medyada bilgi paylaşımı ve güvenlik konuları hakkında alan-yazını incelemek araştırmaya ışık tutmak açısından önemlidir. Bir sonraki bölümde bu başlıklar incelenmeye çalışılmıştır.

2. İLGİLİ ALAN YAZIN

Bu bölümde sosyal medyanın tanımı, tarihçesi ve sosyal medya araçlarının neler olduğuna yer verilmiştir. Ayrıca sosyal medyada bilgi paylaşımı ve güvenlik kavramlarına dair alan-yazın taramaları da yine bu bölümde yer almaktadır.

2.1. Sosyal Medya Nedir?

İnsan topluluk içinde yaşar ve sosyal bir varlıktır, yaşadığı toplum içinde aile, iş ve okul arkadaşları, komşu ve bunun gibi birçok sosyal topluluğun üyesi olarak hayatına devam eder. İşte bireyin ait olduğu bu sosyal toplulukların hepsi birer sosyal ağ olarak tanımlanabilir. Tanıdığımız her insan bu ağlardan sadece birinde olabileceği gibi birden fazla ağda da bulunabilir ya da ağlar arasındaki etkileşim sonucu normalde hiç tanışma ortamı olmayan insanlar yakın ilişkiler geliştirebilir. Burada aslında ağ kavramıyla bahsedilen bir ilişki örüntüsüdür. Ancak fiziksel olarak çok daha kısıtlı bağlanabildiğimiz bu sosyal ağ gruplarının, gelişen bilgisayar ve internet teknolojileri ile sanal dünyaya aktarımı sayesinde mesafelerden bağımsız olarak dünyanın diğer ucundaki kişilerle ilişkiler geliştirmekte ve kendimizi devasa bir sosyal ağın, bir başka deyiş ile sosyal medyanın içinde bulmaktayız. İnternet aracılığıyla bağlandığımız bu sosyal medya ortamlarında sınırsız bağlantı içerisinde olduğumuzu ifade etmek yanlış olmaz.

Sosyal medya araçları kullanılmaya başlanıldığı ilk günden itibaren milyonlarca kullanıcıyı kendine çekmiş ve kullanıcılar bu ortamları ziyaret etmeyi günlük alışkanlıkları haline getirmişlerdir (boyd ve Ellison, 2008). Ancak hem günlük yaşamda hem de alan-yazın incelendiğinde bu iletişim ortamlarının; sosyal ağ (boyd ve Ellison, 2008), sosyal paylaşım siteleri (Aksüt, Ateş, Balaban ve Çelikkanat, 2012), sosyal iletişim ağları (Çetin, 2009), çevrimiçi topluluklar (Buss ve Strauss, 2009) gibi birçok farklı ifade biçimi ile karşılaşılmaktadır. Bu ifadelerin içinde en sık kullanılanlardan biri sosyal ağ ifadesidir. Sosyal ağ siteleri Boyd ve Ellison (2008) tarafından şu şekilde tanımlanmaktadır: Kullanıcıların (1) belirli bir sistem içerisinde genel veya yarı genel bir profil oluşturmalarına (2)

paylaştıkları bir bağlantıyı diğer kullanıcıların listesiyle açık bir şekilde dile getirebilmelerine (3) kendilerinin ve sistem içerisindeki diğer bireylerin bağlantı listelerini görmelerine ve birbirleri içerisine geçiş yapabilmelerine olanak sağlayan web tabanlı servislerdir. Kaplan ve Haenlein (2010) ise Web 2.0 üzerinde ideolojik ve teknolojik içeriklerin, yapılanmaların kullanıcı merkezli bir şekilde üretilmesine ve geliştirilmesine izin veren internet tabanlı uygulamaların bütününe sosyal medya olarak tanımlamışlardır. Bu tanım bir çatı tanım olarak düşünülebilir. Bu çalışmada da öğretmenlerin tüm sosyal medya ortamlarındaki kullanım endişeleri ve farkındalıkları incelenmek istendiği için çalışmada genel tanım olarak *sosyal medya* ifadesi benimsenmiş ve kullanılmıştır. Bunun yanında Facebook, Twitter vb. ortamlardan ve ilgili çalışmalardan bahsedilirken sosyal ağ ifadesinin kullanılmasında da bir sakınca görülmemiştir. Günlük yaşamda hangi tanım kullanılırsa kullanılsın sosyal medya milyonlarca kullanıcısı olan ve yaşamın her alanında etkisi görünen önemli bir güçtür. Anderson (2007) sosyal medyanın gücünü, insanların buluşmasından, fikir ve içerik paylaşımlarından, kalabalıktan, ağ etkisinden ve kullanıcılar tarafından oluşturulan özgün içeriklerden geldiğini ifade etmektedir.

Gerçek yaşamdaki sosyal ilişkiler web 2.0 teknolojilerinin kullanılmaya başlaması ile birlikte sanal ortamlara bir başka ifade ile sosyal medyaya aktarılmıştır. Sosyal medya, mesafelerden bağımsız olarak, hiç tanınmadığımız kişilerle bile anlık iletişim kurabilmeyi sağlayan önemli bir güçtür. Sosyal medya derin bir tarihsel geçmişe sahip değildir; ancak 2016 yılı itibari ile yerel ve küresel anlamda birçok sosyal medya aracından bahsetmek mümkündür. Bir sonraki başlıkta sosyal medyanın tarihsel gelişimine değinilmiş ve yaygın kullanılan sosyal medya araçlarının temel bilgileri aktarılmaya çalışılmıştır.

2.2. Sosyal Medyanın Tarihsel Gelişimi ve Sosyal Medya Araçları

2016 yılı itibari ile Türkiye’de 40 milyon aktif sosyal medya hesabı bulunmaktadır (Kemp, 2016). Profil oluşturma, arkadaşları listeleyebilme ve arkadaş listesinde gezinebilme gibi sosyal medyayı tanımlayan özelliklerden yola çıkarak, dikkate değer ilk sosyal ağın 1997’de SixDegree.com olduğu söylenebilir

(boyd ve Ellison, 2008). Bunun yanında gerçek anlamda sosyal medya kullanım oranlarında kırılmanın 2004 yılında Facebook ve 2006 yılında Twitter ile yaşandığı görülmektedir. Sosyal medya, küresel anlamda yaşanan bu kırılma ile kullanıcı sayısında ciddi bir artış yaşamış ve kısa zamanda hızlı bir ilerleme kaydetmiştir.

Dünya üzerinde internetin daha yaygın kullanılmaya başlanması, mobil araçların yaygınlaşması ve sosyal medya sitelerinin farklı ülkeler için sağladığı dil desteği ile sosyal medya araçları yerel olmaktan çıkmış, küresel dünyaya açılmışlardır. Böylece dünyanın farklı bölgelerinde birçok yeni sosyal medya aracı geliştirilmiştir. Tüm bu araçların tarihçelerini incelemek son derece kapsamlı bir konu olmakla birlikte bu araştırmanın amaçlarından biri değildir. Ancak yaygın olarak kullanılan (Kemp, 2016) ve öğretmenlere uygulanan anket içerisinde yer alan beş sosyal medya aracının kısaca tanıtılması ve tarihçelerinden bahsedilmesi uygun görülmüştür. Uygulanan ankette adı geçen sosyal medya araçları Çizelge 2.1'deki gibidir. Bunun yanında yaygın kullanılan diğer sosyal medya araçlarının alfabetik listesi EK 1'de bulunabilir.

Çizelge 2.1 Sosyal ağlar ve kısa tanıtımları

| İsim | Tanıtım |
|-----------|--|
| Facebook | 2004 yılında Harvard öğrencileri tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Eylül 2012 yılında 1 milyon, 2015 yılında 1 milyar aktif kullanıcıya ulaşmıştır. Dünya çapında en yaygın kullanılan sosyal medya aracıdır (Facebook, 2016). |
| Twitter | 2006 yılında ABD'de geliştirilen bir mikroblog sitesi ve sosyal medya aracıdır. Üyelerine 140 karakter ile kendilerini ifade etme olanağı tanımaktadır. 2011 yılı itibari ile Türkçe olarak da kullanılmaya başlanmıştır (Twitter, 2016). |
| Instagram | Ücretsiz fotoğraf ve kısa video paylaşmaya olanak tanıyan bir sosyal medya aracıdır. 2010 yılında kurulmuştur, Facebook şirketine bağlı bir şirkettir. Günde ortalama 95 milyon fotoğraf servis edilmektedir (Instagram, 2016). |
| Google + | 2011 yılında Google tarafından kurulmuştur. 111 Milyon aktif kullanıcısı bulunmaktadır. Google projeleriyle de entegre çalışan servisler, çevreler, konular ve video sohbet odaları gibi sosyal medya dünyasında yeni olan özellikler de içermektedir (Wikipedia, 2016). |

| | |
|----------|---|
| LinkedIn | İş dünyasındaki kişilerin diğer kişilerle iletişime geçmesini ve bilgi paylaşımı yapmasını amaçlayan profesyonel sosyal medya aracıdır. 2006 yılında hayata geçmiştir, 200 ülkede kullanılmaktadır ve 433 milyondan fazla kullanıcısı bulunmaktadır (LinkedIn, 2016). |
|----------|---|

Görüldüğü gibi sosyal medya araçlarının kullanıcı sayısı milyarlara dayanmıştır ve önemli miktarda içerik günlük olarak servis edilmektedir. Örnek olarak Instagramda günlük ortalama 95 milyon fotoğraf servis edilmekte (Instagram, 2016); Periscop isimli bir başka sosyal medya aracında günlük 350.400 saat (yaklaşık 40 yıl) canlı yayın yapılmaktadır (Çalışkan, 2015). Bu rakamlar göz önüne alındığında günlük paylaşılan içerik miktarları sosyal medya kullanıcıları için bir başka endişeyi de beraberinde getirmektedir: sosyal medyada bilgi paylaşımı ve güvenlik. Bir sonraki bölümde sosyal medyadaki bilgi paylaşımı ve güvenlik durumuna değinilmiştir.

2.3. Sosyal Medyada Bilgi Paylaşımı ve Güvenlik

Araştırmalar insanların doğuştan bilgi paylaşmaya eğilimli olduğunu göstermektedir (Fehr, Bernhard ve Rockenbach, 2008). İnsan doğasında bulunan bu eğilim, sosyal medya ortamlarında da aynı şekilde açığa çıkmaktadır. Ancak gerçek hayatın aksine sosyal medyada yapılan paylaşımlar veri tabanlarına kaydedilmekte ve farklı bir zamanda tekrar karşımıza çıkabilmektedir. Özellikle genç yetişkinlerin kişisel bilgilerinin güvenliği ile ilgili birçok endişe taşımalarına rağmen Facebook'da büyük miktarda bilgi paylaştıkları da bilinen bir gerçektir (Fournier ve Clarke, 2011). Sosyal medya sitelerinde kişisel bilgileri gizlememek birçok açıdan risk taşımaktadır (Hancock ve Dunham, 2001). Ayrıca çocukların ve gençlerin henüz e-olgunluğa erişmemiş olmaları ve birçok yetişkinin konuya yeterince hâkim olmaması bu risklerin oranını artırmaktadır.

Sosyal medya ortamlarında yapılan paylaşımlar ve bu içeriklerin gizliliği uzun zamandır tartışılan önemli bir konudur. Kullanıcı sayısı gün geçtikçe artan sosyal medya sitelerindeki kişisel bilgiler ve paylaşımlar sadece arkadaşlar ve aileler tarafından görüntülenmemektedir. Tüm bu bilgiler sosyal medya alanlarında arama yapan insanlar tarafından da görüntülenebilmektedir, bu kişiler

potansiyel işverenlerimiz, sigorta şirketleri, devletin gözlemcileri, reklamcılar ya da kanun yapıcılar olabilmektedir (Clark ve Roberts, 2010). Bu açıdan bakıldığında kullanıcılar, sosyal medyada belirttikleri özel ilgi alanlarına göre ürün reklamları alabilmekte, yaptıkları paylaşımlar dolayısı ile ileride sahip olabilecekleri bir iş fırsatını kaçırabilmekte ya da kanun yapıcılar ve de devletin gözlemcileri tarafından paylaştıkları herhangi bir içerikten sorumlu tutularak yargılanabilmektedirler. Bu gibi durumların önüne geçmek için sosyal medya araçlarının kullanıcılarına sunduğu çeşitli güvenlik ayarları bulunmaktadır. Ancak, sosyal medya sitelerinde gizlilik araçlarının düzenlemesi kullanıcıların hesabında rastgele bir şekilde ayarlanmış değildir (Litt, 2013). Kullanıcılar profillerinden bazı düzenlemeler yaparak hesaplarına erişim yetkisini kısıtlayabilmekte ve nispeten daha güvenli sosyal medya kullanımını sağlayabilmektedirler.

Sadece güvenlik ayarlarının yapılandırılması ile kişisel bilgi güvenliğini korumak çok da mümkün görünmemektedir. Bunun nedeni sosyal medya sitelerinin de kullanıcı bilgilerini satmaları ile ilgili çıkan medya haberleridir. Bu haberlerden biri de Facebook'un kişisel bilgileri sattığı üzerine çıkmıştır (Zengin, 2016). 2013 yılında ABD'de bu durumu fark ederek yasal yollara başvuran Matthew Campbell ve Michael Hurley isimli iki kullanıcı Facebook'un özel mesajları takip ettiği ve bu bilgileri kar etmek amacıyla reklam ve pazarlama şirketleriyle paylaştığı gerekçesiyle dava açmıştır (Asbury, 2014). Davacılar ayrıca Facebook'un "like" (beğen) düğmesinin, web eklentileri ve tarayıcılar üzerinden de bilgi topladığını iddia etmişlerdir. Bu durumun hem web gizlilik sözleşmesine aykırı hem de ABD yasalarına uygun olmadığı dile getirilen dava bu konu ile ilgili önemli bir örnektir. Ancak tüm sosyal medya kullanıcıları bu kadar farkındalık sahibi değildir. Birçok kullanıcı sürekli yapılan gizlilik ile ilgili güncellemeleri takip etmezken yine kullanıcıların büyük bir bölümünün gizlilik koşulları hakkında hiçbir bilgisi bulunmamaktadır. Kullanıcıların bilgi güvenliği açısından gizlilik sözleşmelerini dikkatli okumaları ve güvenlik ayarlamalarını doğru bir şekilde yapmaları son derece önemlidir.

Farklı ifadeler kullanılsa da Web 2.0 üzerinden kullanıcı tarafından geliştirilen ve paylaşılan internet tabanlı uygulamaların bütünü sosyal medya olarak ifade edilmektedir. Henüz 20 yıllık bir geçmişi olan sosyal medyanın milyonlarca kullanıcısı bulunmaktadır. Bunun yanında hem yerel hem de küresel anlamda birçok sosyal medya aracından bahsetmek mümkündür. İnsanların kullanmayı alışkanlık haline getirdikleri sosyal medyanın günlük paylaşım oranları ve servis edilen içerik miktarları ile de ciddi rakamlara ulaştığı söylenebilir. Böyle bir ortamda kullanıcılar; paylaştıkları içerikler, beğeniler ve ilgi alanları ile istenmeyen kullanıcıların da hedefi haline gelmekte ve kişisel bilgi güvenliği noktasında bir tehdit altında kalmaktadırlar. Sosyal medya araçlarının sunduğu gizlilik sözleşmelerini okumak ve bu doğrultuda kişisel sayfalarda gerekli düzenlemeleri yapmak önemlidir. Bir sonraki bölümde sosyal medya ortamlarında bilgi güvenliği ve mahremiyet ele alınmaya çalışılmış ve hem bu konuda hem de öğretmenlerin sosyal medya kullanımı konusunda yapılan araştırmalara yer verilmiştir.

3. İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Bu bölümde öğretmenlerin sosyal medya kullanımı ve sosyal medyada bilgi güvenliği ve mahremiyet endişeleri üzerine yapılan araştırmalara yer verilmiştir.

3.1. Öğretmenlerin Sosyal Medya Kullanımları İle İlgili Yapılan Araştırmalar

Sosyal medya kullanıcı sayısının yoğunluğu nedeniyle eğitimcilerin de bu araçları hem mesleki gelişim hem de eğitsel bağlamda kullanmalarının önemi gittikçe daha iyi anlaşılmaktadır (Grant, 2008). Buna rağmen ulaşılan alan-yazında öğretmenlerin sosyal medya kullanımları ile ilgili çok fazla çalışmaya rastlanmamıştır. Ancak öğretmenlerin sosyal medyayı hem kişisel ve mesleki gelişimleri için hem de bir iletişim ve eğlence ortamı olarak yoğun şekilde kullandıkları bilinmektedir (Sumuer vd., 2014). Öğretmenlerin sosyal medya kullanımı ile ilgili yapılan çalışmalardan bazıları şu şekildedir.

Tonbuloğlu ve İşman (2014) yaptıkları çalışmada öğretmenlerin sosyal ağları nasıl kullandıklarını ve sosyal ağlara eğitsel yönden yaklaşımlarını incelemişlerdir. Bu kapsamda öğretmenlerin sosyal ağ profilleri incelenmiş ve sosyal ağ kullanım durumları, öğrenciyle iletişimde sosyal ağların etkisi ve sosyal ağları uzmanlık alanına yönelik kullanım durumları alt problemler olarak araştırılmıştır. Araştırmada durum çalışması deseni kullanılmıştır. Katılımcılar 2013-2014 yılında İstanbul'un iki ilçesinde görev yapan toplam 19 öğretmendir. Araştırma verileri öğretmenlere dağıtılan demografik bilgi formu ve yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen yanıtlardan oluşmuştur. Çıkan veriler analiz edildiğinde öğretmenlerin sosyal medyada paylaşmaktan en çok çekindiği bilgilerin kişisel ve özel bilgiler olduğu görülmüştür; bunu argo ve rahatsız edici içerikler ve siyaset konuları takip etmiştir. Bunun yanında öğretmenler, bilgiye ulaşma-paylaşma olanağı ve kişilere erişim ve etkileşim olanağı gibi sosyal medyanın daha çok olumlu yanları olduğunu düşünürken az da olsa çok zaman alması ve bilgi kirliliği oluşturması gibi olumsuz yanları olduğunu da belirtmektedirler. Ayrıca katılımcı öğretmenlerin yarısı sosyal medya üzerinden

öğrencileri ile iletişim kurmadıklarını; bunun sebebi olarak da öğretmen-öğrenci ilişkisinin korunması gerektiği düşüncesinin olduğunu ifade etmişlerdir. Bunun yanında katılımcıların diğer yarısı da öğrencilerini yakından tanımak ve takip/izleme amaçlı olarak sosyal medya üzerinden iletişim kurduklarını belirtmişlerdir. Son olarak katılımcıların hemen hepsi sosyal medyayı alanlarına yönelik faaliyetleri takip etme amaçlı kullandıklarını dile getirmişlerdir. Fakat alana yönelik faaliyet oluşturma ve derslerde sosyal ağları kullanma oranının düşük olması da edinilen bulgular arasındadır.

Sumner vd. (2014) yaptıkları çalışmada Türkiye’de K12 grubundaki öğretmenlerin kişisel ve mesleki hayatlarındaki Facebook kullanımlarını araştırmışlardır. Araştırma verileri hem nitel hem de nicel yolla toplanmıştır. Facebook hesabı olan 616 öğretmenden çevrimiçi anket yoluyla nicel veriler toplanmış; 32 öğretmenden de çevrimiçi açık uçlu sorular aracılığıyla nitel veriler elde edilmiştir. Bu kapsamda katılımcılara; Facebook kullanım alışkanlıkları ve sıklığı, kendilerini ifade oranları ve Facebook’taki faaliyetleri hakkında bilgi toplamaya yönelik sorular sorulmuştur. Araştırma sonuçlarında Facebook’un öğretmenler için bir alışkanlık haline geldiği görülmektedir. Araştırmada birçok öğretmenin Facebook’u daha çok mesaj alış veriş, arkadaşları ile iletişim, zaman tünellerindeki fotoğrafların takibi ve fotoğraf gönderim için kullandığı; bunun yanında eğitim ve profesyonel gelişim için de bu ortamdan çeşitli yollarla yarar sağladığı bulgusuna ulaşılmıştır. Araştırma sonucunda edinilen bir diğer bulgu da öğretmenlerin genel olarak paylaştığı kişisel bilgilerle ilgilidir. İsim, eğitim durumu, yaşadığı şehir, cinsiyet, doğum günü gibi bilgilerini genellikle paylaşan katılımcılar; e-posta adresi, dini ve politik görüş, favori TV programları gibi hassas ve potansiyel damgalayıcı olarak kullanılabilir bilgileri daha az paylaşmaktadırlar. Ayrıca gizliliğinin önemi konusunda öğretmenler arasında genel bir fikir birliği olduğu da çıkan bulgular arasındadır. Öğretmenler genellikle sayfalarının sadece arkadaşlarının görüntüleyebilmesine izin vermekte; gizlilik ve mesleki yaşamları ile ilgili risk endişelerinden dolayı öğrencilerinin Facebook profillerini görmelerinden rahatsız olduklarını ifade etmektedirler.

Visser, Evering ve Barrett (2014) K-12 grubu öğretmenlerin Twitter'ı nasıl kullandıkları ve bu araçtan nasıl yarar sağladıklarını öğrenmek için bir araştırma yapmışlardır. Araştırmacılar hem nitel hem de nicel veriler üzerine çalışmışlardır. Katılımcılara 25 soruluk bir anket uygulanmış ve 7 açık uçlu soru sorulmuştur. Araştırmaya Twitter kullanan toplam 542 öğretmen katılmıştır. Katılımcıların %75'inden fazlasının Twitter'ı en fazla üç yıldır kullanmakta olduğu görülmüştür ve katılımcıların yarısından fazlası kendilerini aktif Twitter kullanıcısı olarak tanımlamaktadır. Ayrıca öğretmenlerin daha çok okul ortamında Twitter kullandığı, mesleki kullanımlarının kişisel kullanımlarına göre daha yaygın olduğu ve katılımcıların Twitter'ı öğrenci ile etkileşim kurmak amaçlı kullanmadıkları da çıkan araştırma sonuçlarındandır. Araştırmanın en önemli bulgularından biri de öğretmenlerin Twitter'ı öncelikli olarak mesleki gelişim ve sınıf içi uygulamalarını geliştirme amaçlı kullandıklarıdır.

Öğretmenlerin Twitter kullanımı ile ilgili bir başka çalışma da Carpenter ve Krutka (2014) tarafından yapılmıştır. Araştırmacılar bir anket uygulayarak öğretmenlerin nasıl ve niçin Twitter kullandıklarını bulmayı hedeflemişlerdir. Bu amaçla 755 öğretmene neden ve nasıl sorularını içeren bir soru seti uygulanmıştır. Araştırmacılar; öğretmenlerin Twitter'ı öğrenci ve aileleri ile iletişimden çok mesleki gelişim için kullandıkları sonucuna ulaşmışlardır. Bunun yanında katılımcıların birçoğu Twitter'ın yoğun ve çok yönlü kullanıma izin veren bir araç olduğunu düşündüklerini ifade etmiş; Twitter'ı olumlu ve işbirlikli iletişime yatkın olduğu yönünde değerlendirmişlerdir.

Sosyal medya siteleri eğitim dünyasında son zamanlarda en çok tartışılan konulardan biridir (Selwyn, 2009) ancak okul yönetimi ve öğretmenler genellikle sosyal medya kullanımı konusuna hala öğrencilerin ne yapmamaları gerektiğine odaklanmaktadırlar, oysaki öğrencilerin ve öğretmenlerin bu teknolojiler ile neler yapabileceklerini keşfetmeye başlamaları gerekmektedir (Krutka ve Carpenter, 2016). İşte bu amaçla sosyal medya araçlarının eğitim-öğretim süreci ile ilişkilendirildiği çeşitli araştırmalar da bulunmaktadır. Bu araştırmalardan bazı örnekler şu şekilde verilebilir.

Ajjan ve Harsthone (2008) yaptıkları araştırmada Web 2.0 teknolojilerinin sınıf içinde kullanımı konusundaki farkındalığı artırmayı amaçlamışlardır. Araştırma sonucunda, sosyal medya araçlarının öğrenci öğrenmelerini arttırdığını, okul-öğrenci ve öğrencilerin kendi aralarında etkileşim sağladığını, öğrencilerin derslere ilişkin memnuniyetlerini arttırdığı, öğrencilerin yazma becerilerini geliştirdiğini ve derslere entegrasyonun kolay araçlar olduğunu ortaya koymuşlardır. Özellikle bazı öğretim elemanları Web 2.0 teknolojilerinin öğrencilerin öğrenmesini iyileştireceğine inanmaktadırlar.

Haverback (2009) öğretmen adayları ile okuma derslerinde buluşma için Facebook üzerinden bir grup oluşturmuştur. “324 Okuma Yöntemleri Grubunun Bayanları” ismi ile kurmuş olduğu grupta katılımcıların okuma derslerinde buluşmaları hedeflenmiştir. Bu Facebook grubu soru sorulan, görüşlerin eleştirildiği, bilgi paylaşımı yapıldığı ve görüşlerin desteklendiği bir platform olarak çalışmıştır. Bunun yanında araştırmacı; katılımcıların okumasını desteklemek için kitap tartışmalarının yapılmasının ve okumaların paylaşılmasını da teşvik etmek amaçlı bu platformdan yararlanmıştır. Araştırmacı, bu deneyimin öğrencilerin okumasını desteklemek için sosyal medya olanakları konusunda farkındalığı artırdığını dile getirmektedir. Araştırmacı son olarak eğitimcilerin bu tip teknolojileri benimsemesi gerektiğini çünkü bu teknolojilerin eğitim topluluklarını oluşturduğunu belirtmektedir.

Sarsar, Başbay ve Başbay (2015) onsekiz lisansüstü öğrenci ile yürüttükleri nitel bir araştırmada sosyal medyanın öğrenme-öğretme sürecindeki kullanımını incelemişlerdir. Araştırma sonucunda Facebook üzerinden yürütülen eğitim etkinliklerinin katılımcıların tamamı tarafından olumlu olduğu görüşüne ulaşıırken; blogger kullanımının katılımcıların sadece yarısı tarafından olumlu bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda katılımcılar sosyal ağların öğretim-öğrenme sürecinde öğrenenler için verimli ve gerekli bulduklarını ifade etmişlerdir. Özellikle iletişimin kolay sağlanması ve kolay materyal paylaşımı katılımcıların vurguladıkları özellikler olarak görülmektedir.

Alwagait, Shahzad ve Alim (2015) üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanma durumları ile akademik performansları arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. 108 öğrenciden anket yolu ile toplanan veriler sonucunda öğrencilerin sosyal medya kullanım durumları ile haftalık aldıkları başarı puanları arasında doğrudan bir ilişki bulunamamıştır. Ancak, öğrencilerin çalışma performansını düşüren gerçek neden olarak öğrencilerin zaman yönetimini doğru yapmadıkları olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Sosyal medya araçlarının eğitim-öğretim sürecine nasıl katkı sağlayabileceği ile ilgili araştırmalar sürerken sosyal medya kullanımı alışkanlık haline gelen öğretmenler gizliliğin önemi konusunda ortak görüştedirler (Samuer vd., 2014). Bu açıdan sosyal medyada bilgi güvenliği ve mahremiyet endişeleri de üzerine araştırmalar yapılan önemli bir konu haline gelmektedir. Bir sonraki başlıkta bu konu ile ilgili alan-yazından bazı örneklerle yer verilmiştir.

3.2. Sosyal Medyada Bilgi Güvenliği ve Mahremiyet Endişeleri İle İlgili Yapılmış Çalışmalar

Tüfekçi (2008), yaptığı çalışmada lisans öğrencilerinin Facebook ve Myspace sosyal ağlarında kendilerini nasıl ifade ettiklerini ve paylaştıkları kişisel bilgileri için yaşadıkları gizlilik endişelerini, istenmeyen ziyaretçiler konusundaki korkularını araştırmıştır. Ayrıca öğrencilerin gizlilik tehditleri karşısındaki farkındalıkları da bu araştırmada sorgulanan bir diğer başlıktır. Araştırmanın katılımcıları Amerika Birleşik Devletleri Orta-Atlantik bölgesinde 2006-2007 yıllarında üniversitede okuyan lisans öğrencileridir. Yapılan uygulama sonrasında toplam 704 kullanılabilir anket öğrencilerden toplanmıştır. Sonuç olarak çevrimiçi güvenlik endişeleri ile sosyal ağ sitelerindeki bilgi ifşa etme arasında bir ilişkinin olmadığı bulgusuna ulaşılmıştır. Yani öğrenciler her ne kadar gizlilik ile ilgili endişe duyuyor olsalar da bu durum sosyal ağlarda paylaşım yapmalarını engellememektedir. Öğrenciler bu gizlilik endişesi ile sayfa görünürlüklerini ayarlayarak ve takma isimler kullanarak başa çıkmakta ve profillerinde herhangi bir bilgi kısıtlamalarına gitmemektedirler. Medyada çok fazla gizlilikle ilgili haber bulunmasına rağmen katılımcıların çok fazla endişeli olmadıkları ve sosyal medya

sitelerinde kendini ifşa etme oranının nispeten yüksek olduğu da edinilen bulgular arasındadır. Bunun yanında Facebook ve Myspace alanlarındaki bilgi paylaşımlarında önemli ırk ve cinsiyet farklılıkları olduğu da araştırma sonuçlarında görülmektedir.

Göker, Demir ve Doğan (2010) yaptıkları çalışmada Facebook sosyal ağının kullanım alışkanlıklarını belirlemeye çalışmışlardır. Bu kapsamda Fırat Üniversitesi'nden toplam 500 öğrenciye anket uygulanmış ve kullanılabilir 486 anket verisi SPSS programına aktarılarak veriler değerlendirilmiştir. Sonuç olarak ankete katılan öğrencilerin %77'sinin halen Facebook kullanıcısı olduğu %6,2'sinin taciz, herkesin ulaşılabilir olması, amacından sapma, vakit kaybı ve gereksizlik gibi nedenler öne sürerek üyeliğini iptal ettirdiği %16,9'unun ise daha önce hiç Facebook'ta hesap açmadığı bulgusuna ulaşılmıştır. Ayrıca katılımcıların %45,1'inin her gün Facebook'a girdiği, %31,3'ü birkaç günde bir girdiği, %23,5'i de haftada bir kez girdiği de yine araştırma sonuçlarındandır. Bunun yanında katılımcıların %17,1'i tüm kişisel bilgilerini paylaştığını ifade ederken, %82,9'u kişisel bilgilerinin tamamını paylaşmadığını bildirmiştir. Kişisel fotoğraf ve video paylaşımı konusunda da katılımcıların büyük çoğunluğunun (%77,3) paylaşım yaptığını, kalan %32,7'lik grubun bu tür paylaşımlardan çekindiği çıkan anket sonuçlarındandır. Katılımcıların %36,6'sı daha önce Facebook hesaplarını kapatmayı düşünürken; %63,4'ünün bunu hiç düşünmediği de yine araştırma sonuçlarından edinilen bir bulgu olduğu görünmektedir.

Öz (2014) Houston Üniversitesinde yaptığı çalışmada üniversite çağındaki 373 öğrencinin sosyal medyadaki özel yaşam mahremiyeti hakkındaki endişeleri ve sosyal medya sitelerindeki mahremiyet problemi incelenmiştir. Bunun yanında gençlerin mahremiyet farkındalıklarını anlamak için katılımcıların Facebook ve kullandıkları diğer medya araçları kullanımları ve sosyal medyadaki mahremiyet problemleri karşısındaki farkındalıklarının sosyal medya kullanımlarını nasıl etkilediği araştırılmıştır. Sonuç olarak gençlerin sosyal medya ve diğer medya araçlarını kullanımları ile mahremiyet problemleri farkındalıkları arasında pozitif yönde bir ilişki bulunmuştur. Bunun yanında farkındalığı yüksek olan gençlerin profillerinin gizlilik ayarlarının daha kapalı olduğu gözlenmiştir. Son olarak

farkındalığın artmasının bireylerin Facebook hesaplarını kapatmaları ihtimalini güçlendirdiği gözlenmiştir.

Acılar ve Mersin (2015) yaptıkları araştırmada üniversite öğrencilerinin Facebook kullanımı ile mahremiyet kaygısı arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Araştırmaya Şeyh Edebalı Üniversitesi İşletme ve İktisat bölümlerinde okuyan toplam 789 öğrenci katılmıştır. Öğrencilere *İnternette Mahremiyet Kaygısı* ölçeğinin Türkçesi uygulanmıştır. Toplanan veriler analiz edildikten sonra Facebook kullanmayan öğrencilerin Facebook kullanan öğrencilere göre daha yüksek mahremiyet kaygısı yaşadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca Facebook kullanan öğrencilerde; Facebook kullanım sıklığı, Facebook'ta bir günde geçirilen ortalama süre Facebook profilindeki arkadaş sayısı ile mahremiyet kaygısı arasında anlamlı negatif bir ilişki olduğu da araştırmacıların edindiği bulgular arasındadır.

Sunulan araştırmalarda da görüldüğü gibi öğretmenlerin sosyal medyada genel olarak kişisel ve özel bilgilerini paylaşmaktan çekindikleri özellikle de siyaset, dini görüş, milliyet gibi potansiyel damgalanma riskleri olan konulara hiç girmedikleri görülmektedir (Tonbuloğlu ve İşman, 2014; Samuer vd., 2014;). Bunun yanında eğitim-öğretim sürecinde sosyal medya kullanımının öğrenciler tarafından olumlu algılandığı ve derslere ilişkin memnuniyeti artırdığı da araştırma sonuçlarında görünmektedir (Sarsar vd., 2015; Ajjan ve Harsthone, 2008). Araştırmalar özellikle, yaygın kullanılan bir sosyal medya aracı olan Twitter'ın öğretmenler tarafından iletişimden çok mesleki gelişim için kullanıldığı göstermektedir (Visser vd., 2014; Carpenter ve Kurutka, 2014). Ayrıca Haverback (2009) eğitim toplulukları oluşturmak adına sosyal medya teknolojilerinin kullanımının benimsenmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Ancak Tonbuloğlu ve İşman (2014) yaptıkları araştırmada öğretmenlerin alana yönelik faaliyet oluşturma ve derslerde sosyal medya kullanım oranının düşük olduğu bulgusuna ulaşmışlardır.

İlgili araştırmalardan da görüleceği gibi sosyal medya kullanımı eğitime ve öğretmenlere sunduğu olanaklarla olumlu yönde katkıda bulunurken çok fazla

zaman alması, sürekli güncellenen gizlilik ayarları, paylaşılan içeriklerin mahremiyet sınırları gibi noktalarda sorun olarak değerlendirilmektedir. Bu sorunlara ışık tutmak, öğretmenlerin sosyal medyada nasıl hareket ettiklerini incelemek ve ğretmen-sosyal medya ilişkisini ortaya koymak amacıyla araştırma nitel-nicel karma deseni ile ilişkisel tarama araştırması olarak tasarlanmıştır. Bir sonraki bölümde çalışmanın yöntemi; araştırma modeli, anket oluşturma süreci, ön uygulama sonuçları ile geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları aktarılmıştır.



4. YÖNTEM

Bu bölümde araştırma modeli, verilerin nasıl analiz edildiği, katılımcıların özellikleri, anket oluşturma süreci ve geçerlik-güvenirlik çalışmalarının nasıl yapıldığına açıklanmıştır.

4.1. Araştırma Modeli

Bu çalışmada öğretmenlerin sosyal medya kullanım durumları, endişeleri ve farkındalıklarının neler olduğuna ulaşılmaya çalışılmıştır. Bu nedenle var olan durumun fotoğrafını çekmek ve toplanan veriler arasındaki ilişkiyi incelemek amaçlanmış ve araştırma da kullanılmak üzere ilişkisel tarama modeli seçilmiştir. İlişkisel tarama modeli, tarama araştırmalarının bir alt dalıdır. Tarama araştırması, bir konuya ya da olaya ilişkin katılımcıların görüşlerinin ya da ilgi, beceri, yetenek, tutum vb. özelliklerinin belirlendiği, genellikle diğer araştırmalara göre görece daha büyük örneklem üzerinde yapılan araştırmalardır (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz, Demirel; 2014). Karasar (2003) tarama araştırmalarının ilişkisel tarama modelini, iki ve daha çok sayıdaki değişken arasında birlikte değişim varlığını ve/veya derecesini belirlemeyi amaçlayan araştırma modeli olarak tanımlamaktadır. Bunun yanında tarama modellerinde, araştırmacı var olan durumu yorumlamak ve değerlendirme yapmak zorundadır. Araştırmacı, var olan durumu değiştirmeye kalkmadan sadece gözlemleyerek olayları olduğu gibi ortaya çıkarmayı ve bu durumlar arasındaki ilişkiyi bulmayı amaçlar.

Bu çalışmada da öğretmenlerin sosyal medya kullanırken yaşadıkları endişeler var mıdır, varsa bu durumun kaynakları nelerdir sorusunun cevabı arandığı için var olan durumu nedenleri ile beraber ortaya koymak ve ilişkileri meydana çıkarmak amaçlanmaktadır. Genel çerçeveyi çizebilmek için incelenmesi gereken veriler öğretmenlerden anket yolu ile toplanmıştır. Anket insanların yaşam koşullarını, davranışlarını, inanç ve/veya tutumlarını belirlemeye yönelik bir dizi sorudan oluşan bir araştırma modelidir (Thomas, 1998). Araştırma için geliştirilen ankette; çoktan seçmeli ve dereceli türde sorular olduğu gibi

katılımcıların fikirlerini herhangi bir karakter ve biçim sınırlaması olmadan ifade edebilecekleri açık uçlu sorular da bulunmaktadır. Bu konu ile ilgili olarak Yıldırım ve Şimşek (2004, s.221); nitel araştırma sonuçlarının, nitel verilere derinlik, ayrıntı ve anlam kazandırmak amacıyla çok etkili bir şekilde kullanılabileceğini belirtmektedirler. Burada nicel veri; odaklanması gereken alanları sayısal değerlerle belirlemede, nitel veri de bu alanların anlamlandırılmasını sağlamaktadır.

Özetle bu çalışmada tarama araştırmalarından ilişkisel tarama modeli kullanılmış ve veriler anket yolu ile toplanmıştır. Verilerin analizini şu şekilde özetlemek mümkündür.

Verilerin Çözümlemesi

Pozitivist düşünce temelli olan nicel araştırma yöntemi sosyal gerçeğin gözlenebilir, ölçülebilir ve sayılarla ifade edilebilir olgulardan oluştuğunu iddia etmektedir (Glesne ve Peshkin, 1992). Bu araştırma türünde elde edilen veriler ve bu veriler arasındaki ilişkiler sayısal değerlerle ifade edilerek, araştırma sonuçları ortaya konmaktadır. Çeşitli nicel araştırma teknikleri bulunmasının yanında, sosyal bilimlerde çok yaygın kullanılan veri toplama tekniklerinden biri anket yöntemidir (Kuş, 2007, s.43). Bu çalışmada da kullanılan anket yöntemi ile toplanan nicel veriler kodlanarak istatistiksel analiz programına girilmiştir. Ardından veriler analiz edilerek aralarındaki ilişkiler istatistiksel olarak incelenmiştir. Devam eden başlıkta çalışmaya katılan öğretmenlerin demografik bilgileri aktarılmaktadır.

4.2. Katılımcılar

Araştırmaya Türkiye genelinde Millî Eğitim Bakanlığı'na bağlı farklı illerde görev yapan toplam 406 öğretmen katılmıştır. Katılımcı verileri incelendiğinde 24 katılımcıya ait verilerin kullanılmayacağı görüldüğü için bu veriler analiz öncesi veri setinden çıkartılmıştır. Sonuç olarak toplam 382 katılımcıdan toplanan veriler

üzerinden analizler yapılmış ve sonuçlar yorumlanmıştır. Katılımcıların cinsiyet, yaş ve branşlarına göre dağılımı Çizelge 4.1.'de gösterilmiştir.

Çizelge 4.1. Katılımcıların yaş, cinsiyet ve branş dağılımını (n=382)

| Branşımız | | Yaş (f) | | | Toplam (f) | |
|------------------|-----------------|-----------|-----------|-----------------|------------|-----|
| | | 21-30 (f) | 31-40 (f) | 41 ve üzeri (f) | | |
| Sayısal Bilimler | Cinsiyet | Kadın | 47 | 38 | 21 | 106 |
| | | Erkek | 38 | 31 | 14 | 83 |
| | Toplam | | 85 | 69 | 35 | 189 |
| Sözel Bilimler | Cinsiyet | Kadın | 52 | 62 | 21 | 135 |
| | | Erkek | 1 | 20 | 37 | 58 |
| | Toplam | | 53 | 82 | 58 | 193 |
| Toplam | Cinsiyet | Kadın | 99 | 100 | 42 | 241 |
| | | Erkek | 39 | 51 | 51 | 141 |
| | Toplam | | 138 | 151 | 93 | 382 |

Görüldüğü gibi çalışmaya katılan öğretmenlerin %63'ü (n=241) kadın, %37'i (n=141) erkektir. Ayrıca yapılan analizler sırasında bilişim teknolojileri öğretmenleri de sayısal bilimlerden olan öğretmen grubuna dâhil edilmiştir. Böylece katılımcıların %49'u (n=189) sayısal bilimler (Matematik, Fen, Bilişim Teknolojileri, Teknoloji ve Tasarım, vb.), %51'i de (n=193) sözel bilimler (Türkçe, Sosyal Bilgiler, Tarih, Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi, Resim, Yabancı Dil, Görsel Sanatlar, Hayat Bilgisi, vb.) şeklinde dağılım göstermektedir. Öğretmenlerin branşlarına göre üniversiteye yerleşmelerinde kullanılan sayısal ve sözel puan türlerinden yola çıkılarak branşlar bu şekilde sınıflanmış ve sayısal bilimler / sözel bilimler olmak üzere iki grup oluşturulmuştur.

Bunun yanında katılımcıların yaş dağılımına bakıldığında %36'sının (n=138) 21-30 yaş aralığında, %40'ının (n=151) 31-40 yaş aralığında ve kalan %24'ünün (n=93) 41 yaş ve üzerinde olduğu görülmektedir. Yaş gruplarının bu şekilde sınıflandırılmasında Visser, Evering ve Barret'in (2014) yaptıkları çalışma temel alınmıştır.

Anket sorularını sadece sosyal medya kullanan öğretmenlerin yanıtlaması beklendiği için anketin başında öğretmenlere herhangi bir sosyal medya ortamına üye olup olmadıkları sorulmuştur. Herhangi bir sosyal medya üyeliği olmadığını belirten öğretmenler diğer soruları görmeden anketi tamamlamışlardır. Anket yanıtları geçerli olan toplam 382 öğretmenin sosyal medya hesabı olma durumlarının cinsiyete göre dağılımı Çizelge 4.2.'de gösterilmektedir.

Çizelge 4.2. Katılımcıların cinsiyete göre sosyal medyaya katılma durumları (n=382)

| | | Evet | Hayır | Toplam |
|-----------------|-------|-------------|--------------|---------------|
| Cinsiyet | Kadın | 222 | 19 | 241 |
| | Erkek | 119 | 22 | 141 |
| Toplam | | 341 | 41 | 382 |

Çizelgede de görüldüğü gibi katılımcıların %89'unun (n= 341) herhangi bir sosyal medya hesabı bulunmakta iken %11'i (n=41) bir sosyal ağa üye olmadıklarını belirtmişlerdir. Herhangi bir sosyal medya ortamına üye olma oranı kadın katılımcılarda %92,2'ı (n=222) iken erkek katılımcılarda %84,4 (n=119) olduğu görülmektedir. Buradan erkek öğretmenlerin kadın öğretmenlere göre sosyal medya ortamlarına daha az katıldıkları söylenebilir.

Sonuç olarak katılımcıların sosyal ve sayısal alanlardan eşit dağılım gösterdiği ve ağırlıklı olarak kadın olduğu görülmektedir. Katılımcı öğretmenlerin yaşlarına bakıldığında genç ve orta yaş grubundaki öğretmenlerin daha ağırlıklı olduğu görülmektedir. Ayrıca öğretmenlerin %90'ı sosyal medya kullanırken kadın öğretmenlerin kullanım oranının erkek öğretmenlerden daha fazla olduğu da edinilen bir başka bulgudur. Bir sonraki bölümde araştırmada kullanılan anketin hazırlanma süreci ve ön uygulaması ile ilgili detaylara yer verilmektedir.

4.3. Veri Toplama Aracı

Araştırma verilerini toplamak için hazırlanan anket çevrimiçi bir ortamdan yararlanılarak oluşturulmuştur. Bu sayede internet erişiminin olduğu her yerden öğretmenlere ulaşmak mümkün olmuş ve Türkiye'nin farklı coğrafyalarından

katılım sağlanmıştır. Çevrimiçi anket geliştirme ortamı olarak *QUALITRICS* sitesinden yararlanılmıştır. Anketin geliştirme aşamaları Büyüköztürk (2005)'ün dört aşamalı anket geliştirme süreci takip edilerek oluşturulmuş ve anket son şeklini almıştır. Büyüköztürk'ün anket geliştirme süreci; problemin tanımlanması, maddelerin yazılması, uzman görüşü alınması, ön uygulama ve ankete son şeklinin verilmesi olarak sıralanmıştır.

4.3.1. Problemi tanımlama

Anket oluşturmanın bu aşamasında öncelikle anketin temel amaç ve alt amaçlarının belirlenmesi gerekmektedir. Geliştirilen anket, araştırmanın amacına hizmet ettiği için burada amacı tekrar tanımlama ihtiyacı hissedilmemiştir.

4.3.2. Madde yazma

Anket maddeleri alan yazın taranarak oluşturulmuştur. Maddeler oluşturulurken daha çok Öz (2014), Polat ve Eren (2013) ve Tüfekçi (2008) çalışmalarından yararlanılmıştır. Ayrıca araştırmacı kendi anket tümcelerini geliştirmiş ve bir madde havuzu oluşturmuştur. Oluşturulan madde havuzundan elemeler yapılmış ve her bir araştırma sorusu için alt sorular oluşturularak anket maddeleri ortaya çıkarılmıştır. Bunun yanında katılımcıların demografik bilgilerini almaya yönelik cinsiyet, yaş ve alan bilgileri de anket maddelerine eklenmiştir. Bu eklemeye birlikte oluşturulan maddeler numaralandırılmış ve uzman görüşüne sunulmuştur.

4.3.3. Uzman görüşü alma

Anket maddeleri uzmanlara gönderilmeden önce bir uzman değerlendirme formu (bkz. Ek 2) oluşturulmuştur. Değerlendirme maddeleri uzmanlara numaralandırılarak gönderilmiş, bu sayede uzmanların görüş bildirirken belirtilen madde hakkında fikirlerini kolaylıkla ifade etmeleri sağlanmıştır. Oluşturulan anket; biri ölçme değerlendirme, biri bilimsel araştırma yöntemleri bir diğeri de Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Öğretmenliği [BÖTE] alanından içerik uzmanı olmak üzere üç kişiye gönderilmiştir. Uzmanlardan gelen yorumlar

doğrultusunda bazı soru metin ve içeriklerinde değişiklik yapılmış ve anket maddeleri yeni haline ulaştırılmıştır. Ardından anketin ulaşılan son hali, araştırmanın hedef kitlesi olan Millî Eğitim Bakanlığı'na bağlı resmi bir okulda çalışan iki öğretmene görüşleri alınmak üzere gönderilmiştir. Gönderilen öğretmenlerden biri bilişim alanından diğeri de sosyal bilimler alanından seçilmiştir. Öğretmenlerden alınan görüşler doğrultusunda bazı maddeler anketten çıkartılmış; iki maddenin de yönerge metni kısaltılmıştır.

4.3.4. Ön uygulama ve ankete son şeklini verme

Uzman ve öğretmenlerden gelen görüş ve öneriler doğrultusunda, ön uygulama yapmak için ankete son hali verilmiştir. Ön uygulama için anketin uygulanacağı grubun niteliklerini gösteren küçük bir grup seçilmesi esastır (Özoğlu, 1992). Bu düşünceden hareketle anket, Ege Üniversitesi BÖTE bölümü son sınıfında öğrenim gören 55 öğrenciye çevrimiçi ortamda uygulanmıştır. Anketin uygulandığı grup, eğitim fakültesi son sınıfta ve yarının öğretmenleri olmaları düşüncesiyle hedef kitlenin niteliklerini taşıyan bir grup olduğu düşünülmüştür. Ön uygulamada öğretmen adaylarından 3'ünün girdiği verilerin kullanılmayacağı görüldüğü için veri setinden çıkartılmış ve 52 öğretmen adayının bilgileri istatistiksel analiz programı ile analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarında 24 kadın, 28 erkek öğrenciden oluşan bu gruptaki tüm katılımcıların bir sosyal ağa üye oldukları görülmüştür. Tüm öğretmen adaylarının Facebook hesabı bulunurken, %61,5'inin (n=32) Twitter, %51,9'unun (n= 27) Instagram, %57,6'sının (n= 30) Google+, %19,2'sinin (n= 10) LinkedIn, %30,7'sinin (n= 16) de diğer sosyal ağlara da üye olduğu görülmüştür. Katılımcıların %67,3'ü (n=35) beş yıldan fazla süredir sosyal medya kullandıklarını ve %80'i (n=42) her gün sosyal medya hesaplarını ziyaret ettiklerini belirtmişlerdir. Ortalama 360 arkadaş/takipçiye sahip olan öğretmen adaylarının %94,2'si (n=49) bir gruba üye olduklarını belirtmiş ve analizler sonucu üye olunan ortalama grup sayısının 26 olduğu görülmüştür. Analiz sonuçları, öğretmen adaylarının sosyal medyayı uzun zamandır ve yoğun olarak kullandıklarını göstermektedir.

Bunun yanında öğretmen adaylarına sosyal medyada en sık takip ettikleri alanlar ve kişisel bilgi paylaşım oranları da sorulmuştur. Öğretmen adayları sosyal medyada en çok eğitim (%67,3; n=35) ve teknoloji (%61,5; n=32) alanlarını takip ederken, en az siyasi gruplar (%17,3; n=9) ve dini grupları (%5,8; n=3) takip ettiklerini bildirmişlerdir. Bu durum öğrencilerin toplum tarafından potansiyel hedef gösterilmesi olası konularda daha çekingen davrandıkları ve bu grupları takip oranının daha düşük olması şeklinde yorumlanabilir. Bunun yanında öğretmen adaylarına sosyal medya hesaplarında daha çok hangi kişisel bilgilerini paylaştıkları da sorulmuştur. Katılımcı adaylar isim (%76,9; n=40), cinsiyet (%71,2; n= 37), yaşadıkları şehir (%69,2; n=36), doğum günü (%50, n=26) bilgilerini daha çok; e-posta adresi (%48,1; n=25) ve telefon numaraları (%11,5; n=6) gibi iletişim bilgilerin daha az paylaştıkları görülmüştür. Ayrıca katılımcıların %7,7'si (n=4) dini inancını ve milliyetini sosyal medya hesaplarında paylaşırken sadece %3,8'lik (n=2) bir kesimin siyasi tercihini paylaştığı görülmüştür. Tüfekçi (2008) ABD'de üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı bir araştırmada katılımcıların %44,7'sinin dini inancını; %46,3'ünün siyasi görüşünü paylaştığı bulgusuna ulaşmıştır. Bu veriler temel alınarak Türkiye'de ABD'ye göre üniversite öğrencileri arasında dini ve siyasi kimlik bilgilerinin daha az paylaşıldığı görülmektedir.

Katılımcıların sosyal medyada rahat hissedip hissetmediklerini anlamak için de öğretmen adaylarına dereceli türde bazı maddeler yöneltilmiş ve kendilerine yakınlık durumuna göre bu maddelere 1'den 5'e kadar bir puan vermeleri istenmiştir. Çizelge 4.3.'te yönetilen maddeler, ilgili maddenin ortalaması ve standart sapma değerleri görülmektedir. Aynı zamanda tablonun altındaki sayı doğrultusunda maddelerin puan aralıkları ve bu puanlara karşılık gelen değerler belirtilmiştir.

Çizelge 4.3. Öğretmen adaylarının sosyal medyadaki etkinlikleri hakkındaki düşünceleri (n=52)

| | Ortalama (m) | sd |
|---|---------------------|-----------|
| Sosyal medyada gerçekten düşündüğüm gibi görünmekten hiç çekinmem. | 3,30 | 1,31 |
| Sosyal medya üzerindeki birçok şeyi ayıplanmadan, ötekileştirilmeden paylaşırım. | 3,09 | 1,01 |
| İstediğim sosyal medya grubuna düşünmeden üye olurum. | 2,79 | 1,22 |
| Gönderilerin altına “sonrasında ne olur” diye endişe etmeden yorum yazarım. | 2,51 | 1,18 |
| Cezai yaptırım boşlukları olduğundan dolayı tepki ve eleştirilerimi kolayca ifade ederim. | 2,28 | 0,95 |
| Gerçek hayatta tepki alacağını düşündüğüm fikirlerimi sosyal medyada rahatça paylaşırım. | 2,28 | 1,12 |

Ortalamalara bakıldığında öğretmen adaylarının en çok “sosyal medyada gerçekten düşündüğüm gibi görünmekten hiç çekinmem” ifadesine katıldıkları görülmektedir. Katılımcıların genel olarak “katılmıyorum” ve “kararsızım” ifadeleri arasında kaldıkları görüldüğü için sosyal medyayı rahat kullanamadıkları ve çekinceleri oldukları kanısına ulaşılabilir. Bunun yanında öğretmen adaylarına sosyal medyada yaptıkları paylaşım ve aktivitelerin de sıklığı sorulmuştur. Verilen yanıtların ortalama değerleri ve standart sapmaları çizelge 4.4.’de görüldüğü gibidir.

Çizelge 4.4. Öğretmen adaylarının sosyal medyada paylaşım ve etkinlik oranları (n=52)

| | Ortalama (m) | sd |
|--|---------------------|-----------|
| Gittiğim yerleri sosyal medya hesaplarımda paylaşırım. | 3,10 | ,926 |
| İlgilendiğim gönderilere yorum yazarım. | 2,64 | ,727 |
| Sayfamdaki gönderileri beğenirim. | 2,51 | ,856 |
| Hesaplarımda fotoğraf, video vb. paylaşırım. | 2,42 | ,794 |

Sonuçlardan, öğretmen adaylarının gittikleri yerleri sosyal medya hesaplarında nadiren paylaştıkları bunun yanında en çok kişisel hesaplarında fotoğraf ve video gibi paylaşımlarda buldukları görülmektedir. Yine anket kapsamında öğretmen adaylarının sosyal medyanın toplum üzerindeki etkileri

konusundaki düşünceleri sorulmuştur. Katılımcıların %74,4'ü sosyal medyanın insanlar üzerinde hem olumlu hem olumsuz etkileri olduğunu düşünürken; %21'i daha çok olumlu etkisi olduğunu, %4,6'sı da daha çok olumsuz etkisi olduğunu düşündüklerini ifade etmişlerdir. Sosyal medyanın toplum üzerindeki genel etkisini anlamak için beşli likert tipinde verdiğimiz maddelere de öğretmen adaylarının verdikleri ortalama puan ve standart sapmalar Çizelge 4.5'deki gibidir.

Çizelge 4.5. Öğretmen adaylarının sosyal medyanın etkileri konusundaki düşünceleri (n=52)

| | <i>Ortalama (m)</i> | <i>sd</i> |
|--|---------------------|-----------|
| Yüz yüze iletişimi azaltmaktadır. | 3,79 | 1,05 |
| Nesiller arasındaki uçurumu büyütmektedir. | 3,40 | 1,10 |
| İnsanların özgürce konuşabildiği bir ortamdır. | 3,26 | 1,27 |
| İnsanları yalnızlaştırmaktadır. | 3,19 | 1,22 |
| İnsanlar arasındaki etkileşimi arttırmaktadır. | 3,12 | 1,05 |
| Ahlaki değerlere zarar vermektedir. | 3,12 | 0,95 |
| Üretkenliği azaltmaktadır. | 2,95 | 1,21 |
| Gençler için tehlikeli bir ortamdır. | 2,86 | 1,06 |
| Zaman kaybıdır. | 2,62 | 1,03 |

Verilerden de görüldüğü gibi öğretmen adayları en çok “sosyal medyanın yüz yüze iletişimi azalttığı” ifadesine katıldıklarını belirtmişlerdir ($\bar{x}= 3,79$). Bunun yanında en az katıldıkları ifade ise “sosyal medyanın zaman kaybı” olduğu yönündeki ifadedir. Buradan öğretmen adaylarının sosyal medyayı bir zaman kaybı olarak görmedikleri sonucuna ulaşılabilir. Bunun yanında katılımcıların sosyal medya ortamlarındaki diğer kullanıcıların potansiyelleri hakkındaki fikirleri sorulmuştur. Öğretmen adayları bu kullanıcıların en çok potansiyel eş adayları olduğunu düşünürken, ilerideki işverenleri, devletin bir gözlemcisi ve son olarak da ürün/hizmet satma potansiyeli olan kişiler olarak sıralamışlardır. Katılımcıların bu başlıkla ilgili verdikleri yanıtların ortalaması ve standart sapma Çizelge 4.6'da sunulmuştur:

Çizelge 4.6. Öğretmen adaylarının arkadaş/takipçi endişeleri (n=52)

| | <i>Ortalama (m)</i> | <i>sd</i> |
|---|---------------------|-----------|
| Bana ürün/hizmet satmaya çalışan bir şirket olabilir. | 2,41 | ,774 |
| Devletin bir gözlemcisi olabilir. | 2,10 | ,800 |
| İlerideki potansiyel işverenim olabilir. | 1,98 | ,689 |
| Potansiyel eş adayım olabilir. | 1,63 | ,623 |

Anket kapsamında öğretmen adaylarına yöneltilen bir diğer madde de güvenlik ayarları ve güvenlik farkındalıkları ile ilgilidir. Katılımcılardan %88,4'ü güvenlik ayarları ile ilgili gelişmeleri takip ettiğini belirtmişlerdir. Ancak belirtmek gerekir ki; ön uygulamanın yapıldığı grup bilişim teknolojileri öğretmenliği yapacak bir gruptur ve bu konu hakkında farkındalık ve bilgilerinin daha yüksek olduğu düşünülmektedir.

Öğretmen adaylarına son olarak; öğretmen olduklarında sosyal medya kullanmalarının gerektiğini düşünüp düşünmedikleri sorulmuştur. Katılımcıların %80,8'i (n=42) öğretmen olduğunda sosyal medya kullanması gerektiğini düşünürken %19,2'si (n=10) böyle bir gereklilik hissetmediklerini belirtmişlerdir. Bu sorunun ardından sorulan açık uçlu soruya öğretmen adaylarının yazdıkları içerikler de nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi ile incelenmiştir. Kullanıcıların açık uçlu soruya verdikleri yanıtlar kodlanmış ve üst temalara ulaşılmaya çalışılmıştır. Kodlar arasındaki ilişkilere bakılarak ihtiyaç, kullanılabilirlik ve içerik olmak üzere üç temaya ulaşılmıştır. Analiz sonucunda çıkan temalar sütun başlığı olarak; ilgili temaya ilişkin kodlar ve frekanslar satırlar halinde Çizelge 4.7'de verilmiştir.

Çizelge 4.7. Öğretmen adaylarının sosyal medya kullanma gereklilikleri ile ilgili düşünceleri (n=52)

| Tema | Kategori | f |
|---------------|--------------------------------|---|
| İhtiyaç | Güncel İhtiyaç | 6 |
| | Teknolojik İhtiyaç | 6 |
| | Nesilleri Yakalama İhtiyacı | 4 |
| | İletişim İhtiyacı | 3 |
| Kullanışlılık | Kolay erişim | 4 |
| | Çok kişiye kısa zamanda ulaşma | 4 |
| | Kolay kullanım | 3 |
| İçerik | Objektif içerik | 5 |
| | Hızlı içerik edinme | 2 |

Öğretmen adayı katılımcıların sosyal medyanın çeşitli alanlardaki gereksinimlerine dair görüşleri “ihtiyaç” teması ile ifade edilmiştir. Bu temada sosyal medyanın günümüzün gerektirdiği bir ihtiyaç olduğu düşüncesi *güncel ihtiyaç* kodu ile; teknolojik gelişmeleri takip etmek için bir ihtiyaç olduğu düşüncesi *teknolojik ihtiyaç* kodu ile; öğretmen olduklarında öğrencileri ile aralarındaki çağdaşlık farkını kapatma gereksinimi *nesilleri yakalama ihtiyacı* kodu ile ve sosyal hayatlarındaki kişiler ile iletişimde olma gereksinimleri de *iletişim ihtiyacı* kodu ile kodlanmıştır. Burada katılımcıların daha çok sosyal medya araçlarını güncel ve teknolojik bir ihtiyaç olarak gördükleri görüşü hâkimdir:

“Günümüzde gündemi takibin ve haberleşmenin en yaygın, dolayısıyla da en verimli yolu sosyal ağlar. Bir öğretmen olarak gündemi takip etmemek ve günün gerektirdiği etkinliklerden uzak durmanın mesleği hakkı ile yapmamak olduğunu düşünüyorum.” (K46)

“Çağımız artık teknoloji çağı. Çağın gerisinde kalırsak öğrencilerden uzak kalırız “(K19)

“Olan bitenleri (özellikle haberler) okuyabiliyor. Diğer arkadaşlarından haberdar olabiliyor.” (K11)

“Öğrencilerinin takip ettiği güncelleri takip ederek onlarla aramızda örtü bir iletişim ağının kurulacağını düşünüyorum” (K29)

“Bilişim öğretmenin teknolojik gelişmeleri takip etmesi, en azından fikir sahibi olması gerekmektedir.” (K32)

“Çünkü bizim bile sosyal medyanın içerisinde fazlasıyla yer aldığımızı var sayarsak, bizim alt neslimiz bu platformda daha fazla yer alacaktır. Öğretmen olarak yeni nesilleri anlayabilmeli, onlara kendimizin onlardan farklı olmadığını göstermeliyiz. Ayrıca içinde bulunulmayan bir ortamın zararlarını da bilemeyiz. Olumsuz durumlar için dersler verilebilir.” (K35)

“Öğrencilerimizle gündemi onların takip ettiği mecralardan da takip etmemiz gerektiğini düşünüyorum “(K38)

“Alanım ile ilgili en güncel bilgileri teknoloji sayfalarından rahatlıkla okuyabiliyorum. Artık sosyal medya bir tanıtım ortamı gibi olmaya başladı. Nerde yeni bir ürün çıksa önce sosyal medyadan reklamı yapıyor.” (K48)

“Öğrencilerimle günün her anı kolay bir şekilde iletişime geçmek isterim. Aynı zamanda güncel duyuruları herkesin görmesi için sosyal medya iyi bir fırsat.” (K49)

İçerik analizinde belirlenen ikinci bir tema da katılımcıların sosyal medyanın kullanışlılığı ile ilgili görüşlerini belirttikleri “kullanışlılık” temasıdır. Bu temada kolay erişim, çok kişiye kısa zamanda ulaşma, kolay kullanım gibi kullanışlılık özellikleri üzerinde durulduğu görülmektedir:

“Daha fazla kişiye çok daha hızlı bir şekilde ulaşılabilir.” (K5)

“Paylaşım yapmak kolay.” (K16)

“Sınıfa gelemeyen öğrencilere bile sosyal medya hesapları üzerinden ulaşabiliyorum.” (K39)

“Günümüz teknoloji çağında birçok öğrenci sosyal medya araçlarını kullanmaktadır. Öğrencilere sosyal medyadan ulaşmak çoğu zaman daha kolay olmakta ve onları güdüleyebilmektedir.” (K43)

Deneme uygulaması analizlerinde ulaşılan son tema da “İçerik” temasıdır. Katılımcıların sosyal medyada yapılan paylaşımların içerikleri ile ilgili görüşlerini bildirdikleri bu temada katılımcılar sosyal medyanın seçim hakkı sunmadan, dayatılan içerikleri almak yerine farklı haber ve bilgilere de ulaşma imkânına sahip olmaları durumu *objektif içerik* kodu ile kodlanmıştır. Bunun yanında Türkiye’deki ve Dünya’daki tüm bilgiye, doğal olarak içeriğe kısa zamanda ulaşma durumu da *hızlı içerik edinme* kodu ile kodlanmıştır:

“Her öğretmenin rol model olmasından dolayı güncel olayları ve hayatı takip etmesi gerektiğini düşünüyorum. Güncel olayların takip edilebilmesi için de sosyal medya hızlı ve bol örnek bulunabilecek bir ortam.” (K20)

“Sosyal medyada daha doğru ve güncel bilgilere ulaşabiliyoruz. Yanlı haber izlemekten-okumaktansa sosyal medya hem takip etmesi daha kolay hem de daha basit.” (K8)

“Yeniliklerin takibi konusunda gayet hızlı bir platform” (K47)

Bu başlıkta anket maddelerinin hangi adımlar takip edilerek oluşturulduğuna ve daha çok hangi çalışmalardan yararlanıldığına değinilmiştir.

Problemi tanımlama, madde yazma ve uzman görüşü alma adımları ile anket oluşturulmuş ardından da hedef kitlenin özelliklerine yakın olan eğitim fakültesi son sınıf öğrencilerine ön uygulama yapılmıştır. Uygulama sonucu elde edilen bulgular üzerinde çeşitli istatistiksel analizler yapılmış, ayrıca ön uygulama katılımcılarının açık uçlu maddelere verdikleri yanıtlar da içerik analizi ile incelenmiş ve inceleme sonuçları aktarılmıştır. Bu bölümde son olarak incelenecek olan durum, araştırmanın geçerlik ve güvenilirlik çalışmasıdır. Geçerlik ve güvenilirlik çalışması ile ilgili detaylar aşağıdaki kısımda açıklanmıştır.

4.4. Geçerlik-Güvenirlik Çalışması

Davranış bilimlerinde araştırmacının anlamaya ve açıklamaya çalıştığı bireyin davranışlarıdır (Büyüköztürk, 2007, s.167). Bireyin davranışlarını doğru bir şekilde anlamak büyük ölçüde hazırlanan maddelerin geçerlik ve güvenilirliğine bağlıdır. Geçerlik, bir ölçme aracının ölçmeyi amaçladığı özelliği, başka herhangi bir özellikle karıştırmadan, doğru olarak ölçebilme derecesidir (Tekin, 1991, s.42). Geçerlik türleri genel olarak kapsam, ölçüt ve yapı geçerliği olmak üzere üç grupta toplanmaktadır (Büyüköztürk, Kılıç Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2014, s.117). Yapılacak ölçmenin amacına göre bazı geçerlik türleri ön plana çıkabilir. Bu araştırmada da özellikle kapsam geçerliğine bakılmıştır. Anketlerde geçerlik, araştırılan konuya ve soruya uygun yanıtlar alabilme gücünü gösterdiği için (Özoğlu, 1992) oluşturulan anket maddelerinin uygun yanıtları alabilecek içerik ve kapsamda olmasına dikkat edilmiştir.

Kapsam geçerliğini test etmede kullanılan mantıksal yollardan biri, uzman görüşüne başvurmaktır (Büyüköztürk, 2007, s.168). Oluşturulan anket üç uzmana gönderilerek görüşleri istenmiş ve ankete sadece her üç uzmanından da geçer onayı alan test maddeleri dâhil edilmiştir. Bu üç geçerlik türünün yanında alanyazında yer alan bir başka geçerlik türü de görünüş geçerliğidir (Büyüköztürk vd., 2014, s.119). Görünüş geçerliği; “aracın ismi yazılmış mı, açıklamaları tam mı, geliştirilen maddeler araştırmanın amacını uygun görünüyor mu?” gibi sorulara verilen yanıtlar olarak tanımlanabilir. Geliştirilen ankette de görünüş geçerliğini sağlamak için çalışmalar yapılmıştır. Anketin yoğun bir içeriğe sahip

olduğu düşünülduğünden sayfa tasarımı en sade şablon üzerinden hazırlanmış ve anketin tarayıcı başlığı “Sosyal Medya Farkındalık” şeklinde düzenlenmiştir. Ayrıca katılımcıların anketin ne kadarını tamamladıklarını görebildikleri bir ilerleme çubuğu (*progress bar*) da sayfaya eklenmiştir. Bu sayede katılımcı anketin neresinde olduğunu rahatlıkla takip edebilmektedir. Verilerin sağlıklı ve tam olarak toplanabilmesi için açık uçlu maddeler hariç diğer tüm maddelere yanıtlama zorunluluğu getirilmiştir. Böylece bir maddenin yanıtlanması unutulsa da sistem tarafından katılımcıya mesaj verilerek ilgili sorunun sistem tarafından kendisine hatırlatılması sağlanmıştır. Aynı zamanda anket içerisindeki bazı soruların ön koşul gerektirmesi nedeniyle ankete mantıksal kontroller eklenmiştir. Eğer kullanıcı “Herhangi bir sosyal ağa üye misiniz?” sorusuna “Hayır” yanıtını veriyorsa, diğer maddeleri yanıtlaması anlamlı olmadığından sistem katılımcıyı doğrudan anketin sonuna göndermekte ve katılımcı anketi tamamlamaktadır. Benzer şekilde; “Sosyal ağlarla ilgili herhangi bir gruba üye misiniz?” sorusuna “Hayır” yanıtını veren katılımcılar “Ne tür grupları takip ediyorsunuz?” sorusunu görmemektedirler. Bunların yanında katılımcının anketin sayfaları arasında kolaylıkla gezinebilmesi için ileri-geri düğmeleri ara yüze eklenmiş ayrıca anketin başına anketin amacını belirten bir açıklama, son kısmına da teşekkür notu yazılmıştır. Bu notların yazımında anket maddelerinden farklı bir yazı tipi kullanılarak sorulardan kolaylıkla ayırt edilmesi sağlanmıştır. Tüm bu süreçlerin sonunda görünüş geçerliliği ile ilgili bir ölçme değerlendirme uzmanının da görüşleri alınmış ve oluşturulan anketin geçerli bir anket olduğu sonucuna varılmıştır. Güvenirlilik ise ölçmenin tutarlılığıyla ilgilidir. Güvenirlilik konusu ile ilgili olarak öğretmenlerden toplanan verilere SPSS programında güvenirlilik testi yapılmış ve özellikle dereceli anket maddelerinin Cronbach alfa değerlerine bakılmıştır. Ayrıca katılımcıların benzer boyutları ölçen maddelere verdiği yanıtların tutarlılığına da bakılmıştır. Bu noktada ankette bulunan likert tipindeki maddelerin güvenirlilik sonuçları şu şekilde özetlenebilir:

Katılımcıların sayfalarındaki etkinlik durumları ile ilgili olarak verdikleri yanıtlarda (gönderi beğenme, paylaşım yapma, yorum yazma, vb.) Cronbach alfa değeri 0.744 çıkmıştır. Büyüköztürk (2003) psikolojik bir test için hesaplanan güvenirlilik katsayısının 0.70 ve daha yüksek olmasının test puanlarının

güvenilirliği için genel olarak yeterli görüldüğünü ifade etmektedir. Bu nedenle verilen yanıtların güvenilir olduğu görülmektedir. Bunun yanında; katılımcıların yanıtladığı bir başka dereceli tipi maddede öğretmenlerin sosyal medya ile ilgili düşüncelerine bakılmıştır. Bu analiz sonucunda da Cronbach alfa değeri 0.71 çıkmıştır. Bu maddenin de güvenilir olduğu söylenebilir.

Tüm bu çalışmalardan sonra anket son haline getirilmiş ve araştırmanın hedef kitlesi olan öğretmenlere uygulanmıştır. Uzmanlardan ve ön uygulama sonuçlarından edinilen bilgi, yorum ve önerilere göre bazı sorular anketten çıkartılmış, bazı soruların soru metni değiştirilmiş ve bazı sorular da yeniden düzenlenmiştir. Sonuç olarak anket toplam 22 madde olarak kararlaştırılmıştır. Anket maddelerinden beş tanesi likert tipinde; beş tanesi de açık uçlu “eklemek istedikleriniz” alanı olarak ankette yer almıştır. Uygulanan anket maddeleri EK 3’deki gibidir.

Bu bölümde araştırmanın yöntemine ve özelliklerine değinilmeye çalışılmıştır. İlişkisel tarama araştırması şeklinde tanımlanan çalışmada katılımcıların demografik özellikleri, anket geliştirilirken izlenen basamaklar ve ön uygulama sonuçlarına dair detaylar yine bu bölüm kapsamında aktarılmaya çalışılmıştır. Bir sonraki bölümde anketin hedef kitleye uygulanması sonrası elde edilen bulgular açıklanmakta ve yorumlanmaktadır.

5. BULGULAR VE YORUM

Bu bölümde öğretmenlere uygulanan anketin bulgularına ve yorumlarına yer verilmiştir. Anket kapsamında öğretmenlere toplam 22 madde yöneltilmiştir. Bunun yanında bazı maddelerin ardına öğretmenin eklemek istediklerini herhangi bir karakter sınırlaması olmadan belirtmesi için *eklemek istedikleriniz* bölümleri konulmuştur. Alt başlıklarda ilgili anket maddelerinden toplanan verilerin analizleri, yorum ve karşılaştırmaları yapılmıştır.

5.1. Öğretmenlerin Sosyal Medyayı Kullanma Durum ve Alışkanlıkları

Öğretmenlerin sosyal medya kullanırken yaşadıkları endişe ve farkındalıkları bilmek ve yorumlayabilmek için öğretmenlerin sosyal medyayı ne kadar kullandıklarını bilmek ve genel çerçeveyi ortaya koymak önemlidir. Bu nedenle öncelikle katılımcıların sosyal medya kullanım durum ve alışkanlıklarına bakılmıştır. Araştırmanın yöntem bölümünde öğretmenlerin %90'ının (n=341) en az bir sosyal medyada hesabı olduğunu belirtmiştik. Bu doğrultuda yapılan tüm analizlerin sosyal medyada hesabı olan 341 öğretmen temel alınarak yapıldığını belirtmek gerekmektedir. Öğretmenlerin üye oldukları sosyal medya siteleri ve oranları Çizelge 5.1'de gösterildiği gibidir.

Çizelge 5.1. Öğretmenlerin üye oldukları sosyal medya siteleri (n=341)

| Aracın Adı | n | % |
|------------|-----|----|
| Facebook | 320 | 93 |
| Instagram | 177 | 52 |
| Twitter | 170 | 50 |
| Google+ | 143 | 42 |
| Diğer | 62 | 19 |
| Linkedin | 61 | 18 |

Katılımcıların %93'ünün (n=320) bir Facebook hesabı bulunmaktadır. Sonuçlara bakıldığında; Facebook'tan sonra öğretmenler arasında en yaygın kullanılan sosyal medya aracının Instagram (%52, n=177) olduğu görülmektedir. Benzer şekilde öğretmenlerin %50'si de (n=170) Twitter kullandığı

belirtmişlerdir. Bunların yanında öğretmenlerin %42 (n=143) Google + kullanırken; iş hayatının sosyal ağı olarak bilinen LinkedIn'i ise sadece %18 (n=52) oranında öğretmenin tercih ettiği görülmüştür. Öğretmenlerin %19'luk (n=56) bir kesimi de diğer sosyal medya araçlarına da üye olduklarını bildirmişlerdir.

Katılımcıların sosyal medya ile ilişkisini belirlemek amacı ile yöneltilen bir başka madde de; ne kadar zamandır sosyal medyayı kullandıkları ile ilgilidir. Katılımcıların %72'si (n=247) 5 yıl ve ya daha fazla süredir sosyal ağlara üye olduğunu, %14'ü (n=50) 4-5 yıldır üye olduğunu, %9'u (n=33) 2-3 yıl önce üye olduğunu ve sadece %3'ünün (n=11) son 1 yıl içerisinde sosyal medyada hesap açtığını belirtmiştir.

Öğretmenlere bu noktada yöneltilen bir diğer soru da ne sıklıkla sosyal medya hesaplarını takip ettiklerini öğrenmeye yöneliktir. Sosyal medya hesapları, katılımcıların %61'i (n=209) tarafından haftanın her günü takip edilmektedir. Bu oranı sosyal medya hesaplarını haftada bir gün takip eden %8,8'lik (n=30) katılımcı grubu izlemektedir. Ayrıca katılımcıların %1,8'i (n=6) hesaplarını hiç kontrol etmediklerini belirtmişlerdir. Ziyaret edilen gün sayısının ortalamasına bakıldığında ise öğretmenlerin haftanın ortalama 6,5 günü sosyal medyayı ziyaret ettikleri görülmektedir.

Öğretmenler tarafından yoğun olarak kullanılan sosyal medyada arkadaş/takipçi sayıları da araştırmada edinilmek istenen bir diğer bulgudur. Bu sayı öğretmenlerin sosyal medyadaki etkileşim oranları ve harcadıkları süre hakkında da bir fikir vermesi açısından önemlidir. Sosyal medya ortamlarındaki arkadaş/takipçi sayısı da Çizelge 5.2'de gösterildiği gibidir.

Çizelge 5.2. Öğretmenlerin en sık kullanılan sosyal medyadaki arkadaş/takipçi oranları (n=341)

| | Arkadaş/Takipçi Sayısı |
|----------|------------------------|
| Ortalama | 382 |
| En Az | 0 |
| En Çok | 3000 |

Katılımcıların en sık kullandıkları sosyal ağda ortalama 382 arkadaş/takipçileri bulunmaktadır. Bunun yanında hiç arkadaşı/takipçileri olmadığını belirten öğretmenler olduğu gibi en çok arkadaşı/takipçisi bulunan katılımcıda da bu rakamı 3000 olarak belirtmiştir.

Tüm bu veriler göstermektedir ki; katılımcıların %90'ı sosyal medya hesabı olan, %72'si beş yıl ve daha uzun süredir bu hesapları kullanan kişilerdir. Ayrıca katılımcıların yarısından fazlası her gün bu hesaplarını kontrol ettiklerini belirtmişlerdir. Bu veriler ışığında öğretmenlerin yoğun bir şekilde sosyal medya kullandıklarını söylemek mümkündür.

5.2. Öğretmenlerin Sosyal Medya Hakkında Düşünceleri Nelerdir?

Edinilen bulgulardan öğretmenlerin sosyal medyayı sıklıkla kullandıkları ve bu araçları kullanmayı günlük alışkanlıkları haline getirdikleri görünmektedir. Öğretmenlerin günlük rutinleri haline gelen bu araç hakkında neler düşündükleri de merak edilen bir başka araştırma sorusudur. Bu araştırma sorusunun cevabını bulmak için de katılımcılara belirli maddeler yöneltilmiştir. Öncelikle genel çerçeveyi çizebilmek adına öğretmenlere sosyal medyanın insanlar üzerindeki etkisi hakkındaki düşünceleri sorulmuştur. Katılımcıların verdikleri yanıtlar Çizelge 5.3'de görüldüğü gibidir.

Çizelge 5.3. Öğretmenlerin sosyal medyanın insanlar üzerindeki etkileri hakkındaki düşünceleri (n=341)

| | <i>Kişi Sayısı (n)</i> | <i>%</i> |
|--|------------------------|----------|
| Hem olumlu hem olumsuz | 320 | 93,5 |
| Olumsuz | 15 | 4,4 |
| Olumlu | 5 | 1,5 |
| İnsanlar üzerinde etkisi olduğunu düşünmüyorum | 2 | 0,6 |

Çizelgede de görüldüğü gibi katılımcıların büyük çoğunluğu (%93,5) sosyal medyanın insanlar üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkisi olabileceğini düşünmektedirler. Buradan katılımcıların sosyal medyanın nasıl kullanıldığına bağlı olarak etkilerinin değişebileceği fikri üzerine yoğunlaştıkları söylenebilir. Konu ile ilgili olarak bazı katılımcı görüşleri şu şekildedir:

“Sosyal medyayı bilinçli ve üretmeyi seven bireyler olarak kullanırsak sosyal medya büyük bir cevherdir.” (K 68)

“Sosyal medya kullanımı da her araç gibi hem yararlı hem zararlıdır. Klasik bir örnek: kesici alet ile ameliyat yaparak insan hayatını da kurtarabilirsiniz, insan yaralayarak yaşama son da verebilirsiniz.” (K 312)

“Kullanma amacınıza göre değişecek bir durum. Kendini geliştirecek bir gruba da üye olup yardım alabilirsin, ahlak yapını bozacak bir gruba da üye olabilirsin. Niyetimiz ne ise sosyal medyanın yarar ve zararı da ona göre şekillenecektir.” (K 324)

Bunun yanında öğretmenlerin sosyal medya konusundaki düşüncelerini daha iyi ortaya çıkarmak amacı ile beşli likert tipinde bir madde hazırlanmıştır. Katılımcıların verdikleri yanıtların ortalama değerleri ve standart sapmaları Çizelge 5.4’de görüldüğü gibidir.

Çizelge 5.4. Öğretmenlerin sosyal medyanın etkileri konusundaki düşünceleri (n=341)

| | <i>Ortalama (\bar{x})</i> | <i>sd</i> |
|--|--|-----------|
| Yüz yüze iletişimi azaltmaktadır. | 3,87 | 1,05 |
| Nesiller arasındaki uçurumu büyütülmektedir. | 3,48 | 1,21 |
| İnsanları yalnızlaştırmaktadır. | 3,44 | 1,12 |
| Üretkenliği azaltmaktadır. | 3,34 | 1,13 |
| Gençler için tehlikeli bir ortamdır. | 3,32 | 1,00 |
| Ahlaki değerlere zarar vermektedir. | 3,30 | 1,09 |
| İnsanların özgürce konuşabildiği bir ortamdır. | 3,24 | 1,21 |
| İnsanlar arasındaki etkileşimi arttırmaktadır. | 3,10 | 1,07 |
| Zaman kaybıdır. | 3,01 | 1,09 |

Katılımcıların beşli likert tipinde verdikleri puanlamalar sonucu çıkan sonuçlar ortalama değerlerine göre sıralanmıştır. Bu sonuçlara göre öğretmenler en çok sosyal medyanın *yüz yüze iletişimi azalttığı* yönünde ortak görüş bildirmişlerdir. Ardından *nesiller arasındaki uçurumu büyüttüğü, insanları yalnızlaştırdığı, üretkenliği azalttığı* ve *gençler için tehlikeli bir ortam olduğu* düşünceleri gelmektedir. Bu bakış açısı ile bakıldığında öğretmenler genel olarak sosyal medyanın olumsuz etkilerine daha çok katılmakta oldukları görülmektedir. Daha az olarak da *insanların özgürce konuşabildikleri bir ortam olduğunu* ve *insanlar arasındaki etkileşimi arttırdığını* belirtmektedirler.

Katılımcıların tüm bu düşüncelerinin yanında; mesleki kimlikleri ile yani bir öğretmen olarak sosyal medya kullanılmasını gerekli görüp görmedikleri

sorulmuştur. Bu maddeyi katılımcıların %86,2'si (n=293) “*evet*” bir öğretmen olarak sosyal medya kullanmam gerekir diye yanıtlarken; %13,8'i (n=47) de “*hayır*” seçeneğini işaretlemiştir. Bu maddenin ardından öğretmenlere, bu durumun sebebini yazacakları bir açık uçlu alan bırakılmıştır. Katılımcıların bu alana yazdıkları içerikler betimsel olarak çözümlenmiştir. Ulaşılan kod ve temalar Çizelge 5.5'deki gibidir.

Çizelge 5.5. Öğretmenlerin sosyal medya kullanma gerekliliği ile ilgili düşünceleri (n=341)

| Tema | Kategori | f |
|---------------|-------------------------------------|----|
| İhtiyaç | İletişim İhtiyacı | 20 |
| | Gelişim ihtiyacı | 20 |
| | Güncel ihtiyaç | 18 |
| | Sosyalleşme ihtiyacı | 6 |
| | Öğrencileri anlama ihtiyacı | 6 |
| Kullanışlılık | Gündemi gelişmeleri takip kolaylığı | 32 |
| | Kolay/ hızlı paylaşım | 8 |
| | Hızlı bilgi edinme | 5 |
| | Kolay iletişim | 3 |
| | Kısa zamanda çok kişiye ulaşma | 3 |
| İçerik | Zengin içerik | 7 |
| | Objektif içerik | 7 |

Ulaşılan temalardan ilki *ihtiyaç* temasıdır. Bu tema altında katılımcıların farklı nedenlerle sosyal medyaya duydukları ihtiyaç kategorileri sınıflandırılmaya çalışılmıştır. Bunlardan ilki hem profesyonel hem de kişisel anlamda sosyal medyayı iletişim kurma ihtiyacı ile kullanmayı vurgulayan “iletişim ihtiyacı” kodudur. Ardından bu platformun mesleki ve kişisel gelişim amacıyla kullanılma ihtiyacı “gelişim ihtiyacı” kodu ile kodlanmıştır. Katılımcıların en çok üzerinde durdukları bir diğer ihtiyaç da sosyal medya araçlarının günümüzün bir gerekliliği olması durumudur. Bu durum da “güncel ihtiyaç” kodu ile kodlanmıştır. Bu ihtiyaçların yanında katılımcılar bu ortamların sosyalleşmek ve günümüz öğrencilerini anlamak için de bir gereklilik olduğunu belirtmişlerdir. Bu gereklilikler de yine “sosyalleşme ihtiyacı” ve “öğrencileri anlama ihtiyacı” olarak kodlanmıştır. Yoğunlukla iletişim, gelişme ve güncel ihtiyaç vurgusu katılımcılar arasında öne çıkmaktadır:

“Alanımla ilgili üye olduğum gruplarda fikir alışverişinde bulunabiliyorum.” (K 163)

“Meslektaşlarımla meslekle ilgili sorunları rahat bir şekilde konuşabiliyorum. Mesleki gelişim açısından da önemli bir kaynak olduğunu düşünüyorum.” (K 247)

“Sosyal medyayı olumlu açıdan değerlendirerek kullanmak gerektiğini düşünüyorum. İnsanlarla görsel anlamda her an iletişim halinde olabilmek, düşüncelerini duygularını anında arkadaşlarıyla paylaşabilmek yeri geldiği zaman tartışabilmenin olumlu anlamda katkı sağlayacağını düşünüyorum.” (K 264)

“Teknoloji çağında teknolojiyi veya sosyal medyayı kullanmayan bir öğretmen olmanın eksiklik olduğunu düşünüyorum. Çağdaş bir öğretmenin çağın [çağın] şartlanan ayak uydurması gerekli ve BİLİNCLİ [bilinçli] bir şekilde sosyal medyayı da kullanması gerekli olduğunu düşünmekteyim.” (K 279)

“Öğretmenler, öğrencilerini tanımalı, ilgilerini bilmeli, onların gerisinde kalmamalıdır. Bununla birlikte dönemin teknolojisi -bu ister sosyal medya ister kara tahta, isterse kurşun kalem olsun...- dönemin kendisini yansıtır. Teknolojiyi takip etmeme, teknolojiye direnç gösterme çağa adaptasyonu zorlaştırır ve hatta imkânsız kılabilir.” (K 297)

Sosyal medyanın öğrencilerle iletişim kurmak için bir ihtiyaç olduğunu düşünen katılımcılardan birinin görüşü de şu şekildedir:

“Öğrenciler de (çok küçük yaşlarda olanlar bile) sosyal medyayı yakından takip ediyor ve birçok üyelikleri bulunuyor. Öğrencileri anlayıp onların ne yaptıklarını ne okuyup izlediklerini bilmenin, onlarla empati kurmak ve ortak bir dilde konuşabilmek için gerekli olduğunu düşünüyorum. Nitekim bir bilişim teknolojileri öğretmeni olarak sosyal medyadan uzak durduğumu öğrenmeleri bana karşı yaklaşımlarını olumsuz etkileyebilir. Tabii öğrencileri sosyal medyada arkadaş/takipçi olarak kabul etmenin doğru olmadığını düşünüyor ve bunu uyguluyorum.” (K 283)

Ulaşılan bir diğer tema da *kullanışlılık* temasıdır. Bu temada katılımcılar sosyal medyanın birçok açıdan kullanışlı olduğuna vurgu yapmışlardır. Katılımcılar en çok gündemdeki haberleri ve alanları ile ilgili gelişmeleri kolaylıkla takip edebildiklerini belirtmişlerdir ve bu da “gündemi/gelişmeleri takip kolaylığı” ifadesi ile kodlanmıştır. Bu kodu, sosyal medyanın paylaşım için kolay ve hızlı olduğu kodu “kolay/hızlı paylaşım”; bilgiye hızlı ulaşmanın avantajını vurguladıkları “hızlı bilgi edinme” kodu takip etmektedir. Bunların yanında sosyal medyanın kolay iletişim kurabilme ve kısa zamanda çok kişiye ulaşabilme avantajına da değinilmiş ve bu kodlar da kullanışlılık teması altında kodlanmıştır. Ulaşılan kodlara verilebilecek birkaç örnek şu şekildedir:

“Yasanılan [yaşanılan] gelişmelerin en kolay şekilde [şekilde] takip edilmesini ve farklı [farklı] görüşlerden [görüşlerden] beslenilmesini sağlıyor [sağlıyor].” (K 20)

“Yenilikleri ve sosyal medya gündemini takip etmenin gereğine inanıyorum.” (K 27)

“Çünkü artık sosyal medya birçok dersin parçası. Büyük gruplarla anında iletişim imkânı sunuyor. Dökümün paylaşmaya fırsat veriyor. Detaylı ve hızlı bilgi paylaşımı sağlıyor. Kısaca kâğıt, zaman tasarrufu sağlıyor.” (K 303)

“Güncel haberlerden daha rahat bilgilenebiliyorum.” (K 362)

“Dünyada olup bitenlerden haberdar oluyorum. Değişik görüşler, fikirler ile empati kuruyorum.” (K 367)

İncelenen içeriklerden son olarak ulaşılan tema da *içerik* temasıdır. Bu temada katılımcıların sosyal medyadaki içerikler hakkındaki fikirleri kodlanmaya çalışılmıştır. Bu tema altında iki koda ulaşılmıştır. Bu kodlardan birisi sosyal medyanın farklı görüş ve düşüncelerden içeriğe sahip olmasıdır ki bu vurgu “zengin içerik” kodu ile kodlanmıştır. Bir diğer kod da sosyal medyadaki içeriğin, katılımcılar tarafından oluşturulduğu; doğal olarak ulusal veya yerel basın veya haber kanallarının yönlendirilmiş içeriği yerine farklı görüşlere yer veren objektif içeriğin olduğudur. Bu da “objektif içerik” teması ile kodlanmıştır. İçerik teması ile ilgili birkaç örnek ifade şu şekildedir:

“Medyanın vermek istemediği haberleri görmek için...” (K 48)

“Gerçek haberlere ulaşmam daha kolay oluyor.” (K 258)

“Sosyal medya ana akım medyadan farklı olarak özgürdür. Bu durumun olumsuz yanının kontrolsüz bilgi paylaşımı olmasının yanında olumlu yanı ise yansız- korkusuz haber alma verme imkânıdır.” (K 312)

“Gazete ve TV haberlerinin içi boşaltıldığından, ülkede olup biteni takip etmenin gerekliliğinden...” (K 356)

Bu bölümde genel olarak öğretmenlerin sosyal medya hakkındaki düşünceleri özetlenmeye çalışılmıştır. Katılımcı öğretmenlerin büyük bir çoğunluğu (%93,5) sosyal medyanın kullanım durum ve amacına bağlı olarak, insanlar üzerinde hem olumlu hem de olumsuz özellikleri olduğu düşünmektedirler. Yine öğretmenler çoğunlukla sosyal medyayı kullanmanın gerekli olduğunu belirtmişlerdir. Bu alandaki fikirlerini biçim sınırlaması olmaksızın belirten öğretmenlerin ifadeleri detaylı bir şekilde incelenerek içerik analizi yapılmış ve sonuçta öğretmenlerin çoğunlukla sosyal medyayı farklı amaçlarla bir ihtiyaç olarak gördükleri ve birçok işlem için kullanışlı bir araç olduğunu vurguladıkları görünmüştür. Bir sonraki başlıkta öğretmenlerin sosyal

medyada kendileri olarak ne kadar yer alabildikleri incelenmiş ve bir sonuca ulaşılmaya çalışılmıştır.

5.3. Öğretmenlerin Sosyal Medyada Kendileri Olarak Yer Alma Durumları Nasıldır?

Katılımcıların sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve sosyal medya hakkındaki genel görüşleri hakkında bir fikir sahibi olduktan sonra incelenmek istenen bir başka konu da öğretmenlerin sosyal medyada ne kadar kendileri gibi oldukları durumudur. Burada katılımcıların sosyal medyada kişisel bilgilerinin ne kadarını paylaştıkları, sosyal medyadaki aktiviteler hakkında düşündükleri/hissettikleri ve son olarak da sosyal medyadaki gruplara üye olma durumları incelenmeye çalışılmıştır.

Öncelikle katılımcıların sosyal medyada hangi kişisel bilgilerini daha çok yani rahatlıkla, hangi bilgilerini de daha az yani çekinerek paylaştıkları bilgisine ulaşılmak istenmiştir. Çıkan sonuçlar Çizelge 5.6'daki gibidir.

Çizelge 5.6. Öğretmenlerin sosyal medyada paylaştıkları bilgi türleri ve oranları (n=341)

| | f | % |
|-------------------------|-----|------|
| İsmim | 288 | 84,5 |
| Yaşadığım Şehir | 240 | 70,4 |
| Cinsiyetim | 234 | 68,6 |
| Doğum Günüm | 170 | 49,9 |
| İlişki Durumum | 118 | 34,6 |
| E-posta Adresim | 84 | 24,6 |
| Hiçbir bilgi paylaşmam. | 27 | 7,9 |
| Milliyetim | 18 | 5,3 |
| Siyasi Tercihim | 18 | 5,3 |
| Dini İnancım | 13 | 3,8 |
| Telefon Numaram | 13 | 3,8 |

Veriler; öğretmenlerin isim, yaşadıkları şehir, cinsiyet, doğum günü ve ilişki durumu gibi sosyal çevresi tarafından daha sıklıkla bilinen bilgileri daha çok paylaşılan diğer bir ifade ile paylaşmaktan çekinmezken; milliyeti, dini inancı, siyasi tercihi gibi potansiyel damgalanma riski olan bilgileri daha az paylaştıkları yani paylaşırken çekindikleri görülmektedir. Bunun yanında katılımcılar, iletişim

bilgilerini de daha az paylaşmaktadırlar. Yine, sosyal medya hesaplarında hiçbir bilgi paylaşmayan katılımcı oranları da azımsanmayacak sayıdadır (n=27).

Paylaşım oranlarının yanında katılımcılara sosyal medyadaki paylaşımları ile ilgili düşünceleri de sorulmuştur. Burada öğretmenlerin sosyal medyada ötekileştirilme kaygısı taşımadan, herhangi bir paylaşım yaparken çekinmeden ya da olabildiğince doğal ve içlerinden geldikleri gibi davranabilme durumları incelenmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda öğretmenlere 5’li likert tipinde yedi alt maddeden oluşan bir anket maddesi hazırlanmıştır. Her bir maddeye verilen cevaba göre ortalama değerleri ve standart sapmaları Çizelge 5.7’de gösterilmektedir.

Çizelge 5.7. Öğretmenlerin sosyal medyadaki etkinlikleri hakkındaki düşünceleri (n=341)

| | <i>Ortalama (\bar{x})</i> | <i>sd</i> |
|--|--|-----------|
| Sosyal medyada gerçekten düşündüğüm gibi görünmekten hiç çekinmem. | 3,52 | 1,20 |
| Sosyal medya üzerindeki birçok şeyi ayıplanmadan, ötekileştirilmeden paylaşırım. | 2,77 | 1,27 |
| Gönderilerin altına “sonrasında ne olur” diye endişe etmeden yorum yazarım. | 2,75 | 1,26 |
| İstedğim sosyal medya grubuna düşünmeden üye olurum. | 2,32 | 1,25 |
| Cezai yaptırım boşlukları olduğundan dolayı tepki ve eleştirilerimi kolayca ifade ederim. | 2,26 | 1,09 |
| Gerçek hayatta tepki alacağımı düşündüğüm fikirlerimi sosyal medyada rahatça paylaşırım. | 2,09 | 1,11 |
| Gerçek hayatta uygulamaktan çekindiğim/imkân bulamadığım davranışları rahatlıkla sergilerim. | 1,85 | 1,05 |

Ortalamalara baktığımızda, öğretmenlerin genel olarak sosyal medyada oldukları gibi görünmekten çekinmediklerini ifade ettikleri görülmektedir. Ancak gerçekleştirdikleri diğer eylemlerle ilgili düşüncelerine bakıldığında durumun tam olarak böyle olmadığı söylenebilir. Örnek olarak, “sosyal medyada ötekileştirilmeden paylaşım yapma”, “gönderilere yorum yazarken sonrası için endişe etme” ve “istedikleri gruba üye olma” gibi durumlarda katılımcıların verdikleri puanların “katılmıyorum” seçeneğine doğru kaydığı görülmektedir. Bu da katılımcıların sosyal medya kullanırken içlerinden geldiği gibi yorum yazıp,

paylaşım yapamadıkları şeklinde yorumlanabilir. İlgili maddenin ardına eklenen açık uçlu alana da eklenen katılımcı görüşlerinden bazıları şu şekildedir:

“İnsanlarla çok şey paylaşmayı sevmiyorum çünkü bazı konular konu dışına çıkıp saçma bir hale geliyor.” (K 295)

“Sosyal medyayı öğrencilerime örnek olmak için açık tutuyorum. Sürekli mesaj içerikli, bilimsel bilgiler paylaşmaya, sanatla ilgili haberler paylaşmaya özen gösteriyorum. Ailemin ve özelimin ifşa edildiği bir ortam değil, haber alma ve haberdar etme aracı olarak kullanıyorum.” (K 312)

“Bir iş görüşmesinde facedeki [Facebook’taki] alkol alırken (bira, rakı...) ve sadece bana açık olan fotoğraflarımın o işveren tarafından görüldüğünü öğrendim. Sonuçta bu gerekçe ile işe alınmadım. Daha sonra kurumsal bir firmanın insan kaynaklarında çalışan bir arkadaşım yine büyük, kurumsal firmaların face [Facebook] ile anlaşma yaptığını kişisel verilere ben giriyormuşum gibi erişebildiğini söyledi. Yani face [Facebook] bilgilerimizi böyle firmalara satıyormuş. Çok ahlaksızca... O günden sonra tüm foto ve videolarımı özenle seçiyorum.” (K 315)

“Sosyal medya tamamen bir delil niteliği taşımaktadır. Bu yüzden kişilerin paylaşımları ve kendilerini ifade etme biçimi hep kısıtlıdır.” (K 324)

Görüldüğü gibi katılımcılar, sosyal medyadaki paylaşımları dolayısı ile potansiyel bir iş fırsatını kaçırabildikleri ve bu araçların bir delil taşıma özelliği olduğunu vurgulamaktadırlar. Öğretmenler sosyal medyayı sadece kendilerince belirledikleri bir amaç için açık tutmakta (öğrencilere örnek olma, haberleşme vb.) ve bu ortamlarda yaptıkları paylaşımlarda son derece dikkatli davranmaktadırlar. Bu da öğretmenlerin sosyal medya kullanırken yaşadıkları mahremiyet, ötekileştirilme gibi endişelerine bir örnek teşkil etmektedir.

Öğretmenlerin; özellikle kişisel ve profesyonel anlamda sosyal ağlarda kendilerini geliştirmelerinin en etkili ve kolay yollarından birisi takip ettikleri/ üye oldukları gruplardır. Çizelge 5.7’de de görüldüğü gibi öğretmenler istedikleri gruba rahatlıkla üye olamadıkları belirtmişlerdir ($\bar{x}= 2,32$). Araştırma sonucunda katılımcıların %83, 8’inin (n=285) herhangi bir gruba üye olduğu, üye olan katılımcıların da ortalama 10 gruba üye oldukları görülmektedir. Öğretmenlerden en az 1 grubu takip eden öğretmen olduğu gibi, en çok grup takip eden öğretmen de bu sayıyı 150 olarak belirtmiştir. Öğretmenlerin üye oldukları alanlar, kişi sayısı ve yüzdelik oranları Çizelge 5.8’deki gibidir.

Çizelge 5.8. Sosyal medyadaki grupların öğretmenler tarafından takip edilme oranları (n=341)

| | <i>f</i> | % |
|----------------|----------|------|
| Eğitim | 228 | 66,9 |
| Bilim | 145 | 42,5 |
| Teknoloji | 141 | 41,3 |
| Kitap-Yazar | 127 | 37,2 |
| Müzik | 98 | 28,7 |
| Sinema | 84 | 24,6 |
| Siyasi Gruplar | 65 | 19,1 |
| Diğer | 64 | 18,8 |
| Dini Gruplar | 34 | 10 |
| TV Programları | 32 | 9,4 |

En çok takip eğitim alanında yapılmaktadır. Ancak herhangi bir grubu takip eden öğretmenlerin sadece %66,9'u bir eğitim grubunu takip etmektedir. Bu sıralamayı bilim, teknoloji, kitap-yazar ve diğer sosyal ilgi alanları takip etmektedir. Takip edilen/Üye olunan grup alanlarından da görüldüğü üzere siyasi gruplar ve dini gruplar çok daha düşük oranlarda kalmıştır.

Bu bölümde öğretmenlerin sosyal medyada ne tür kişisel bilgilerini paylaştıkları, bu ortamlar hakkındaki görüşleri, takip ettikleri grupların daha çok hangi alanlardan olduğu incelenmeye çalışılmıştır. Analiz sonuçlarında öğretmenlerin sosyal medyada dini kimlik, siyasi kimlik, takip ettikleri TV programları gibi alanlarda daha az bilgi paylaştıkları ve sosyal medyada bu alanları takip etmekten çekindikleri görünürken daha genel, herkes tarafından bilinme olasılığı yüksek olan isim, cinsiyet, ilişki durumu gibi alanlarda daha çok başka bir ifade ile rahatlıkla bilgi paylaştıkları görülmektedir. Öğretmenlerin sosyal medya kullanırken yaşadıkları bu mahremiyet endişeleri bir başka konunun önemini ortaya çıkartmaktadır. Kullanıcılarına bilgilerini paylaşma durumları ile ilgili farklı ayarlama seçenekleri sunan sosyal medya araçlarının güvenlik ayarları hakkındaki öğretmenlerin farkındalık durumları. Bir sonraki başlıkta ankette verdikleri yanıtlar doğrultusunda bu duruma ışık tutmaya çalışılmıştır.

5.4. Öğretmenlerin Güvenlik Ayarları Hakkındaki Farkındalık Durumları Nedir?

Katılımcıların; bazı bilgileri rahatlıkla bazı bilgileri ise çekinerek yani daha az paylaştıkları bulgusuna ulaşılmıştır. Paylaşım durumları, kullanıcıların bilgilerinin istemedikleri kişiler tarafından görünmesi ile ilişkili bir durumdur. Sosyal medya araçlarında paylaşılan unsurların belli kişilere açık, belli kişilere kapatmanızı sağlayan ve başka birçok açıdan hesabınızın güvende olmasını sağlayan sosyal medya güvenlik ayarları bulunmaktadır. Öğretmenlerin bu konu hakkındaki farkındalıklarını belirleyebilmek adına katılımcılara birkaç madde yöneltilmiştir. Yöneltilen ilk madde; öğretmenlerin mevcut sosyal medya güvenlik ayarları ile ilgili durumlarıdır. Katılımcılara öncelikle sosyal medya sitelerindeki mevcut güvenlik ayarlaması durumları sorulmuştur. Edinilen bulgular Çizelge 5.9'daki gibidir.

Çizelge 5.9. Öğretmenlerin sosyal medyada son yaptıkları güvenlik ayarlamaları (n=341)

| | <i>f</i> | % |
|---|----------|------|
| Sıkı (sadece arkadaşlarımın profilimi görmesine izin verdim, fakat arama sonuçlarında adımın çıkmasını engelledim) | 193 | 58 |
| Son derece sıkı (profil sayfamın görünümünü engelledim, arama sonuçlarında adımın çıkmasını engelledim, resimlerimi engelledim vb.) | 52 | 15,6 |
| Açık (ağdaki kişilerin hesabımı görmesine izin veriyorum ayrıca arama sonuçlarında adım listeleniyor) | 48 | 14,4 |
| Hiçbir fikrim yok | 30 | 9 |
| Son derece açık (isteyen herkes profilimi görebilir) | 10 | 3 |

Çıkan sonuçlardan da görüldüğü gibi katılımcıların büyük çoğunluğu profillerini sadece arkadaşlarının görmesine izin vermekte fakat arama sonuçlarında adının çıkmasını engellemektedir. Diğer katılımcıların yaklaşık yarı yarıya oranlarda ya çok sıkı güvenlik ayarı yaptığı ya da tamamen açık ve bu konuda herhangi bir fikri olmadığı görünmektedir. Öğretmenlerin sosyal medyadaki güvenlik ayarları ile ilgili farkındalık sahibi olduğunu destekleyen bir diğer maddenin sonuçları da Çizelge 5.10'daki gibidir.

Çizelge 5.10. Öğretmenlerin güvenlik ayarları ile ilgili güncellemeleri takip oranları (n=341)

| | <i>Ortalama (\bar{x})</i> | <i>sd</i> |
|--|--|-----------|
| Hesaplarımın güvenlik ayarlarını kontrol ederim. | 1,78 | ,917 |
| Güvenlik ayarları ile ilgili gelişmeleri takip ederim. | 1,95 | ,952 |
| Sosyal medyadaki gizlilik sözleşmelerini okurum. | 2,18 | 1,02 |

Katılımcılar, genel olarak hesaplarının güvenlik ayarlarını kontrol ettiklerini ($\bar{x}= 1,78$) ve güvenlikle ilgili gelişmeleri takip ettiklerini ($\bar{x}= 1,95$) belirtmişlerdir. Ancak sosyal medyadaki güvenlik ile ilgili sözleşmelerin okunması konusunda oranın biraz daha düştüğü gözlenmektedir ($\bar{x}= 2,18$).

Sosyal medya hesaplarındaki gizlilik ayarları ve endişeleri ile ilgili olarak katılımcıların düşüncelerini ortaya çıkarma amacıyla da beşli likert tipinde bir madde daha hazırlanmıştır. Çıkan bulgular Çizelge 5.11'deki gibidir.

Çizelge 5.11. Öğretmenlerin sosyal medyadaki gizlilik-güvenlik endişeleri (n=341)

| | <i>Ortalama (\bar{x})</i> | <i>sd</i> |
|---|--|-----------|
| Sosyal medya kullanırken gizlilik ile ilgili riskler olduğunu düşünüyorum. | 3,95 | 1,08 |
| Bazı sosyal medya ortamlarının kişisel bilgilerimi üçüncü parti unsurlarla (şahıs ya da şirket) paylaştığını düşünüyorum. | 3,50 | 1,10 |
| Sosyal medyadaki hesapların gizlilik ayarlarının yeterince net ve anlaşılır olduğunu düşünüyorum. | 2,99 | 1,17 |

Sonuçlara bakıldığında katılımcıların büyük çoğunluğunun sosyal medyanın gizlilik ile ilgili riskler taşıdığı konusunda hemfikir olduğu görünmektedir. Yine genel olarak sosyal medyadaki kişisel bilgilerin üçüncü parti yazılımlarla paylaşıldığını düşünmektedirler. Üçüncü parti yazılımlar, sizden herhangi bir onay almadan arka planda çalışarak bilgilerinizi kopyalayan yazılımlar olarak düşünülebilir. Bunun yanında katılımcıların ortalama yarısı gizlilik ile ilgili ayarların yeterince anlaşılır olmadığı yönünde fikir beyan etmişlerdir. Bu maddenin ardından iki katılımcı da aşağıdaki belirtilen görüşlerini yazarak sosyal medyadaki paylaşımlar konusundaki endişe ve rahatsızlıklarını dile getirmişlerdir. Yirminci katılımcı özellikle sosyal medyada istediği gibi paylaşım yapamadığını ve paylaşım yaparken belirli kısıtlamalara gittiğini açık bir şekilde vurgulamıştır:

“Paylaştığımı kesinlikle düşünüyorum ve ona göre paylaşımlarımda kısıtlamalara gidiyorum bazı konularda.” (K 20)

“Bir arkadaşımın beğendiği resmimi onun kendi sayfasında çıktığında ve arkadaşları gördüğü için 3. kişilerin görmesinden rahatsız oluyorum.” (K 295)

Sosyal medyada oluşabilecek bir başka endişe konusu da bu ortamlardaki arkadaş ve takipçiler hakkındaki endişelerdir. Bu konu hakkında endişeleri daha detaylı olarak açığa çıkarabilmek için oluşturulan anket maddesinin verileri Çizelge 5.12’deki gibidir.

Çizelge 5.12. Öğretmenlerin sosyal medyadaki arkadaş/takipçi endişeleri (n=341)

| | <i>Ortalama (\bar{x})</i> | <i>sd</i> |
|---|--|-----------|
| Bana ürün/hizmet satmaya çalışan bir şirket olabilir. | 2,20 | ,939 |
| Devletin bir gözlemcisi olabilir. | 1,91 | ,887 |
| İlerideki potansiyel işverenim olabilir. | 1,47 | ,698 |
| Potansiyel eş adayım olabilir. | 1,37 | ,694 |

Katılımcılar en çok sosyal medyadaki arkadaş/takipçilerinin ticari amaçlı ürün veya hizmet satmaya çalışan kişiler olabileceğini düşünmektedirler. Devletin bir gözlemcisi olma fikri de yine katılımcılar arasında “olabilir” ifadesine en yakın ortalamaya sahiptir. Ancak ilerideki işveren ve potansiyel eş adayı olma ihtimallerinin düşük olduğunu belirtmektedirler.

Tüm bu gizlilik ile ilgili endişe ve güvenlik ayarları ile ilgili farkındalıklarının ardından öğretmenlerin sosyal medyada ne sıklıkla paylaşım yaptıkları belirlenmek istenmiştir. Yapılan paylaşım oranlarının ortalama ve standart sapmaları Çizelge 5.13’deki gibidir.

Çizelge 5.13. Öğretmenlerin sosyal medyadaki etkinlik oranları (n=341)

| | <i>Ortalama (\bar{x})</i> | <i>sd</i> |
|--|--|-----------|
| Sayfadaki gönderileri beğenirim. | 2,11 | ,802 |
| İlgilendiğim gönderilere yorum yazarım. | 2,33 | ,793 |
| Hesaplarımda fotoğraf, video vb. paylaşırım. | 2,39 | ,786 |
| Gittiğim yerleri sosyal medya hesaplarımda paylaşırım. | 2,79 | ,925 |

Tabloda verilen değerlere bakıldığında katılımcıların en çok sayfalarındaki gönderilere beğeni bıraktığı görülmektedir bunu gönderilere yorum yazma,

hesaptan fotoğraf/video paylaşma ve gidilen yerleri sosyal medya hesaplarında etiketleme davranışları takip etmektedir.

Bu bölümde, öğretmenlerin sosyal medyadaki güvenlik ayarları konusunda genel olarak fikir sahibi olduğu ve gizlilik ve güvenlik ile ilgili gelişmeleri takip ettikleri bulgusuna ulaşılmıştır. Bunun yanında internetteki takipçilerinin ticari amaçlı, ürün satmaya çalışan kişiler veya devletin bir gözlemcisi olabileceğini de belirtişlerdir. Katılımcılar genel olarak sosyal medya hesaplarındaki gönderilere ifade bıraktıklarını ancak kendi paylaşım oranlarının daha düşük olduklarını belirtmişlerdir. Tüm bu sosyal medya tecrübeleri bazı katılımcılarda aktif olan hesaplarını, sosyal medya kullandıkları herhangi bir dönemde kapatma isteği doğurmuştur. Bir sonraki bölümde öğretmenlerin sosyal medya hesaplarını kapatmaları ile ilgili durumları incelenmeye çalışılmıştır.

5.5. Öğretmenlerin Sosyal Medya Hesaplarını Kapatma Oranları ve Nedenleri

Son olarak araştırma kapsamında incelenmek istenen bir diğer konu da öğretmenlerin sosyal medyayı kullandıkları herhangi bir dönemde hesaplarını kapatmayı düşünüp düşünmedikleri ile ilgilidir. Katılımcıların %66,9'u (n= 228) sosyal medya hesaplarını kullandıkları herhangi bir dönemde kapatmayı düşünmüştür. Sosyal medya hesaplarını kapatmayı düşünen katılımcılara bu durumun sebebi altı farklı seçenek altında sınıflandırılarak sorulmuş ve durumun kaynağı analiz edilmek istenmiştir. Çıkan sonuçlar Çizelge 5.14'deki gibidir.

Çizelge 5.14. Öğretmenlerin sosyal medya hesaplarını kapatma nedenleri (n=341)

| | <i>Kişi Sayısı (n)</i> | <i>%</i> |
|--|------------------------|----------|
| Çok fazla zamanımı alıyor | 101 | 29,6 |
| Diğer | 56 | 16,4 |
| Sıkıcı buldum | 51 | 15 |
| İzlendiğimi düşündüm | 11 | 3,2 |
| Hakarete uğradığım | 3 | 1 |
| Paylaşım larıma/Yorum larıma olumsuz eleştiriler aldım | 2 | 0,6 |

Bulgular göstermektedir ki, katılımcıların büyük çoğunluğu sosyal medyanın fazla zaman aldığını düşündükleri için kapatmayı düşünmektedirler, bu

oranı farklı nedenlerle kapatmayı düşünenler takip etmektedir. Ardından bu ortamların sıkıcı olduğunu, bu araç üzerinden izlendiğini düşünenler gelmektedir. Bunun yanında hakarete uğradığı veya olumsuz eleştiriler aldığı için de sosyal medya hesaplarını kapatmayı düşünen katılımcılar bulunmaktadır.

Bu bölümde öğretmenlerin ankete verdikleri sonuçlar derlenmiş ve beş başlık altında incelenmeye çalışılmıştır. Öncelikle katılımcıların edinilen bulgular ışığında yoğun bir sosyal medya kullanımları olduğu söylenebilir. Öğretmenler; sosyal medya hakkında genelde olumsuz etkileri olduğu konusunda fikir belirtmiş ancak katılımcıların büyük çoğunluğu da kullanım şekil ve amacına bağlı olarak aracın yararının değişebileceğini belirtmişlerdir. Bunun yanında öğretmenler sosyal medyada; isim, yaşanılan şehir, ilişki durumu gibi genel bilgileri daha çok paylaşırlarken; toplum tarafından potansiyel damgalayıcı olan siyasi ve dini kimlik, milli görüş gibi bilgileri daha az paylaşmaktadırlar. Benzer şekilde din, siyaset ve milliyet temalı grupları da takip etme oranları düşüktür. Sosyal medyaya güvenmedikleri paylaşım oranları ile ortaya çıkarken öğretmenlerin sosyal medyadaki gizlilik ayarları hakkında farkındalık sahibi oldukları da yine edinilen bulgular arasındadır. Ancak katılımcıların büyük bir çoğunluğu sosyal medya kullandıkları herhangi bir dönemde hesaplarını kapatmayı düşünmüşlerdir. Katılımcılar genel olarak bu durumun sebebini sosyal medyanın çok fazla zaman alması olarak ifade etmişlerdir. Edinilen tüm bulgular sonucunda çıkan sonuç ve alan-yazındaki diğer çalışmaların sonuçları ile elde edilen sonuçların karşılaştırılması ve bu araştırma sonunda geliştirilmeye açık alanlar için yapılan öneriler bir sonraki bölümde yer almaktadır.

6. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Değerlendirmede kullanılan tekniğe bakılmaksızın, sonuçları yorumlamak önemlidir. Ölçme ve sayma, istatistik verileri ortaya koymakla çalışmanın bittiği değil, henüz başladığı düşünülmelidir (Varış, 1971). Buradan hareketle, araştırmanın bulguları alanyazın doğrultusunda tartışılmış ve yorumlanmaya çalışılmıştır. Ulaşılan sonuçlar doğrultusunda önerilerde bulunulmuştur.

6.1. Sonuç ve Tartışma

6.1.1. Öğretmenlerin sosyal medya kullanım durum ve alışkanlıklarına ilişkin sonuç ve tartışma

Edinilen bulgularda, katılımcıların %93'ünün bir Facebook hesabı bulunmaktadır. Bu bulgu 2010 yılında ABD'de yapılan bir araştırmayı da destekler niteliktedir. İlgili araştırmada öğretmenlerin %91'inin Facebook hesabı olduğu sonucuna ulaşılmıştır (MMS Education, 2010). Buradan hareketle, öğretmenlerin Facebook kullanım oranları farklı kültür ve yıllar olmasına rağmen aynı yoğunlukta devam ettiği söylenebilir. Öğretmenlerin sık kullandıkları sosyal medya araçlarından bir diğeri de %50 (n=170) oranla Twitter'dır. Bu veri Sumuer vd. (2014) yaptıkları araştırmada öğretmenlerin %52,6'sının Twitter kullandığı bulgusu ile çok yakın oranlardadırlar. Ayrıca anket sonucu Google+ için ulaşılan %42 (n=143) bulgusu da Sumuer vd.'lerinin Google+ için buldukları %42,7 oran ile örtüşmektedir. Üye olunan sosyal medya sitelerinin yanında edinilen bir başka bulgu da katılımcıların %72'si (n=247) 5 yıl veya daha fazla süredir sosyal ağlara üye olmasıdır. Bu veri de katılımcıların büyük çoğunluğunun bu ortamlara oldukça alışık oldukları ve uzun yıllardır sosyal medya kullandıkları yönünde bir çıkarımda bulunulmasını sağlamaktadır. Tüm bu veriler Türkiye'deki öğretmenlerin büyük bir çoğunluğunun uzun yıllardır sosyal medya kullandığını ve sosyal medya ortamları ile tanışık olduğunu göstermektedir.

Edinilen bulgulardan bir diğeri de öğretmenlerin sosyal medya hesaplarını takip etme süreleri ile ilgiliydi. Özellikle mobil teknolojiler ile takip edilmesi çok

kolaylaşan sosyal medya; katılımcıların %61'i (n=209) tarafından haftanın her günü takip edilmektedir. Ziyaret edilen gün sayısının ortalamasına bakıldığında ise öğretmenlerin haftanın ortalama 6,5 günü sosyal medyayı ziyaret ettikleri görülmektedir. Bu sonuçlardan yola çıkarak sosyal medyanın öğretmenler için bir alışkanlık haline geldiği söylenebilir bu bulgu Samuer vd. (2014) ve Tonbuloğlu ve İşman (2014) bulguları ile de örtüşmektedir.

Katılımcıların en sık kullandıkları sosyal ağda ortalama 382 arkadaş/takipçileri bulunmaktadır. 2016 dünya ortalamasına bakıldığında standart bir Facebook kullanıcısının ortalama 155 arkadaş/takipçisi olduğu görülmektedir (Knapton, 2016). Bu rakam ile karşılaştırıldığında; katılımcıların arkadaş/takipçi sayılarının dünya ortalamasının çok üzerinde olduğu söylenebilir ancak 2014 yılı verilerine bakıldığında standart Facebook kullanıcılarının ortalama 350 arkadaş (Portal, 2014) olduğu da edinilen bir başka istatistiki bilgidir. Bu değerler karşılaştırıldığında Türkiye'deki öğretmenlerin ortalama arkadaş ve takipçi sayılarının 2014 yılı dünya ortalamasında olduğu söylenebilir. Bu durum ile ilgili sağlıklı bir görüşe ulaşılabilmesi için Türkiye'deki öğretmenlerin ortalama arkadaş/takipçi sayıları ile dünyadaki öğretmenlerin ortalama değerlerine bakılmalı ve aralarında anlamlı bir fark olup olmadığı incelenmelidir.

Türkiye'deki öğretmenlerin büyük bir kısmı uzun yıllardır sosyal medyayı kullanan ve sosyal medya kullanmayı günlük alışkanlıkları haline getirmiş kullanıcılarıdır. Bu aracı tanımaları, kişisel ve mesleki gelişimleri açısından oldukça önemli olduğu için bu durumun öğretmenler açısından bir avantaj olduğunu söylemek mümkündür. Aynı zamanda bu sonuçlar eğitim-öğretim sürecinin zaman ve mekândan bağımsız olarak planlanmaya çalışıldığı 2016 dünyasında özellikle iletişim ve organizasyon noktasında büyük yardımcımız olacağı düşünülen sosyal medya araçlarının öğretmenler açısından kullanımında da kolaylık olacağı şeklinde yorumlanabilir. Bundan sonra yapılacak araştırmalarda öğretmenlerin sosyal medya kullanımlarını nasıl bir avantaja çevirebileceği araştırılmalıdır. Bu noktada öğretmenlerin sosyal medya hakkındaki düşünceleri önem taşımaktadır.

6.1.2. Öğretmenlerin sosyal medya hakkındaki düşüncelerine ilişkin sonuç ve tartışma

Bu araştırmada incelenen bir diğer konu da öğretmenlerin sosyal medya hakkındaki düşünceleridir. Araştırma sonucunda katılımcıların %93,5 oranında sosyal medyanın hem olumlu hem de olumsuz yanları olduğunu düşündükleri bulgusuna ulaşılmıştır. Bunun yanında katılımcılar, sosyal medyanın nasıl ve ne amaçla kullanıldığına vurgu yapmışlardır. Tombuloğlu ve İşman (2014) yaptıkları araştırmada öğretmenlerin sosyal medya ile ilgili genel olarak olumlu görüş bildirdiğini, düşük bir oranda da olumsuz görüş bildirdiğini belirtmişlerdir. Bu noktada iki araştırmanın farklı bulgulara ulaştığı söylenebilir. Bunun yanında katılımcılara sosyal medya ile ilgili düşünceleri sorulduğunda genel olarak sosyal medyanın insanı yalnızlaştırdığı, nesiller arasındaki uçurumu büyüttüğü yönünde görüş bildirdikleri görülmüştür. Castells (2013) akademik araştırmaların belli koşullar altında, internet kullanımının yalnızlığı, yabancılaşma duygularını hatta depresyonu derinleştirdiğini belirtmiştir. Günümüzde internet kullanımı sosyal medya kullanımından ayrı düşünülmemeyeceği için bu araştırmanın sosyal medyayı da kapsadığı düşünülebilir ve katılımcıların verdikleri yanıtlar da Castells'in bu tezini destekler niteliktedir. Adında “sosyal” geçen bir ortamın insanları yalnızlaştırdığının düşünülmesi ilginçtir. Buradan yola çıkarak insanların sanal ilişkileri gerçek ilişkiler ile eş görmediği sonucuna ulaşılabılır.

Öğretmenlere yöneltilen bir başka soru da bir öğretmen olarak sosyal medya kullanmalarının gerekli olduğunu düşünüp, düşünmedikleri ile ilgiliydi. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu bu ortamların bir ihtiyaç olduğunu ve birçok açıdan çok kullanışlı bir araç olduğunu dile getirmişlerdir. Bu düşünce Grant'ın (2008) öğretmenlerin hem kişisel hem de profesyonel gelişim anlamında sosyal medyayı mutlaka kullanmalarının gerekliliği görüşüne uygun olduğu görünmektedir. Araştırma sonucunda öğretmenler gelişim, çağı yakalamak ve öğrencileri ile aynı dili konuşabilmek gibi nedenlerle sosyal medyanın bir gereklilik olduğuna vurgu yapmış ve öğretmen olarak sosyal medya kullanmaları gerektiğini düşündüklerini söylemişlerdir.

Özetle öğretmenler sosyal medyanın, kullanım amacına bağlı olarak faydalı ya da zararlı olduğunu düşünmektedirler. Ancak yapılan analizlerde katılımcılar sosyal medyanın insanları daha çok yalnızlaştırdığı yönünde görüş bildirmişlerdir. Bunun yanında gelişen teknolojiyi yakalamak adına bir öğretmen olarak da sosyal medya kullanmaları gerektiği konusunda bir fikir birliğinde olduklarını söylemek mümkündür. Öğretmenler sosyal medyanın kullanılması gerektiğini desteklerken önemli bir soruyla da karşı karşıya kalmaktadırlar: Öğretmenler sosyal medyada ne kadar kendileri gibi yer almakta ve paylaşım/beğeni/takip yapabilmektedirler? Bir sonraki başlıkta bu sorun tartışılmaya çalışılmıştır.

6.1.3. Öğretmenlerin sosyal medyada kendileri olarak yer alma durumlarına ilişkin sonuç ve tartışma

Bu başlıkta katılımcıların; sosyal medyada kendi görüş, düşünce ve bilgilerine dair ne kadar bilgi paylaştıkları başka bir ifade ile sosyal medyada ne kadar kendileri gibi yer aldıklarına ilişkin sonuçlar tartışılmaktadır bu doğrultuda katılımcı öğretmenlerin hangi görüş, düşünce ve bilgilerini daha çok hangilerini ise daha az paylaştıkları ve edinilen bulgular doğrultusunda bir sonuca ulaşılmaya çalışılmıştır.

Edinilen bulgular; öğretmenlerin isim, yaşadıkları şehir, cinsiyet, doğum günü ve ilişki durumu gibi sosyal çevresi tarafından daha sıklıkla bilinen kişisel bilgilerini daha çok paylaştığını; milliyeti, dini inancı, siyasi tercihi gibi potansiyel damgalanma riski olan bilgilerini daha az paylaştıkları yani paylaşırken çekindikleri görülmektedir. Bu bulgu Tonbuloğlu ve İşman (2014), Samuer vd. (2014), Tüfekçi (2008) araştırmalarını da destekler niteliktedir. Bunun yanında sosyal medya hesaplarından hiçbir bilgi paylaşmayan katılımcıların da oranının (%7,9) azımsanmayacak derecede olduğu görülmektedir. Hiçbir bilgilerini paylaşmayan katılımcı oranı; dini inanç, siyasi tercih, milliyet gibi bilgileri paylaşan katılımcı oranının yaklaşık iki katıdır (bkz. Çizelge 5.6). Tonbuloğlu ve İşman'ın araştırmalarında katılımcıların siyasi konuları sosyal medya üzerinden paylaşmakta çekindiklerini özellikle vurgulamışlardır bu açıdan da iki çalışmanın birbirini desteklediği görülmektedir. Bu bulgular insanların ötekileştirilmesi

kaygısı taşıdığını ve görüş, inanç ve düşüncelerini paylaşmaktan özellikle çekindiklerini göstermektedir. Bireylerin sosyal medyada kendilerini ifade etme yöntemlerinden birisi de takip ettikleri gruplardır. Beklenildiği gibi en çok takip eğitim alanında yapılmaktadır bunun yanında katılımcıların yine siyasi gruplar ve dini grupları takip oranının çok düşük oranlarda kaldığı görünmektedir, bu da Samuer vd. (2014) araştırmasını destekler niteliktedir.

Öğretmenlere sosyal medyada kendileri olarak yer alma durumları ile ilgili bir diğer önemli bulgular *öğretmenlerin sosyal medyadaki etkinlikleri hakkındaki düşünceleri* anket maddesinden gelmektedir (bkz. Çizelge 5.7.). Öğretmenler burada en yüksek ortalamayı “sosyal medyada düşündüğüm gibi görünmekten çekinmem” ifadesine vermişlerdir ($\bar{x}= 3,52$) ancak bu durumda bile katılımcıların kararsız bir ortalama da kaldıkları ve sosyal medyada düşündükleri görünmek konusunda çekinceli oldukları görülmüştür. Aynı maddede öğretmenler sosyal medyada “ötekileştirilme” endişesi taşıdıklarını bu nedenle rahat paylaşım yapamadıklarını, gönderilerin altına yorum yazarken sonrasında ne olacağı ile ilgili endişeler taşıdıklarını, istedikleri sosyal medya grubuna düşünmeden üye olmadıkları ve sosyal medyada rahatlıkla düşüncelerini paylaşmadıklarını belirtmişlerdir.

Çıkan sonuçlardan görüldüğü üzere öğretmenler toplum tarafından genel olarak bilinen isim, yaşanan şehir, ilişki durumu gibi bilgilerini rahatlıkla paylaşırken; potansiyel olarak damgalanma riski olan milliyet, siyasi ve dini görüş gibi bilgilerini daha az paylaşmakta ve sosyal medyada bu grupları çok az takip etmektedirler. Bu da öğretmenlerin sosyal medyayı istedikleri gibi kullanamadıklarının ve bu araçları kullanırken yaşadıkları çekinceler hakkında önemli ipuçları vermektedir. Öğretmenler kişisel görüş ve düşüncelerinin ifşa olmasından çekinmekte ve bu görüşleri dolayısı ile karşılaşacakları muameleler hakkında endişe duymaktadırlar. Burada Qualman’ın (2012) ifade ettiği öğretmenlerin sosyal medya hesaplarını parti ve iş kişiliği olarak kullanmama durumlarının asıl sebebi de ortaya çıkmaktadır. Kullanıcılar yaşadıkları mahremiyet ve ötekileştirilme endişeleri dolayısı ile sosyal medyada yaptıkları paylaşımlarda kısıtlamalara gitmekte ve sosyal medya hesaplarını sadece özel

yaşamından ya da sadece mesleki amaçlı kullanmaya çalışmaktadırlar. Bunun yanında öğretmenler sosyal medyada paylaşım yaparken çekindiklerini, sonrasında ne olur endişesi ile sosyal medyadaki birçok etkinlikleri de kısıtladıklarını belirtmişlerdir. Tüm bu sonuçlar öğretmenlerin sosyal medya kullanırken yaşadıkları çeşitli endişeler olduğu göstermektedir. Genel olarak öğretmenlerin sosyal medya kullanmaktan çekinmelerine yol açan bu durum öğretmenlerin bir konuda daha farkındalık sahibi olmalarını gerektirmektedir. Sosyal medyada güvenlik ayarlamaları ve öğretmenlerin farkındalık durumları bir sonraki başlıkta tartışılmaya çalışılmıştır.

6.1.4. Öğretmenlerin güvenlik ayarları hakkındaki farkındalık durumlarına ilişkin sonuç ve tartışma

Günümüzde kullanılan sosyal medya araçları, birçok seçenek ayarlaması ile kullanıcılarına kişisel bilgilerini paylaşma veya saklama olanağı sunmaktadır. Araştırma sonucunda çıkan sonuçlar öğretmenlerin yarısından fazlasının (%58) profillerini sadece arkadaşlarının görmesine izin verdiğini göstermektedir. Çıkan bu oran öğretmenler arasında gizlilik ayarları konusunda bir farkındalık olduğu şeklinde yorumlanabilir. Öğretmenlerin bilgi paylaşma konusunda sosyal medyada çekinceli davranmalarının da bu farkındalığı olumlu yönde etkilediği düşünülmektedir. Öz (2014) araştırmasında; sosyal medyada mahremiyet endişesi yaşayan öğrencilerin gizlilik konusunda daha sıkı davrandıkları sonucuna ulaşmıştır, aynı bakış açısı ile sosyal medya kullanımı konusunda endişe yaşayan öğretmenler de güvenlik ayarlamaları konusunda daha sıkı davranmaktadırlar.

Araştırmada edinilen bulgular, katılımcıların genel olarak güvenlik ayarlarını kontrol ettikleri ve güvenlikle ilgili gelişmelerden haberdar oldukları yönündedir. Aynı zamanda öğretmenler genel olarak sosyal medya kullanırken riskler olduğunu düşünmekte ve kişisel bilgilerinin üçüncü parti unsurlarla paylaşıldığını düşünmektedirler (bkz. Çizelge 5.11). Bu nedenle katılımcılar özellikle sosyal medyada istediği gibi paylaşım yapamadıklarını ve paylaşım yaparken belirli kısıtlamalar getirdiklerini belirtmişlerdir. Sreevanisan'ın (Euronews, 2013) attığı bir tweet için harcadığı süre düşünüldüğünde yaşanan

endişenin aynı olduğu anlaşılmaktadır. Bu durum kişisel bilgilerini sosyal medyada az paylaşma durumlarını da destekleyen bir görüştür. Öğretmenler sosyal medyada yaptıkları paylaşımların gizliliğine güvenmemekte dolayısı ile bu ortamları kullanmak konusunda çekinceler yaşamaktadırlar.

Edinilen bulgulardan bir diğeri de katılımcıların sosyal medya ortamlarındaki takipçileri ile ilgilidir. Katılımcılar bu ortamlardaki arkadaş/takipçilerinin ticari amaçlı ürün veya hizmet satmaya çalışan kişiler olabileceğinden şüphelenmektedirler. Bu endişeyi “arkadaşım/takipçim devletin bir gözlemcisi olabilir” fikri takip etmektedir. Ancak katılımcılar sosyal medyadaki arkadaş/takipçilerinin ilerideki potansiyel işveren ve eş adayı olma ihtimallerinin düşük olduğunu belirtmektedirler. Bu iki seçenektan potansiyel eş adayı olma ihtimali düşüncesinin düşük bir ortalama kalmamasının nedeni, katılımcıların yaş ortalamaları, dolayısı ile evli olma ihtimallerinin yüksek olması ile ilgili olabileceği düşünülmektedir. İkinci seçenek olan sosyal medyadaki arkadaş/takipçinin ilerideki potansiyel işveren ihtimalinin öğretmenler tarafından düşük görünmesinin sebebi olarak da Türkiye’de öğretmenlerin genel olarak kamuda istihdam edilmeleri ve iş bulma sürecinin merkezi bir sınav ile gerçekleşiyor olması şeklinde yorumlanabilir. Tüfekçi (2008) yaptığı araştırmada erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre sosyal medyadaki arkadaş/takipçilerinin “devletin bir gözlemcisi olması” konusunda daha endişeli olduğu sonucuna ulaşmıştır. Ancak bu araştırmada kadınların ($\bar{x}= 1,87$) erkeklerle ($\bar{x}= 1,97$) ortalama aynı endişe düzeyine sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bu noktada iki araştırmanın farklı sonuçlara ulaştığını söylemek mümkündür.

Çıkan sonuçlar öğretmenlerin genel olarak sosyal medyadaki gizlilik ayarları hakkında farkındalık sahibi olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda katılımcıların sosyal medyada düşünerek paylaşım yaptığı, paylaşım yapmaktan çekindiği ve sosyal medyadaki arkadaş/takipçileri konusunda da bazı endişeleri olduğu yine çıkan sonuçlardan görülmektedir. Öğretmenler yaşadıkları endişeler nedeni ile sosyal medyadaki güvenlik ile ilgili gelişmeleri takip etmekte ve genel olarak profillerini sadece arkadaşlarının görmelerine izin vermektedirler. Bu konuda öğretmenlerin farkındalık sahibi olmaları hem kişisel hesapları açısından

hem de öğrencilere rehberlik ederek, öğrencileri bu konuda bilinçlendirebilmeleri açısından son derece önemlidir. Tüm bu güvenlik farkındalıklarına rağmen öğretmenler sosyal medya hesaplarını, sahip oldukları herhangi bir dönemde kapatmayı da düşünebilmektedirler. Bir sonraki başlıkta öğretmenlerin sosyal medya hesaplarını kapatma durumlarına ve nedenlerine değinilmeye çalışılmıştır.

6.1.5. Öğretmenlerin sosyal medya hesaplarını kapatma oran ve nedenlerine ilişkin sonuç ve tartışma

Bu araştırmada katılımcılara uygulanan anketin sonunda daha önce sosyal medya hesaplarını kapatmayı hiç düşünüp düşünmedikleri sorulmuştur. Katılımcıların %66,9'u (n= 228) sosyal medya hesaplarını kullandıkları herhangi bir dönemde kapatmayı düşündüğünü belirtmiştir. Bunun yanında öğretmenler en çok sosyal medyayı bir “zaman kaybı” olarak nitelendirmiş ve bu nedenle hesaplarını kapattıklarını belirtmişlerdir. Bu bulgu Tonbuloğlu ve İşman (2014) bulguları ile örtüşmektedir. Göker vd. (2010) 486 üniversite öğrencisi ile yaptıkları araştırmada öğrencilerin sosyal medya hesaplarını kapatma nedeni/gerekçesi olarak çok fazla zaman aldığını belirtmişlerdir. Bu araştırmalara bakarak farklı yaş ve meslek gruplarında olmalarına rağmen sosyal medyada yer alma ve zaman geçirmenin öğretmenler tarafından bir “zaman kaybı” olarak görüldüğünü söylemek mümkündür.

Sosyal medyanın bir zaman kaybı olarak algılanmasının en büyük nedeni nitelikli olmayan içerikler olduğu düşünülebilir. Özellikle öğretmenler sosyal medyayı eğitim-öğretim sürecine entegre etmek için sosyal medyada öğretim etkinlikleri planlayabilir, bu sayede sosyal medyada geçirilen süre nitelikli bir hale getirilerek bir zaman kaybı olarak algılanmasının önüne geçilmiş olur. Sosyal medyanın bir zaman kaybı olarak algılanmasının yanında, bu ortamların sıkıcı bulunması, takip edilme hissi ve diğer nedenler dolayısı ile de öğretmenler, sosyal medya hesaplarını kullandıkları herhangi bir dönemde kapatmayı düşünmüşlerdir.

Sonuç olarak sosyal medya öğretmenler ve öğrenciler tarafından yaygın olarak kullanılmaktadır. Ancak hem öğretmenler hem de öğrenciler bu ortamları daha çok boş zaman değerlendirme etkinliği olarak görmekte ve bu ortamlarda geçirilen süreleri bir zaman kaybı olarak algılamaktadırlar. Bunun yanında sosyal medyanın ücretsiz olması ve birçok olanak sunması nedeni ile özellikle eğitim-öğretim süreci için önemli bir değerdir ve eğitimciler bu araçtan daha çok yararlanmanın yollarını aramalıdırlar. Avrupa'nın 2020 eğitim hedefine bakıldığında sosyal medyanın özellikle dört açıdan önemine vurgu yapılmaktadır: (1) Yeniliği ve yaratıcılığı artırması, (2) eğitim çıktılarının kalite ve etkisinin iyileştirilmesi, (3) yaşam boyu öğrenme ve öğrenci hareketliliğini gerçeğe dönüştürmesi, (4) eşitlik ve aktif vatandaşlık (Redecker, Ala-Mutka ve Puni, 2010). Bu noktada kurumlar ve yöneticiler sosyal sorumluluk projeleri ile vatandaşlara örnek olmalı ve eğitim sisteminin gittiği noktada aileleri bilinçlendirmelidir. Yaygın kullanılan sosyal medya araçlarının çocukların ve gençlerin bir avantajı haline gelmesi hem toplumun hem de eğitimin geleceği açısından önemli olduğu açıktır. Bilinçli sosyal medya kullanımı sayesinde öğrenciler başka ülkelerdeki akranları ile kolaylıkla iletişim kurabilir, ortak projeler geliştirilebilir ve böylece dünyanın farklı coğrafyalarından bireylerin ortak bilgi üretmesi sağlanabilir. Aynı şekilde öğretmenlerin de farklı dil ve kültürdeki öğretmenlerle kolaylıkla iletişim ve paylaşım yapma olanağı olan sosyal medya ile mesleki gelişim fırsatlarının artırılacağı düşünülmektedir.

Tüm bu olanaklardan yararlanılması için öğretmenlerin sosyal medyayı özgürce kullanmaları ve tanınmaları gerekmektedir. Ancak öğretmenlerin de sosyal medyadaki paylaşımları konusunda rahat/özgür hissetmedikleri araştırmanın önemli bir bulgusu olarak karşımızda durmaktadır. Bu noktada öğretmenlerin sosyal medyadaki endişelerini ortadan kaldırmak için ne gibi çalışmalar yapılabileceği düşünülmeli ve öğretmenlerin sosyal medyayı daha özgürce kullanarak yararlanmaları sağlanmalıdır.

6.2. Öneriler

Öğretmenlerin sosyal medya araçlarını kullanma durumları, paylaşım oranları, bu araçlar hakkındaki düşünceleri ve sosyal medya kullanırken yaşadıkları endişeler incelenmeye çalışılmış ve araştırmanın bundan önceki bölümlerinde aktarılmıştır. Bu araştırma sonucunda; ilgili alanın geliştirilmesi, öğretmenlerin sosyal medyayı kişisel ve profesyonel anlamda verimli kullanması, eğitim ve teknoloji entegrasyonu noktasında sosyal medya araçlarından yarar sağlanabilmesi için şu önerilerde bulunulabilir:

- Benzer çalışma farklı öğretmen grupları üzerinde, farklı branşlar, farklı öğretim düzeyleri ve farklı bölgelerde yapılabilir.
- Tüm Türkiye'yi kapsayacak türden çalışmalar yürütülebilir.
- Diğer ülkeler ile karşılaştırmalar yapılabilir.
- Farklı sosyal medya ortamları kapsamlı olarak incelenebilir.
- Sosyal medyada neden çok fazla paylaşım yapıldığının psikolojik yönü araştırılabilir.
- Öğretmenlerin sosyal medya ortamlarını eğitim sürecine dâhil etmesi ile ilgili örnek uygulamalar geliştirilebilir.
- Öğretmenlerin sosyal medyada daha nitelikli zaman geçirmesi için çalışmalar yürütülebilir.
- Araştırmadan elde edilecek sonuçlar doğrultusunda başka çalışmalarda öğretmenlerin daha bilinçli ve etkili sosyal medya kullanımları konusunda çalışmalar yapılması da sağlanabilir.

KAYNAKLAR DİZİNİ

- Acılar, A., Mersin, S.** (2015). Üniversite Öğrencilerinin Facebook Kullanımı İle Mahremiyet Kaygısı Arasındaki İlişki. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14 (54), 103-114.
- Ajjan, H., Hartshorne, R.** (2008). Investigating faculty decisions to adopt Web 2.0 technologies: Theory and empirical tests. *Internet and Higher Education* 11 (2008) 71–80.
- Asbury, K.,** (2014), “Judge consolidates class actions alleging Facebook used info from private messages”, <http://legalnewslines.com/stories/510517430-judge-consolidates-class-actions-alleging-facebook-used-info-from-private-messages> (Erişim Tarihi: 9 Kasım 2016).
- Ateş, M., Balaban, S. ve Çelikkanat, A.** (2012). İlk ve Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Paylaşım Sitelerine İlişkin Tutumları (Facebook Örneği).
- Alwagait, E., Shahzad, B. ve Alim, S.** (2015). Impact of social media usage on students academic performance in Saudi Arabia. *Computers in Human Behavior*, 1092-1097.
- Anderson, P.** (2007). What is Web 2.0? Ideas, technologies and implications for education. *JISC Technology and Standards Watch*, 1-56.
- Badoo,** (2016), “Badoo” <https://team.badoo.com/> (Erişim Tarihi: 26 Eylül 2016)
- Belch, H. E.** (2012). Teachers Beware! The Dark Side of Social Networking. *Canada: Learning & Leading with Technology*.
- Benetoli, A., Chen, T. ve Aslani, P.** (2015). The use of social media in pharmacy practice and education. *Research in Social and Administrative Pharmacy*, 1-46.
- Bolkan, J.** (2015), “Research: 9 in 10 Teachers Don't Use Social Media in the Classroom”, <https://thejournal.com/articles/2015/09/02/research-9-in-10-teachers-dont-use-social-media-in-the-classroom.aspx> (Erişim Tarihi: 21 Şubat 2016)
- boyd, d. ve Ellison, N.** (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 210-230. doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x
- Buss, A. ve Strauss, N.** (2009). Online Communities Handbook. C.A.: New Riders.

KAYNAKLAR DİZİNİ (devam)

- Büyüköztürk, Ş.** (2005). Anket Geliştirme. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 133-148.
- Büyüköztürk, Ş.** (2007). Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı. Ankara: Pegem A. Yayıncılık
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F.** (2014). Bilimsel Araştırma Yöntemleri (17. b.). Ankara: Pegem Akademi.
- Cambridge Dictionary**, (2016), <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/awareness> (Erişim Tarihi: 14 Ekim 2016)
- Carpenter, J. P., Krutka, D.G.** (2014). How and Why Educators Use Twitter: A Survey of the Field. *Journal of Research on Technology in Education*, 46:4, 414-434, DOI: 10.1080/15391523.2014.925701
- Castells, M.** (2013). Ağ Toplumunun Yükselişi-Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür 1. Cilt. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Clark L.A., Roberts, S.J.** (2010). Employer’s Use of Social Networking Sites: A Socially Irresponsible Practice. *Journal of Business Ethics*, 95:507–525, DOI 10.1007/s10551-010-0436-y
- Çakmakçı, N.** (2016), “Prof. Dr. Erhan Erkut: Hızla değişen dünyada zekiler değil, değişime ayak uyduranlar kazançlı”, http://sosyal.hurriyet.com.tr/yazar/nuran-cakmakci_372/prof-dr-erhan-erkut-hizla-degis-en-dunyada-zekiler-degil-degisime-ayak-uyduranlar-kazancli_40034939 (Erişim Tarihi: 20 Şubat 2016)
- Çalışkan, K.** (2015), “Periscope üzerinde her gün ’40 yıllık’ video izleniyor”, <http://webrazzi.com/2015/08/13/periscope-uzerinde-her-gun-40-yillik-video-izleniyor/> (Erişim Tarihi: 25 Ekim 2016)
- Çetin, E.** (2009). Sosyal İletişim Ağları ve Gençlik: Facebook Örneği. Uluslararası Davraz Kongresi Bildiri Kitabı, (s. 1094-1105).
- Duggan, M. ve Brenner, J.** (2013, Şubat 14). The Demographics of Social Media Users — 2012. Washington, D.C., A.B.D.
- Euronews.** (2013), “Sosyal medya eğitim alanını da ele geçiriyor”, <http://tr.euronews.com/2013/05/17/sosyal-medya-egitim-alanini-da-ele-geciriyor/> (Erişim Tarihi: 21 Şubat 2016)
- Facebook.** (2016), “About”, <https://www.facebook.com/pg/facebook/about/> (Erişim Tarihi: 27 Ekim 2016)

KAYNAKLAR DİZİNİ (devam)

- Fehr, E., Bernhard, H. ve Rockenbach, B.** (2008). Egalitarianism in young children. *Nature*, 1079-1084.
- Flickr.** (2016), "About Flickr", <https://www.flickr.com/about> (Erişim Tarihi: 10 Ekim 2016)
- Fournier, A. ve Clarke, S.** (2011). Do College Students use Facebook to Communicate about Alcohol? An Analysis of Student Profile Pages. *Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*.
- Fox, A. ve Bird, T.** (2015). The challenge to professionals of using social media: teachers in England negotiating personal-professional identities. *Educ Inf Technol*. doi:10.1007/s10639-015-9442-0
- Glesne, C.** (2013). Nitel Araştırmaya Giriş. Ankara: ANI.
- Glesne, C. ve Peshkin, A.** (1992). Becoming Qualitative Researchers: An Introduction. London: Longman.
- Göker, G., Demir, M. Doğan, A.** (2010). Ağ Toplumunda Sosyalleşme Ve Paylaşım: Facebook Üzerine Ampirik Bir Araştırma. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 5 (2), 183-206.
- Grant, N.** (2008). On the Usage of Social Networking Software Technologies in Distance Learning Education. In K. McFerrin vd. (Eds.), Proceedings of Society for Information Technology and Teacher Education International Conference 2008. Chesapeake, VA: AACE. 3755-3759
- Hancock J.T., Dunham, P. J.** (2001). Language Use in Computer-Mediated Communication: The Role of Coordination Devices. *DISCOURSE PROCESSES*, 31(1), 91–110 DOI: 10.1207/S15326950dp3101_4
- Haverback, H. R.,** (2009). Facebook: Uncharted Territory in a reading education classroom. *Reading Today*, 27 (2), 34.
- Hidy, K. M. ve McDonald, M. S.** (2012). Risky Business: The Legal Implications of Social Media's Media's Increasing Role In Employment Decisions. *Journal of Legal Studies in Business*, 69-107.
- Instagram,** (2016), "About Us", <https://www.instagram.com/about/us/> (Erişim Tarihi: 27 Ekim 2016)
- Josefsson, P., Hrastinski, S., Pargman, D. ve Pargman, T.** (2016). The student, the private and the professional role: Students' social media use. *Educ Inf Technol*, 1583-1594. doi:10.1007/s10639-015-9403-7
- Kaplan, P.** (2016), "Dünyaca ünlü fütüristten inanılmaz kehanetler", <http://www.haberturk.com/gundem/haber/1220054-dunyaca-unlu-futuristten-inanilmaz-kehanetler> (Son Erişim Tarihi: 7 Kasım 2016)

KAYNAKLAR DİZİNİ (devam)

- Karasar, N.** (2003). Bilimsel Araştırma Yöntemi. (12. Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım
- Kemp, S.** (2016), “We Are Social”, <http://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2016> (Erişim Tarihi: 21 Mart 2016)
- Knapton, S.** (2016), “Facebook users have 155 friends - but would trust just four in a crisis”, <http://www.telegraph.co.uk/news/science/science-news/12108412/Facebook-users-have-155-friends-but-would-trust-just-four-in-a-crisis.html> (Erişim Tarihi: 07 Kasım 2016)
- Krutka, D. ve Carpenter, J.** (2016). Why Social Media Must Have a Place in Schools. Kappa Delta Pi Record, 6-10. doi:<http://dx.doi.org/10.1080/00228958.2016.1123048>
- Kuş, E.** (2007). Nicel-Nitel Araştırma Teknikleri: Sosyal Bilimlerde Araştırma Teknikleri Nicel mi? Nitem mi? Ankara: ANI Yayınları.
- Lenhart, A.** (2015), “Teens, Social Media & Technology Overview 2015”. <http://www.pewinternet.org/2015/04/09/teens-social-media-technology-2015/> (Erişim Tarihi: 07 Kasım 2016)
- Linkedin**, “About Us”, <https://www.linkedin.com/about-us> (Erişim Tarihi: 27 Kasım 2016)
- Linkedin**, “Sulia, Inc.” <https://www.linkedin.com/company/sulia-inc>. (Erişim Tarihi: 26 Kasım 2016)
- Litt, E.** (2013). Understanding social network site users’ privacy tool use . *Computers in Human Behavior*, 1649-1656.
- M.Kaplan, A. ve Haenlein, M.** (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 59-60.
- MEB, G. İ.** (2015). Bilinçli İnternet Kullanım Araştırması. İstanbul, Türkiye.
- MMS Education.** (2010). School Principals and Social Networking in Education: Practices, Policies, and Realities in 2010.
- Muijs, D., West, M. ve Ainscow, M.** (2010). Why network? Theoretical perspectives on networking. *School Effectiveness and School Improvement*, 5-26.
- O’Connor, K. ve Schmidt, G.** (2015). “Facebook Fired”: Legal Standards for Social Media–Based Terminations of K-12 Public School Teachers. *Journal of Workplace Rights*, 1-11.

KAYNAKLAR DİZİNİ (devam)

- Otrar, M. ve Argın, F.** (2014). Öğrencilerin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının Kullanım Alışkanlıkları Bağlamında İncelenmesi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 1-13.
- Öz, M.** (2014). Sosyal Medya Kullanımı ve Mahremiyet Algısı: Facebook kullanıcılarının mahremiyet endişeleri ve farkındalıkları. *Journal of Yasar University*, 2014 9(35) 6099-6260.
- Özdemir, M.** (2011). Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 323-343.
- Özoğlu, S.** (1992). Davranış Bilimlerinde Anket (Bilgi Toplama Aracının) Geliştirilmesi. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 25(2), 321-337.
- Pinterest**, “Pinterest Nedir?” <https://about.pinterest.com/tr> (Erişim Tarihi: 25 Ekim 2016)
- Polat, M. ve Eren, E.** (2013). İlköğretim Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıklarının Değerler Eğitimi Bağlamında Analizi. M.Polat (ed.), *Küreselleşme Sürecinde Din Eğitimi Sempozyum Bildiri Kitabı* (7-27).
- Portal, S.** “Average number of Facebook friends of users in the United States as of February 2014, by age group”, <http://www.statista.com/statistics/232499/americans-who-use-social-networking-sites-several-times-per-day/> (Erişim Tarihi: 9 Kasım 2016)
- Prell, C.** (2011). Social network analysis : history, theory and methodology. London: SAGE.
- Prensky, M.** (2001). Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. On The Horizon.
- Prensky, M.** (2009, 1). H. Sapiens Digital: From Digital Immigrants and Digital Natives to Digital Wisdom. *Innovate: Journal of Online Education*, 5(3), 1-9.
- Qualman, E.** (2012). How Social Media Transforms the Way We Live and Do Business. Willey Press.
- Quora**, “About”, <https://www.quora.com/about> (Erişim Tarihi: 25 Ekim 2016)
- Redecker, C., Ala-Mutka, K. ve Puni, Y.** (2010). Learning 2.0 - The Impact of Social Media on Learning in Europe. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.

KAYNAKLAR DİZİNİ (devam)

- Sarsar, F., Makbule, B. ve Başbay, A.** (2015). Öğrenme-Öğretme Sürecinde Sosyal Medya Kullanımı. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 419-431.
- Scorp**, “Scopr App”, <https://www.youtube.com/aboutscorp> (Erişim Tarihi: 25 Ekim 2016)
- Selwyn, N.** (2009). Faceworking: exploring students’ education-related use of Facebook. *Learning, Media and Technology Vol. 34, No. 2, June 2009*, 157–174.
- Strauss, A. ve Corbin, J.** (1990). Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques. New Delhi: SAGE Publications.
- Sumuer, E., Esfer, S. ve Yıldırım, S.** (2014). Teachers’ Facebook use: their use habits, intensity, self-disclosure, privacy settings, and activities on Facebook. *Educational Studies*, 537-553.
- TDK**, (2016), “Endişe”, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5821abec67e1b3.53262247 (Erişim Tarihi: 8 Kasım 2016).
- Tekin, H.** (1991). Eğitimde Ölçme ve Değerlendirme. Ankara: Yargı Yayınları.
- Thomas, R. M.** (1998). Conducting educational research: A comparative view. West Port, Conn: Bergin & Garvey.
- TİK (Türkiye İnternet Kurumu)** (2011). *Çocukların Sosyal Paylaşım Sitelerini Kullanım Alışkanlıkları Araştırması Raporu*.
- Tonbuloğlu, İ. ve İşman, A.** (2014). Öğretmenlerin Sosyal Ağları Kullanım Profillerinin İncelenmesi. *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi Cilt 3, Sayı 1, s. 320 – 338*.
- Tüfekçi, Z.** (2008). Can You See Me Now? Audience and Disclosure Regulation in Online Social Network Sites. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 20-36.
- Twitter**, “Company”, <https://about.twitter.com/company> (Erişim Tarihi: 27 Ekim 2016)
- Uçtu, N.**,(2016), “Öğretmenlere Sosyal Medya Uyarısı”, <http://www.hurriyet.com.tr/ogretmenlere-sosyal-medya-uyarisi-40158063> (Erişim Tarihi: 31 Temmuz 2016)
- Varış, F.** (1971). Eğitimde program geliştirme "teori ve teknikler". Ankara: Sevinç Matbaası.

KAYNAKLAR DİZİNİ (devam)

- Visser, R., Evering, L. ve Barret, D.** (2014). #TwitterforTeachers: The Implications of Twitter as a Self-Directed Professional Development Tool for K–12 Teachers. *Journal of Research on Technology in Education*, 369-413.
- Walcke, M., Bonte, S., Wever, B. ve Rots, I.** (2010). Internet parenting styles and the impact on Internet use of primary school children. *Computers & Education*, 454-464.
- WhatsApp**, “WhatsApp Hakkında”, <https://www.whatsapp.com/about/> (Erişim Tarihi: 25 Ekim 2016)
- Wikipedia**, “Digg”, <https://tr.wikipedia.org/wiki/Digg> (Erişim Tarihi: 25 Kasım 2016)
- Wikipedia**, “Google+”, <https://en.wikipedia.org/wiki/Google%2B> (Erişim Tarihi: 27 Ekim 2016)
- Wikipedia**, “Myspace”, <https://en.wikipedia.org/wiki/Myspace> (Erişim Tarihi: 25 Ekim 2016)
- Wikipedia**, “Periscope” [https://en.wikipedia.org/wiki/Periscope_\(app\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Periscope_(app)) (Erişim Tarihi: 25 Ekim 2016)
- Wikipedia** “Pinterest”, <https://en.wikipedia.org/wiki/Pinterest> (Erişim Tarihi: 25 Ekim 2016)
- Wikipedia**, “Quora”, <https://en.wikipedia.org/wiki/Quora> (Erişim Tarihi: 25 Ekim 2016)
- Wikipedia**, “Snapchat”, <https://en.wikipedia.org/wiki/Snapchat> (Erişim Tarihi: 26 Ekim 2016)
- Wikipedia**, “StumbleUpon”, <https://en.wikipedia.org/wiki/StumbleUpon> (Erişim Tarihi: 26 Ekim 2016)
- Wikipedia**, “Tinder (app)”, [https://en.wikipedia.org/wiki/Tinder_\(app\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Tinder_(app)) (Erişim Tarihi: 26 Ekim 2016)
- Wikipedia**, “Tumblr”, <https://tr.wikipedia.org/wiki/Tumblr> (Erişim Tarihi: 26 Ekim 2016)
- Wikipedia**, “Vine (service)”, [https://en.wikipedia.org/wiki/Vine_\(service\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Vine_(service)) (Erişim Tarihi: 25 Ekim 2016)
- Xing**, “Xing”, <https://www.linkedin.com/xing> (Erişim Tarihi: 12 Ekim 2016)

KAYNAKLAR DİZİNİ (devam)

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2004). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin.

YouTube, “YouTube Hakkında”, <https://www.youtube.com/yt/about/tr/> (Erişim Tarihi: 12 Ekim 2016)

Zengin, S. K. “Facebook Mahreminizi Satıyor”, <http://www.haberturk.com/ekonomi/teknoloji/haber/781735-facebook-mahreminizi-satiyor> (Erişim Tarihi: 27 Ekim 2016)



ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı: Serpil GÜNEYDİN

Doğum Tarihi/Yeri: 17 Aralık 1986/İzmit

Görevi: Akademik Bilişim Uzman

Eğitim:

Lisans: Yıldız Teknik Üniversitesi / Eğitim Fakültesi / Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Öğretmenliği Bölümü (2009)

Lise: Kocaeli Anadolu Lisesi (2004)

İş Deneyimleri:

Aralık 2011 - ... : Balıkesir Üniversitesi – Akademik Bilişim Uz.

Ağustos 2011 – Ocak 2012 : Serbest Öğretim Tasarımcısı

Ağustos 2008 – Temmuz 2011: Enocta – Uzaktan Eğitim İçerik Geliştirme Uzmanı

İdari Görevler:

- 2016 Temmuz - Bilgi İşlem Uygulama ve Araştırma Merkez Müdür Yardımcılığı

Akademik Başarılar:

- 2008-2009 Öğretim yılı Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Bölüm 2.'liği
- 2007 Şubat-2009 Şubat TEV Başarı Bursu (3 Dönem Üstün Başarı Bursu)

Akademik Yayınlar:

- Günaydın, S. ve Karamete, A. (2016). Material Development to Raise Awareness of Using Smart Boards: An Example Design and Development Research. *European Journal of Contemporary Education*, Vol. (15), Is. 1

- Günaydın, S. ve Öztürk, G. (2016). The Relationship Between Computer Teacher Candidates' Perceptions Towards Self-Efficacy And Their Cognitive Flexibility Level. M.A. Icbay ve H. Arslan (Ed.), Research on Social Studies (s.35-45). Frankfurt: Peter Lang



EKLER

Ek 1 Yaygın Kullanılan Sosyal Medya Araçları ve Kısa Tanıtları

Ek 2 Uzman Değerlendirme Formu

Ek 3 Anket



EK 1: Yaygın Kullanılan Sosyal Medya Araçları ve Kısa Tanıtları

| İsim | Açıklama |
|-----------|--|
| Badoo | İnsanların tanışması ve flört etmesi amacıyla kurulmuş bir sosyal ağ. Yaklaşık 327 milyon kullanıcı bulunan sosyal ağda günlük 350 milyon mesaj paylaşmakta ve aylık altmış milyon aktif kullanıcısı bulunmaktadır (Badoo, 2016). |
| Digg | Haber paylaşım ve okuma platformu. Kasım 2004'te kurulan Digg, genellikle politika, bilim ve diğer Internet eğitimlerinin paylaşıldığı, oylandığı ve yorumlandığı bir platform olarak ön plana çıkmaktadır, Temmuz 2012 tarihinde format değişikliğine giderek haberlerin Facebook, Twitter gibi sosyal medya platformlarında paylaşıldığı bir ortam haline gelmiştir (Wikipedia, Digg, 2016). |
| Facebook | 2004 yılında Harvard öğrencileri tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Eylül 2015 itibari ile günlük aktif kullanıcı sayısı ortalama 1.01 milyardır. Dünya çapında en yaygın kullanılan sosyal ağıdır (Facebook, 2016). |
| Flickr | Dünya çapında kullanılan çevrimiçi bir fotoğraf yönetimi ve paylaşımı platformudur. 2004 yılında kurulmuştur ve Yahoo şirkettir. İki temel amacı vardır; birinci amacı insanların fotoğraflarını yayınlamalarını sağlayarak, ilgilenen diğer insanlarla buluşturmak, ikinci amacı da kullanıcılarına fotoğraf ve videolarını düzenlemek için yeni bir yol sunmaktır (Flickr, 2016). |
| Google + | 2011 tarihinde Google tarafından kurulan bir sosyal ağıdır. 2015 Aralık itibari ile 418 Milyon üyesi bulunmaktadır. Google projeleriyle de entegre çalışan servisler, çevreler, konular ve video sohbet odaları gibi sosyal ağ dünyasında yeni olan özellikler de içermektedir (Google, 2016). |
| Instagram | Ücretsiz fotoğraf ve kısa video paylaşmaya olanak tanıyan sosyal ağ. 2010 yılında kurulmuştur, Facebook şirketine bağlı bir şirkettir. Günde ortalama 60 milyon fotoğraf servis edilmektedir (Instagram, 2016). |
| LinkedIn | İş dünyasındaki kişilerin diğer kişilerle iletişime geçmesini ve bilgi paylaşımı yapmasını amaçlayan profesyonel sosyal paylaşım platformudur. 2006 yılında hayata geçmiştir, 200 ülkede kullanılmaktadır ve 400 milyondan fazla kullanıcısı bulunmaktadır (LinkedIn, 2016). |
| Twitter | 2006 yılında ABD'de geliştirilen bir mikroblog sitesi ve sosyal ağıdır. Üyelerine 140 karakter ile kendilerini ifade etme olanağı tanımaktadır. 2011 yılı itibari ile Türkçe olarak da kullanılmaya başlanmıştır (Twitter, 2016). |
| MySpace | Sanal ortamda kullanıcı denetimde iletişim ve arkadaşlıklar kurulabilen, kişisel profillerin, blogların, grupların, resimlerin, müzik ve videoların barındırılabilceği bir sosyal iletişim web sayfasıdır. 2003 yılında ABD'de kurulmuştur (Wikipedia, Myspace, 2016). |

| | |
|-------------|--|
| Periscope | Kayvon Beykpour ile Joe Bernstein tarafından geliştirilmeye başlanan mobil canlı yayın uygulamasıdır. Dünya üzerindeki herhangi bir anı, yaşayan kişinin gözü ile görebilme olanağı sağlar. İlk yayınlanma tarihi Mart 2015'tir. Twitter şirketi tarafından satın alınmıştır (Wikipedia, Periscope, 2016). 2015 yılı itibari ile 10 milyon kullanıcısı bulunmakta ve günde ortalama 350.400 saat (yaklaşık 40 yıl) canlı yayın izlenmektedir (Çalışkan, 2016). |
| Pinterest | 2010 Mart ayında kurulmuştur. Her türlü görselin paylaşıldığı ve pano sistemi ile çalışan bir sosyal platformdur. 70 Milyonun üzerinde kullanıcıya sahiptir (Wikipedia, Pinterest, 2016). Dünyanın fikir kataloğu olma mottosuyla yola çıkmıştır (Pinterest, 2016). |
| Quora | Misyonu dünya çapında bilgiyi paylaşmak ve büyütmek olan sosyal medya aracı (Quora, 2016). 2010 yılında kurulan site kullanıcıları tarafından sorular sorulan, cevaplanan, değiştirilen ve düzenlenen bir platformdur. 2013 yılı itibari ile kullanıcılarına blog yazma olanağı da sunmaktadır (Wikipedia, Quora, 2016). |
| Scorp | Scorp, Videolu Sözlük formatında ortaya çıkan bir sosyal medya uygulamasıdır. Toplumun herhangi bir konu hakkında (yemek, spor, moda vb.) fikir ve düşüncelerini beyan ettikleri 15 saniyelik mikro video platformudur (Scorp, 2016). |
| Snapchat | 2011 yılında ilk sürümü yayınlanmıştır, kullanıcıların birbirlerine yazılı metin, fotoğraf, ses veya görüntü paylaşabilmektedirler. Kullanıcılar paylaştıkları içerikleri kendi belirledikleri süreler içerisinde yayınlamaktadırlar, süre dolduktan sonra içerikler kalıcı olarak silinmektedir. 20 farklı dilde yayımlanmaktadır (Wikipedia, Snapchat, 2016). |
| Sulia | 2009 yılında kurulmuş konu tabanlı bir sosyal medya aracıdır. Sulia kullanıcılarına ilgilendikleri konuda en popüler sosyal medya kaynaklarını paylaşmaktadır (Linkedin, Sulia, Inc., 2016). |
| StumbleUpon | 2001 yılında kurulmuştur. Kullanıcılarına yeni siteler keşfetme ve bunları oylama olanağı sunar. Ayrıca kullanıcılar ilgi alanlarına göre sayfalarını görebilir, bunları diğer kullanıcılar ile paylaşabilir ve oyladıkları içerikleri sayfalarında yayımlayabilirler (Wikipedia, StumbleUpon, 2016). |
| Tinder | 2012 yılında kurulan Tinder; lokasyona göre uygulamayı kullanan etrafınızdaki diğer kişileri gösteren bir sosyal medya aracıdır. Beğenme ve beğenmeme durumları bulunan uygulamada katılımcıların her ikisi de birbirini beğendiklerinde iletişime geçebilmektedirler. Uygulama 35 farklı dilde, 196 farklı ülkede hizmet vermektedir (Wikipedia, Tinder (app), 2016). |
| Tumblr | 2007 yılında ABD menşeli olarak kurulmuştur, 2013 yılında Yahoo tarafından satın alınmış bir sosyal ağ ve blog sitesidir. 2016 yılı Ocak ayı itibari ile 555 milyon aylık ziyaretçi sayısı bulunmaktadır (Wikipedia, Tumblr, 2016). |

| | |
|----------|---|
| Vine | Twitter'ın 2013 yılında kullanıma sunduğu ücretsiz uygulamasıdır. Kullanıcılarına maksimum 6 saniyelik videolar çekerek yayınlamasına olanak tanır. Uygulama 25 farklı dilde sunulmaktadır. Kullanıcılar Vine profili oluşturabilir ve videoları Twitter ve Facebook üzerinden yayınlatabilirler (Wikipedia, Vine (service), 2016). |
| WhatsApp | 180'den fazla ülkede 1 milyardan fazla kişinin kullandığı bir mesajlaşma ve arama hizmeti sunmaktadır. Sesli arama, fotoğraf, video, belge, konum gibi pek çok değişik tipte medyayı paylaşmaya olanak sağlamakta, ayrıca birden fazla kişi ekleyerek grup oluşturmaya izin vermektedir (WhatsApp, 2016). |
| Xing | 2003 yılında faaliyete geçmiş iş amaçlı kurulan bir sosyal ağ sitesidir. Yaklaşık 11 milyon kullanıcısı bulunmaktadır. (Xing, 2016) |
| YouTube | Bir Google şirketi olan Youtube 2005 yılında kullanıma sunulmuştur. Kullanıcıların videolarını izlemelerini ve paylaşımlarını sağlar. Kullanıcılara bağlantı kurmaları, bilgi vermeleri ve dünyadaki diğer kullanıcılara ilham kaynağı olmaları için bir forum sağlamaktadır (YouTube, 2016). |

EK 2: Uzman Değerlendirme Formu

Öğretmenlerin Sosyal Medya Kullanım Endişeleri ve Farkındalıkları Anketi

Uzman Değerlendirme Formu

Sayın ... ;

Milli Eğitim Bakanlığında görev yapan öğretmenlerin sosyal medya kullanım endişeleri ve farkındalıklarını incelemek için bir araştırma yapmaktayım. Araştırmamda ihtiyaç duyduğum verileri toplamak amacıyla hazırlanan ankette yer alması düşünülen sorular uzman değerlendirmesi için ilişikte sunulmuştur. Ankette yer alacak sorular sizin yönlendirme ve eleştirileriniz doğrultusunda gerekli düzenlemeler yapılarak son haline getirilecektir.

Sizden ankette yer alan soruları öğretmenlerin sosyal medya kullanım alışkanlık, endişe ve farkındalıklarını ölçmede yeterli olup olmadıklarına ilişkin değerlendirme yapmanız beklenmektedir. Araştırmanın amacına uygun bulmadığınız ve ya dil açısından sorun olduğunu düşündüğünüz maddeleri düzeltme yaparak ankete dâhil edebilirsiniz. Konuya ilişkin yeni madde önerilerinizi sayfa sonuna not edebilirsiniz. Değerli katkılarınız ve ayırdığınız zaman için şimdiden teşekkür eder, saygılarımı sunarım.

Serpil GÜNAYDIN

Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü

Yüksek Lisans Öğrencisi

| Sıra | Soru | Uygun | Uygun Değil | Açıklama |
|------|---|-------|-------------|----------|
| 1 | Cinsiyetiniz | | | |
| 2 | Yaşınız | | | |
| 3 | Öğretmenlik yaptığınız alan | | | |
| 4 | Herhangi bir sosyal ağa üye misiniz? | | | |
| 5 | Hangi sosyal ağlarda hesabınız bulunmaktadır? | | | |

| | | | | |
|----|---|--|--|--|
| 6 | İlk sosyal ağ hesabınızı kaç sene önce açmıştınız? | | | |
| 7 | Sosyal medya hesaplarınızı yaklaşık olarak haftanın kaç günü kontrol ediyorsunuz? | | | |
| 8 | En sık kullandığınız sosyal ağda ortalama kaç arkadaşınız takipçiniz var? | | | |
| 9 | Sosyal ağlarınızda herhangi bir gruba üye misiniz? | | | |
| 10 | Ortalama kaç gruba üyesiniz? | | | |
| 11 | Sosyal medyada hangi alanları/grupları takip ediyorsunuz? | | | |
| 12 | Sosyal medya ile ilgili eylemleri gerçekleştirme sıklığına göre işaretleyin. | | | |
| | Hesaplarımda fotoğraf, video vb. paylaşıyorum. | | | |
| | Sayfamdaki gönderileri beğenirim. | | | |
| | İlgilendiğim gönderilere yorum yazarım. | | | |
| | Gittiğim yerleri sosyal medya hesaplarımda paylaşıyorum. | | | |
| | Hesaplarımda güvenlik ayarlarımı kontrol ederim. | | | |
| | Güvenlik ayarları ile ilgili gönderilen güncellemeleri okurum. | | | |
| 13 | Güvenlik ayarları ile ilgili gelişmeleri takip ederim. | | | |
| 14 | Sosyal medya hesaplarımda şu bilgileri paylaşıyorum. | | | |
| 15 | Aşağıdaki ifadeleri düşüncenize yakınlık durumuna göre işaretleyin. | | | |

| | | | | |
|----|---|--|--|--|
| | Sosyal medya üzerindeki birçok şeyi ayıplanmadan, ötekileştirilmeden sorabiliyorum/paylaşıyorum. | | | |
| | Sosyal medyada gerçekten düşündüğüm gibi görünmekten hiç çekinmiyorum. | | | |
| | İstediğim gönderilerin altına sonrasında ne olur diye düşünmeden yorum yazabiliyorum. | | | |
| | Gerçek hayatta uygulamaktan çekindiğim/imkân bulamadığım fantezi ve hayallerimi gerçekleştirebiliyorum. | | | |
| | Cezai yaptırım boşlukları olduğundan dolayı tepki ve endişelerimi kolayca ifade edebiliyorum. | | | |
| | Gerçek hayatta tepki alacağını düşündüğüm fikirlerimi sosyal medyada rahatça paylaşabiliyorum. | | | |
| | İstediğim sosyal medya grubuna hiç endişe etmeden düşünmeden üye olabiliyorum. | | | |
| 16 | Kimileri sosyal medyanın insanlar üzerinde olumsuz etkisi olduğunu düşünüyor, kimileri ise olumlu etkisi olduğuna inanıyor. Bu konuda sizin görüşleriniz nedir? | | | |
| 17 | Bir öğretmen olarak sosyal medya kullanmam gerektiğini düşünüyorum. | | | |
| 18 | Aşağıdaki sosyal medya ile ilgili ifadeleri düşüncenize yakınlık durumuna göre işaretleyin. | | | |

| | | | | |
|----|--|--|--|--|
| | İnsanların özgürce konuşabildiği bir ortamdır. | | | |
| | İnsanları yalnızlaştırmaktadır. | | | |
| | Yüz yüze iletişimi azaltmaktadır. | | | |
| | Nesiller arasındaki uçurumu büyütmektedir. | | | |
| | İnsanlar arasındaki etkileşimi arttırmaktadır. | | | |
| | Ahlaki değerlere zarar vermektedir. | | | |
| | Gençler için tehlikeli bir ortamdır. | | | |
| | Zaman kaybıdır. | | | |
| | Üretkenliği azaltmaktadır. | | | |
| | Sosyal medyada okuduğum haberler beni çok etkiler. | | | |
| | Hesaplardaki kişisel kullanıcı bilgileri güvenli bir şekilde saklanmaktadır. | | | |
| 19 | Sosyal medyada yaptığınız son güvenlik ayarlaması nedir? | | | |
| 20 | Aşağıdaki ifadeleri düşüncenize yakınlık durumuna göre işaretleyin. | | | |
| | Sosyal medya hesaplarındaki gizlilik ayarlarının yeterince net ve anlaşılır olduğunu düşünüyorum. | | | |
| | Sosyal medyadaki gizlilik sözleşmelerini dikkatlice okurum. | | | |
| | Gizlilik ayarları hakkındaki gelişmelerden hemen haberim olur. | | | |
| | Bazı sosyal medya ortamlarının kişisel bilgilerimi üçüncü parti unsurlarla paylaştığını düşünüyorum. | | | |
| | Sosyal medya kullanırken gizlilik ile ilgili riskler olduğunu düşünüyorum. | | | |

| | | | | |
|----|---|--|--|--|
| | Sosyal medyayı özgürce kullanamıyorum bazı endişelerim var. | | | |
| 21 | Sosyal ağlardaki arkadaşlarınızın /takipçilerinizin aşağıdakilerden biri olma olasılığı hakkında, düşüncenize en yakın seçenekleri işaretleyin. | | | |
| | Potansiyel eş adayım olabilir. | | | |
| | İlerideki potansiyel işverenim olabilir. | | | |
| | Devletin bir gözlemcisi olabilir. | | | |
| | Bana ürün/hizmet satmaya çalışan bir şirket olabilir. | | | |
| 22 | Daha önce sosyal medya hesabınızı kapatmayı hiç düşündünüz mü? | | | |

ÖNERİLER:

EK 3: Öğretmenlere Uygulanan Anket

Bu anket, öğretmenlerin sosyal medya kullanım farkındalık ve endişelerini araştırmak üzere hazırlanmıştır. Vereceğiniz yanıtlar bilimsel araştırma dışında hiçbir yerde kullanılmayacaktır. Bilimsel araştırmaya verdiğiniz destek için şimdiden teşekkür ederiz.

| | |
|--|---|
| Cinsiyetiniz | <input type="checkbox"/> Kadın <input type="checkbox"/> Erkek |
| Yaşınız | <input type="checkbox"/> 21-30 <input type="checkbox"/> 31-40 <input type="checkbox"/> 41 ve üzeri |
| Branşınız | <input type="checkbox"/> Bilişim Teknolojileri <input type="checkbox"/> Sayısal Bilimler <input type="checkbox"/> Sözel Bilimler |
| Herhangi bir sosyal ağa üye misiniz? | <input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır |
| Hangi sosyal ağlarda hesabınız bulunmaktadır? (Birden çok seçeneği işaretleyebilirsiniz.) | <input type="checkbox"/> Facebook <input type="checkbox"/> Twitter <input type="checkbox"/> Instagram <input type="checkbox"/> LinkedIn <input type="checkbox"/> Google+ <input type="checkbox"/> Diğer |
| İlk sosyal ağ hesabınızı kaç yıl önce açmıştınız? | <input type="checkbox"/> Son 1 yıl içerisinde <input type="checkbox"/> 2-3 yıl önce <input type="checkbox"/> 4-5 yıl önce <input type="checkbox"/> 5 yıldan fazla |
| Sosyal medya hesaplarınızı haftanın kaç günü kontrol ediyorsunuz? | <input type="checkbox"/> Hiç <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 |
| En sık kullandığınız sosyal ağda ortalama kaç arkadaşınız/takipçiniz var? | |
| Sosyal ağlarda grup üyeliğiniz var mı? | <input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır |
| Ortalama kaç gruba üyesiniz? | |
| Sosyal medyada hangi alanları/grupları takip ediyorsunuz? (Birden çok seçeneği işaretleyebilirsiniz.) | <input type="checkbox"/> Eğitim <input type="checkbox"/> Bilim <input type="checkbox"/> Teknoloji <input type="checkbox"/> Müzik <input type="checkbox"/> Sinema <input type="checkbox"/> TV Programları <input type="checkbox"/> Kitap-Yazar <input type="checkbox"/> Dini Gruplar <input type="checkbox"/> Siyasi Gruplar <input type="checkbox"/> Diğer |
| Aşağıdaki sosyal medya ile ilgili eylemleri gerçekleştirme sıklığınıza göre işaretleyin. | |

| | Her Zaman | Bazen | Nadiren | Hiçbir Zaman | |
|--|---|----------|----------|--------------|----------|
| Hesaplarımda fotoğraf, video vb. paylaşıyorum. | | | | | |
| Sayfamdaki gönderileri beğenirim. | | | | | |
| İlgilendiğim gönderilere yorum yazarım. | | | | | |
| Gittiğim yerleri sosyal medya hesaplarımda paylaşıyorum. | | | | | |
| Hesaplarımın güvenlik ayarlarını kontrol ederim. | | | | | |
| Sosyal medyadaki gizlilik sözleşmelerini okurum. | | | | | |
| Güvenlik ayarları ile ilgili gelişmeleri takip ederim. | | | | | |
| Ekleme İstedikleriniz: | | | | | |
| Sosyal medya hesaplarımda şu bilgileri paylaşıyorum. (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz.) | <input type="checkbox"/> İsmim <input type="checkbox"/> Cinsiyetim <input type="checkbox"/> E-posta Adresim <input type="checkbox"/> Telefon Numaram <input type="checkbox"/> İlişki Durumum <input type="checkbox"/> Siyasi Tercihim <input type="checkbox"/> Milliyetim <input type="checkbox"/> Dini İnançım <input type="checkbox"/> Doğum Günüm <input type="checkbox"/> Yaşadığım Şehir <input type="checkbox"/> Hiçbir Bilgi Paylaşmam | | | | |
| Aşağıdaki ifadeleri düşüncenize yakınlık durumuna göre işaretleyin. | | | | | |
| 1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım; 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Sosyal medya üzerindeki birçok şeyi ayıplanmadan, ötekileştirilmeden paylaşıyorum. | | | | | |
| Sosyal medyada gerçekten düşündüğüm gibi görünmekten hiç çekinmem. | | | | | |
| Gönderilerin altına “sonrasında ne olur” diye endişe etmeden yorum yazarım. | | | | | |

| | | | | | |
|--|--|----------|----------|----------|----------|
| Gerçek hayatta uygulamaktan çekindiğim/imbân bulamadığım davranışları rahatlıkla sergilerim. | | | | | |
| Cezai yaptırım boşlukları olduğundan dolayı tepki ve eleştirilerimi kolayca ifade ederim. | | | | | |
| Gerçek hayatta tepki alacağımı düşündüğüm fikirlerimi sosyal medyada rahatça paylaşıyorum. | | | | | |
| İstediğim sosyal medya grubuna düşünmeden üye olurum. | | | | | |
| Ekleme istedikleriniz: | | | | | |
| Sosyal ağların insanlar üzerinde olumlu/olumsuz etkileri konusunda ne düşünüyorsunuz? | <input type="checkbox"/> Olumlu <input type="checkbox"/> Bazen Olumlu <input type="checkbox"/> Hem olumlu hem olumsuz <input type="checkbox"/> Bazen olumsuz <input type="checkbox"/> Olumsuz <input type="checkbox"/> Bilmiyorum <input type="checkbox"/> İnsanlar üzerinde etkisi olduğunu düşünmüyorum | | | | |
| Bir öğretmen olarak sosyal medya kullanmam gerektiğini düşünüyorum. | <input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır | | | | |
| Çünkü: | | | | | |
| Aşağıdaki sosyal medya ile ilgili ifadeleri düşüncenize yakınlık durumuna göre işaretleyin. | | | | | |
| 1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| İnsanların özgürce konuşabildiği bir ortamdır. | | | | | |
| İnsanları yalnızlaştırmaktadır. | | | | | |
| Yüz yüze iletişimi azaltmaktadır. | | | | | |

| | | | | | |
|---|--|--|-------------------------------|----------|----------|
| Nesiller arasındaki uçurumu büyütmemektedir. | | | | | |
| İnsanlar arasındaki etkileşimi arttırmaktadır. | | | | | |
| Ahlaki değerlere zarar vermemektedir. | | | | | |
| Gençler için tehlikeli bir ortamdır. | | | | | |
| Zaman kaybıdır. | | | | | |
| Üretkenliği azaltmaktadır. | | | | | |
| Ekleme istedikleriniz: | | | | | |
| Sosyal medyada yaptığımız son güvenlik ayarlaması nedir? | <input type="checkbox"/> Son derece sıkı | <input type="checkbox"/> Sıkı | <input type="checkbox"/> Açık | | |
| | <input type="checkbox"/> Son derece açık | <input type="checkbox"/> Hiçbir fikrim yok | | | |
| Aşağıdaki ifadeleri düşüncenize yakınlık durumuna göre işaretleyin. | | | | | |
| 1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Sosyal medyadaki hesapların gizlilik ayarlarının yeterince net ve anlaşılır olduğunu düşünüyorum. | | | | | |
| Bazı sosyal medya ortamlarının kişisel bilgilerimi üçüncü parti unsurlarla paylaştığını düşünüyorum. | | | | | |
| Sosyal medya kullanırken gizlilik ile ilgili riskler olduğunu düşünüyorum. | | | | | |
| Sosyal ağlardaki arkadaşlarınızın/takipçilerinizin aşağıdakilerden biri olma olasılığı hakkında, düşüncenize en yakın seçenekleri işaretleyin. | | | | | |
| 1: Hiç sanmıyorum 2: Olabilir 3: Yüksek ihtimal 4: Kesinlikle | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | |

| | | | | |
|--|---|--|--|--|
| Potansiyel eş adayım olabilir. | | | | |
| İlerideki potansiyel işverenim olabilir. | | | | |
| Devletin bir gözlemcisi olabilir. | | | | |
| Bana ürün/hizmet satmaya çalışan bir şirket olabilir. | | | | |
| Daha önce herhangi bir sosyal medya hesabınızı kapatmayı hiç düşündünüz mü? | <input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır | | | |
| Kapatmak istedim çünkü... | <input type="checkbox"/> İzlendiğimi düşündüm <input type="checkbox"/> Sıkıcı buldum <input type="checkbox"/> Çok fazla zamanımı alıyor <input type="checkbox"/> Hakarete uğradığım <input type="checkbox"/> Paylaşım larıma/Yorum larıma olumsuz eleştiriler aldım <input type="checkbox"/> Diğer | | | |