



**ÖZEL EĞİTİM ÖĞRETMENLERİNİN SOSYAL MEDYA
KULLANIM AMAÇLARI İLE BENLİK SAYGILARI ARASINDAKİ
İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

Dilara Ulu

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
ÖZEL EĞİTİM ANABİLİM DALI
GÖRME ENGELLİLERİN EĞİTİMİ BİLİM DALI**

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

TEMMUZ 2021

TELİF HAKKI VE TEZ FOTOKOPİ İZİN FORMU

Bu tezin tüm hakları saklıdır. Kaynak göstermek koşuluyla tezin teslim tarihinden itibaren yirmi dört (24) ay sonra tezden fotokopi çekilebilir.

YAZARIN

Adı : Dilara
Soyadı : Ulu
Bölümü : Özel Eğitim
İmza :
Teslim tarihi :

TEZİN

Türkçe Adı: Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Benlik Saygıları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

İngilizce Adı: Examining The Relationship Between Social Media Usage And Self Esteem Of Special Education Teachers

ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI

Tez yazma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyduğumu, yararlandığım tüm kaynakları kaynak gösterme ilkelerine uygun olarak kaynakçada belirttiğimi ve bu bölümler dışındaki tüm ifadelerin şahsıma ait olduğunu beyan ederim.

Yazar Adı Soyadı: Dilara ULU

İmza:

JÜRİ ONAY SAYFASI

Dilara ULU tarafından hazırlanan “Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Benlik Saygıları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından oy birliği ile Gazi Üniversitesi Özel Eğitim Anabilim Dalı’nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Doç. Dr. Salih ÇAKMAK

Görme Engellilerin Eğitimi Anabilim Dalı, Gazi Üniversitesi

Başkan: Doç. Dr. Pınar ŞAFAK

Çok Engelliler Eğitimi Anabilim Dalı Gazi Üniversitesi

Üye: Doç. Dr. Salih ÇAKMAK

Görme Engellilerin Eğitimi Anabilim Dalı, Gazi Üniversitesi

Üye: Dr. Öğr. Üyesi Alpaslan KARABULUT

Özel Eğitim Anabilim Dalı, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

Tez Savunma Tarihi: 30/06/2021

Bu tezin Gazi Üniversitesi Özel Eğitim Anabilim Dalı’nda Yüksek Lisans tezi olması için şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.

Prof. Dr. Yücel GELİŞLİ

Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürü



*“Yola çıkacak kişinin aşması gereken
ilk ve en önemli engel,
kendi yerleşikliğidir;
kendi yeri
-kendisidir...”*

Oruç Aruoba

Yolculara ve otostopçulara...

TEŞEKKÜR

Oda içine penceresi olan odamda çocukluğumu bırakıp, ihtişamından gözlerimi kısmak zorunda hissettiğim A kapısından, yeni evimi resmiyete kavuşturmak için geçtiğimde on yedi yaşıma yeni girmiştım. Kendime verdiğim en değerli hediyein Gazi Üniversitesi ve bana kazandırdıkları olduğunu henüz bilmezdim tabii.

Öncelikli olarak, çok değerli bilgileriyle ve birikimiyle ışığım ve kılavuzum olan, samimi, babacan tavrıyla süreç boyunca ambale olmama mâni olan saygıdeğer danışmanım Doç. Dr. Salih ÇAKMAK’a çok teşekkür ediyorum.

Bana keşfetmenin sonu olmadığını, keşfederek ve öğrenerek bir insanın nasıl çoğalacağını, insanlara gülümsemenin kendine gülümsemek olduğunu ve en önemlisi öğretmenliğin öğretmekten fazlası olduğunu öğreten ve gösteren Gazi Üniversitesi Özel Eğitim Bölümü’ndeki, içimde her zaman çok değerli bir yeri olacak olan bütün hocalarıma teşekkür ediyorum.

Süreç boyunca ne zaman çıkmaza düşüp, daralmış bakış açım ve soru işaretlerimle kalakalsam, bana yeni pencereler açan ve ufuklar sunan değerli hocam Araş. Gör. Mustafa DOĞUŞ’a, istatistik bilimi konusunda araba farı görmüş tavşan gibi kaldığım halde, sabırla ve dirayetle bana yardımcı olan Araş. Gör. Ergün Cihat ÇORBACI’ya teşekkür ederim.

‘Tez Zamanda’ ekibinin her zaman motivasyon ve ilham kaynağı olan, kendime olan inancımın taze kalmasını sağlayan kalbi güzel arkadaşım Ayşenur KAVAK’a, boya kalemlerinin ucunda olabilmek için kanatlarım olmasını dileyebileceğim, nazımın sitemimin aslında belli olduğu durumlarda beni güdüleyen canım Elif DURMUŞ’a, sükuneti sakin kalmama vesile olan Tansu DUMAN’a teşekkür ediyorum.

Hayallerine attığı adımlara tanık olmaktan kıvanç duyduğum, imla ve anlatım bozukluğu savaşçısı Selnur GÜNEŞ'e, daima yanımda olan canım Hatice ŞAHİN'e, farklı bedenlere bölüştürülmüş ruhlar olarak sürdüğümüz hayatta yollarımızın kesiştiği için kendimi çok şanslı hissettiğim Dilara TÜRKÖZ'e, bana daima ilham veren BİLGİN ailesine, önümde kahvemi eksik etmeyen kardeşim İlayda ULU'ya ve beni arkadaşların seçtiğimiz ailemiz olduğuna inandıran ismini sayamadığım bütün arkadaşlarıma teşekkür ederim.

Kapılar yıkılır, yerlerine yenileri yapılır. Ne zaman kendimi eşikten bir adım sonrası karanlık olan bir kapının önünde bulsam, bütün çevremde ünlemler ve soru işaretleri varmışçasına donakalsam, adım atmak için kaldırdığım tek ayağımın diğer eşi üzerinde duraklasam, diğer ayağımı biraz daha öteye indirebildiğim ve bir şekilde an'ın güzelliğini yakalama gayretiyle kendime yaşamaya değer bir hayat sunmaya çalışmaktan yılmadığım için kendime teşekkür ederim.

Dilara ULU

**ÖZEL EĞİTİM ÖĞRETMENLERİNİN SOSYAL MEDYA
KULLANIM AMAÇLARI İLE BENLİK SAYGILARI ARASINDAKİ
İLİŞKİNİN İNCELENMESİ
(Yüksek Lisans Tezi)**

**Dilara Ulu
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
Temmuz 2021**

ÖZ

Bu araştırmada özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçları ile benlik saygıları arasındaki ilişkinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın katılımcılarını 140'ı kamuda, 64'ü özel sektörde çalışmakta olan toplam 204 özel eğitim öğretmeni oluşturmaktadır. Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Özel eğitim öğretmenlerinin demografik özelliklerine dair bilgileri toplamak için Kişisel Bilgi Formu, sosyal medyayı kullanım amaçlarını belirlemek için Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği ve benlik saygısı düzeylerini değerlendirmek için de Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği kullanılmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen veriler SPSS 22 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Özel eğitim öğretmenlerin sosyal medyayı, olayları, gündemi takip etmek, bilgiye erişim sağlamak, eğlenmek ve rahatlamak için kullandıkları tespit edilmiştir. Özel eğitim öğretmenlerinin en sık kullandığı sosyal medya platformunun Instagram, haberleri takip ettikleri sosyal medya platformunun da Twitter olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların sosyal medyada günlük ortalama 1-3 saat arasında zaman geçirdiği, sosyal medyada geçirilen zaman ile benlik saygısı düzeyleri arasında negatif yönde ilişki bulunduğu buğusuna ulaşılmıştır. Araştırmaya katılan özel eğitim öğretmenlerinden düşük benlik saygısına sahip olanlarının sayısının az olduğu, özel eğitim öğretmenlerinin çoğunun benlik saygısı yüksek olduğu araştırmanın sonuçları arasında yer almaktadır. Katılımcıların sosyal medya kullanım amaçları ile benlik saygıları arasındaki

ilişkiyi belirlemek üzere Spearman korelasyon katsayısı hesaplanmış ve aralarında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Elde edilen bulgular ilgili literatür incelenerek tartışılmıştır.



Anahtar Kelimeler : Özel eğitim öğretmenliği, sosyal medya, benlik saygısı
Sayfa Adedi : 129
Danışman : Doç. Dr. Salih ÇAKMAK

**EXAMINING THE RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL MEDIA
USAGE AND SELF ESTEEM OF SPECIAL EDUCATION TEACHERS
(M.S. Thesis)**

Dilara Ulu

GAZİ UNIVERSITY

INSTITUTE of EDUCATIONAL SCIENCES

July 2021

ABSTRACT

The general purpose of this research is to determine the relationship between the purpose of social media usage and self esteem of special education teachers. Participants consist of 140 from public, 64 from private schools and totally 204 special education teachers. In the research correlational screening model which is one of the quantitative models was used. Personal Information Form was used to collect data about demographic features, The Scale for Social Media Usage Purposes was used to determine social media usage and Rodenberg Self Esteem Scale was used to evaluate the level of self esteem of special education teachers. The data obtained were analyzed by using SPSS 22 package software. It is determined that special education teachers use social media to follow the news, to be up to date, to access information, to have fun and to relax. It is seen that special education teachers mainly use Instagram as a social networking site and follow Twitter for news. Participants spend 1-3 hours a day in social media on average and a negative correlation was found between the time they spend in social media and their self esteem. As a result it was concluded that among the participants of research, special education teachers who have low self esteem are a few and they mostly have high self esteem. In order to determine the relationship between social media usage purposes and self esteem of the participants Spearman correlation coefficient was used and no significant relation was found. Findings were discussed by examining the literature.



Key words : Special education teacher, social media, self esteem
Number of Pages : 129
Supervisor : Assoc. Prof. Dr. Salih akmak

İÇİNDEKİLER

TELİF HAKKI VE TEZ FOTOKOPİ İZİN FORMU	i
ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI.....	ii
JÜRİ ONAY SAYFASI.....	iii
TEŞEKKÜR.....	v
ÖZ	vii
ABSTRACT	ix
İÇİNDEKİLER.....	xi
TABLolar LİSTESİ.....	xvii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xx
SİMGELER VE KISALTMALAR LİSTESİ.....	xxi
BÖLÜM I	1
GİRİŞ.....	1
1.1. Problem Durumu	1
1.2. Araştırmanın Amacı	13
1.3. Araştırmanın Önemi	13
1.4. Sayıtlar	20
1.5. Sınırlılıklar	20
1.6. Tanımlar.....	20

BÖLÜM II.....	22
KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR.....	22
2.1. Bilgi ve İletişim Teknolojileri.....	22
2.2. Sosyal Medya’nın Gelişimi ve Özellikleri	27
2.3. Sosyal Medya Çeşitleri.....	31
2.3.1. Sosyal Ağ Siteleri	32
2.3.1.1. Facebook.....	34
2.3.1.2. Myspace	36
2.3.1.3. Linked-in.....	36
2.3.1.4. Google +.....	37
2.3.2. Fotoğraf ve Video Paylaşım Siteleri.....	37
2.3.2.1. Instagram.....	38
2.3.2.2. Pinterest	39
2.3.2.3. Youtube	40
2.3.3. Bloglar	41
2.3.4. Mikrobloglar	41
2.3.4.1. Twitter	42
2.3.5. Sanal Oyun Simülasyonları	43
2.3.6. Sanal Yaşam Simülasyonları.....	43
2.3.7. Wikiler	44
2.4. Türkiye’de Sosyal Medya Kullanımı.....	45
2.5. Sosyal Medya Kullanım Amaçları.....	48
2.6. Benlik.....	50

2.6.1. Benlik Kavramı.....	53
2.6.3. İdeal Benlik	55
2.6.4. Benlik Saygısı	56
2.7. Benlik Saygısı ile Sosyal Medya Kullanımı Arasındaki İlişki.....	59
2.8. Özel Eğitim Öğretmenlerinden Sahip Olmaları Beklenen Nitelikler.....	64
2.9. Öğretmenlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Benlik Saygıları	67
BÖLÜM III	70
YÖNTEM.....	70
3.1. Araştırma Modeli	70
3.2. Evren ve Örneklem	71
3.3. Veri Toplama Araçları	73
3.3.1. Kişisel Bilgi Formu	73
3.3.2. Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği	73
3.3.3. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği	75
3.4. Verilerin Toplanma Süreci.....	78
3.5. Verilerin Analizi	78
BÖLÜM IV	79
BULGULAR VE YORUM	80
4.1. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları Nelerdir? ...	80
4.2. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları, Öğretmenlerin Demografik Özelliklerine Göre Anlamlı Bir Farklılık Göstermekte Midir?	81

4.2.1. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları, Öğretmenlerin Cinsiyetlerine Göre Anlamli Bir Farklilik Göstermekte Midir?	82
4.2.2. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları, Öğretmenlerin Yaşlarına Göre Anlamli Bir Farklilik Göstermekte Midir? ...	82
4.2.3. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları, Öğretmenlerin Medeni Durumlarına Göre Anlamli Bir Farklilik Göstermekte Midir?	83
4.2.4. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları, Öğretmenlerin Çalıştıkları Kurumun Niteliğine Göre Anlamli Bir Farklilik Göstermekte Midir?	83
4.2.5. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları, Öğretmenlerin Meslekteki Çalışma Sürelerine Göre Anlamli Bir Farklilik Göstermekte Midir?	84
4.2.6. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları, Öğretmenlerin Aylık Harcama Miktarlarına Göre Anlamli Bir Farklilik Göstermekte Midir?	85
4.2.7. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları, Öğretmenlerin Günlük Sosyal Medyada Geçirdikleri Süreye Göre Anlamli Bir Farklilik Göstermekte Midir?	85
4.2.8. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları, Öğretmenlerin En Sık Kullandıkları Sosyal Medya Sitesine Göre Anlamli Bir Farklilik Göstermekte Midir?	86
4.2.9. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları, Öğretmenlerin Haberleri En Fazla Takip Ettiği Sosyal Medya Sitesine Göre Anlamli Bir Farklilik Göstermekte Midir?	87

4.3. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygıları Ne Düzeydedir?	88
4.4. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygıları, Öğretmenlerin Demografik Özelliklerine Göre Anlamli Bir Farklılık Göstermekte Midir?	90
4.4.1. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygıları, Öğretmenlerin Cinsiyetlerine Göre Anlamli Bir Farklılık Göstermekte Midir?	90
4.4.2. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygıları, Öğretmenlerin Yaşlarına Göre Anlamli Bir Farklılık Göstermekte Midir?	91
4.4.3. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygıları, Öğretmenlerin Medeni Durumlarına Göre Anlamli Bir Farklılık Göstermekte Midir?	91
4.4.4. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygıları, Öğretmenlerin Çalıştıkları Kurumun Niteliğine Göre Anlamli Bir Farklılık Göstermekte Midir?	92
4.4.5. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygıları, Öğretmenlerin Meslekteki Çalışma Sürelerine Göre Anlamli Bir Farklılık Göstermekte Midir?	92
4.4.6. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygıları, Öğretmenlerin Aylık Harcama Miktarlarına Göre Anlamli Bir Farklılık Göstermekte Midir?	93
4.4.7. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygıları, Öğretmenlerin Günlük Sosyal Medyada Geçirdikleri Süreye Göre Anlamli Bir Farklılık Göstermekte Midir?	94
4.4.8. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygıları, Öğretmenlerin En Sık Kullandıkları Sosyal Medya Sitesine Göre Anlamli Bir Farklılık Göstermekte Midir?	95
4.4.9. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygıları, Öğretmenlerin Haberleri En Fazla Takip Ettiği Sosyal Medya Sitesine Göre Anlamli Bir Farklılık Göstermekte Midir?	96

4.5. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Benlik Saygısı Arasındaki İlişki Ne Düzeydedir?.....	96
BÖLÜM V	97
SONUÇ VE TARTIŞMA.....	97
Öneriler	104
İleriki Araştırmalara Yönelik Öneriler	104
İleriki Uygulamalara Yönelik Öneriler	105
KAYNAKLAR.....	106
EKLER	126
EK-1. Kişisel Bilgi Formu.....	127
EK-2. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği İzin Yazısı	129
EK-3. Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği İzin Yazısı.....	130

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Araştırmaya Katılan Özel Eğitim Öğretmenlerinin Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı	72
Tablo 2. Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği Model Uyum İndeksleri ve İlgili Kestirimleri	74
Tablo 3. Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği'ne ait Standartlaştırılmış Faktör Yük Değerleri	75
Tablo 4 . Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği Model Uyum İndeksleri ve İlgili Kestirimleri .	76
Tablo 5. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği'ne ait Standartlaştırılmış Faktör Yük Değerleri	77
Tablo 6. Araştırma Problemlerine Göre Kullanılan İstatistiki İşlemler.....	78
Tablo 7. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarına İlişkin Betimsel İstatistikler	80
Tablo 8. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Cinsiyetlerine Göre Hesaplanan T-Testi Sonuçları	82
Tablo 9. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Yaşlarına Göre Hesaplanan Varyans Analizi Sonuçları	82
Tablo 10. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Medeni Durumlarına Göre Hesaplanan T-Testi Sonuçları	83
Tablo 11. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Çalıştıkları Kurum Niteliğine Göre Hesaplanan T-Testi Sonuçları	84

Tablo 12. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Meslekte Çalışma Sürelerine Göre Hesaplanan Varyans Analizi Sonuçları.....	84
Tablo 13. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Aylık Harcama Miktarına Göre Hesaplanan Varyans Analizi Sonuçları.....	85
Tablo 14. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Sosyal Medyada Harcadıkları Zaman Miktarına Göre Hesaplanan Varyans Analizi Sonuçları ...	86
Tablo 15. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının En Sık Kullandıkları Sosyal Medya Sitesine Göre Hesaplanan Varyans Analizi Sonuçları	86
Tablo 16. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Haberleri En Fazla Takip Ettikleri Sosyal Medya Sitesine Göre Hesaplanan Varyans Analizi Sonuçları	87
Tablo 17. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygılarına İlişkin Hesaplanan Betimsel İstatistikler	89
Tablo 18. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygısı Düzeylerine İlişkin Hesaplanan Frekans ve Yüzde Değerleri	89
Tablo 19. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygısının Cinsiyetlerine Göre Hesaplanan Mann-Whitney U Sonuçları	90
Tablo 20. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygılarının Yaşlarına Göre Hesaplanan Kruskal-Wallis Analizi Sonuçları	91
Tablo 21. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygılarının Medeni Durumlarına Göre Hesaplanan Mann-Whitney U Sonuçları	91
Tablo 22. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygılarının Çalıştıkları Kurumun Niteliğine Göre Hesaplanan Mann-Whitney U Sonuçları	92
Tablo 23. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygılarının Meslekteki Çalışma Sürelerine Göre Hesaplanan Kruskal-Wallis Analizi Sonuçları	93

Tablo 24. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygılarının Aylık Harcama Miktarlarına Göre Hesaplanan Kruskal-Wallis Analizi Sonuçları	93
Tablo 25. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygılarının Sosyal Medyada Harcadıkları Zaman Miktarına Göre Hesaplanan Kruskal-Wallis Analizi Sonuçları.....	94
Tablo 26. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygılarının Sosyal Medyada Geçirdikleri Süreye Göre Hesaplanan Betimsel İstatistikleri	95
Tablo 27. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygılarının En Sık Kullanıldıkları Sosyal Medya Sitesine Göre Hesaplanan Kruskal-Wallis Analizi Sonuçları.....	95
Tablo 28. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygılarının Haberleri En Fazla Takip Ettiği Sosyal Medya Sitesine Göre Hesaplanan Kruskal-Wallis Analizi Sonuçları	96

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. We Are Social 2019 Ekim ayı sosyal medya kullanımındaki değişim istatistikleri..	3
Şekil 2. We Are Social 2019 Ekim ayı dünya sosyal medya kullanımı istatistikleri	3
Şekil 3. We Are Social 2021 Ocak ayı dünya nüfusunun cep telefonu, internet ve sosyal medya kullanımı istatistikleri.....	26
Şekil 4. We Are Social 2021 Bir yıl içerisinde dijital adaptasyon değişiklikleri	27
Şekil 5. Sosyal medya'nın temel kavramları.....	28
Şekil 6. Sosyal medya uygulamalarının kullanıma açılışlarını gösteren zaman çizgisi	30
Şekil 7. We Are Social 2021 Ocak ayı ıstagram'da ulaşılabilen kullanıcı sayısı	39
Şekil 8. Türkiye'de en fazla kullanılan sosyal medya platformları	47

SİMGELER VE KISALTMALAR LİSTESİ

MEB	Milli Eğitim Bakanlığı
RSBÖ	Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği
SMKAÖ	Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği

BÖLÜM I

GİRİŞ

Araştırmanın bu bölümünde, araştırmanın problem durumu, amacı, önemi, sayıltıları, sınırlılıkları ve araştırma ile ilgili tanımlara yer verilmiştir.

1.1. Problem Durumu

İnsanlığın varoluşundan beri süregelen bir gelişim ve değişim söz konusudur. Teknolojinin tarihi de insanlık tarihinin başlangıcına değin uzanmakta ve insanın ürettiği ilk araç gereç, teknolojinin başlangıcı olarak sayılmaktadır. İnsan hayatını ve yaşam şeklini etkileyen keşifler, bulunduğu çağı ve o dönemdeki jenerasyonu da derinden etkilemiştir. İnternetin keşfi ve teknolojinin gelişimine paralel olarak 20. Yüzyılın sonlarına doğru bilişim çağı başlamıştır. Bu durum birey, toplum, kültür ve diğer birçok alan üzerinde etki göstererek ciddi değişimlerin yaşanmasına neden olmuştur. Ancak teknolojide yaşanan bu değişimler, bilgi ve iletişimin küreselleşmesiyle birleşince, ortaya çıkan sorunların daha hızlı bir şekilde yayılmasına yol açmış, dünyayı saran teknoloji fırtınası birtakım sorunları da beraberinde getirmiştir (Küçükvardar, 2019). Bilişim çağı, insan hayatında birtakım sorunlara neden olduysa da kişiler arası iletişim için yeni bir fırsat olarak tanımlayabileceğimiz sosyal medyanın da kapısını aralamıştır.

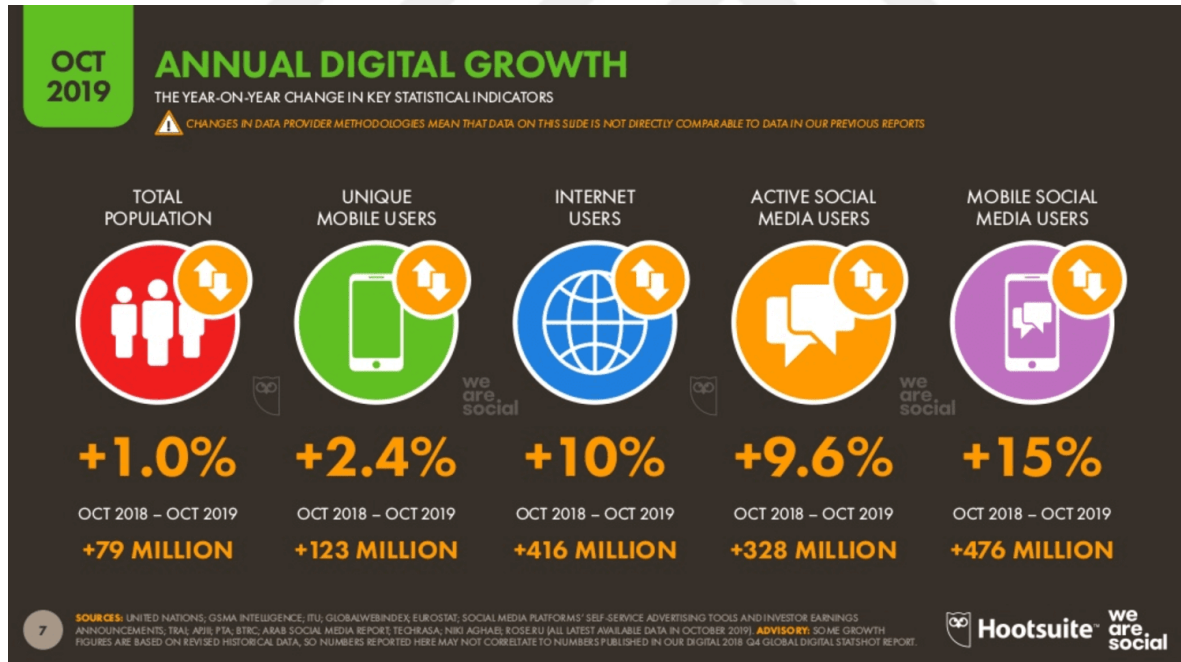
Sosyal varlıkların temel ihtiyaçları arasında yer alan iletişim, Crowley ve Heyer (2014)'e göre bilgi ve haberlerin karşılıklı değişimidir (Yaşar, 2020). Geçmiş çağlara bakıldığında insanlar, mağara duvarlarına, kilden yapılan tabletlere, hayvan postlarına, parşömenlere çeşitli figürler ve resimler yapıp yazılar yazarak iletişim kanalları oluşturmuşlardır.

Teknolojinin gelişmesi ile iletişim araçlarının çeşitliliği artmış ve bu iletişim araçlarına ulaşım gittikçe kolaylaşmıştır. Bir iletişim aracı olan internet çeşitli platformlar aracılığıyla kişiler arası ve kitle iletişimini sağlamaktadır. Web 1.0 teknolojilerinde içerik sadece kullanıcı tarafından okunabiliyorken, yani sadece tek yönlü iletişim söz konusuyken, Web 2.0 teknolojileri ile iletişim çift yönlü, yani interaktif olarak gerçekleşmeye başlamıştır. Web 2.0 teknolojilerinin bir bileşeni olarak sayılan sosyal medya Büyüksener (2009)'e göre, web 2.0 teknolojisinin interneti paylaşım ortamına çevirmesiyle giderek yaygınlaşmış, insanlarla olan iletişimi ve etkileşimi üst seviyelere çıkararak potansiyel bir güç haline gelmiştir. Cascio ve Montealegre, (2016)'e göre bunun nedeni internetin zaman ve mekândan bağımsız olarak sanal ortamda gerçekleşmesidir.

İnsanlığın yaşadığı büyük global değişimlerde internet başta olmak üzere teknolojilerin büyük bir etkisi söz konusudur (Güçdemir, 2003). İnternetin kendi içindeki gelişme dinamiğinin bir ürünü olarak hayat bulan sosyal medya ise her geçen gün insanlığın varlığını daha fazla sürdürdüğü, kendini ürettiği, kendisiyle bağlantılı ve kendi dışındaki ağı ve ilişkileri gözlemlediği/takip ettiği platformlardan biri statüsüne ulaşmıştır (Balcı, Bekiroğlu ve Yeles-Karaman, 2019). Kullanıcılarına kendilerini ifade etmek için yeni kullanım alanları açan ve benlik sunumuna imkân tanıyan sosyal medya, en basit ifadeyle internet kullanıcılarının birbirleriyle çevrimiçi iletişim kurmalarına olanak veren, içerik paylaşımı ve kişisel yorumlar gibi aktivitelere dayalı sosyal ağ siteleri olarak tanımlanabilir (Kirtiş ve Karahan, 2011). Sosyal medyanın bir bileşeni olan sosyal ağlar çeşitli amaçları gerçekleştirmek için aktif bir şekilde kullanılmaktadır. Sosyal medya, kullanıcılarının kendi profillerini tanımlayarak her farklı kesimden insanla etkileşime geçtiği, bununla birlikte sosyal yaşamlarında da kullandıkları jest ve mimik hareketlerini yansıtan simgelerle düşünce ve duygularını ifade ettiği, bu sayede de iletişim kurduğu 'sosyal ağlar' olarak da tanımlanmaktadır. (Tektaş, 2014). Büyüksener'e (2009) göre sosyal medya, kullanıcıların birbiri ile etkileşiminin çok hızlı olduğu ve iletişim, ticaret, arkadaşlık ve çevre edinme gibi amaçlara hizmet eden platformlardır. Özetle sosyal medya kavramı, bütün sosyal ağ sitelerini içine alarak geniş bir platform olan bir şemsiye kavram olarak tanımlanabilir.

Sosyal medya siteleri arasında en çok kullanılan platformlara örnek olarak sosyal ağlar gösterilebilir (İşlek, 2012). Sosyal ağlara örnek olarak Facebook, Twitter, Pinterest, Tumblr, Youtube, LinkedIn, Instagram ve Wikipedia örnek olarak gösterilebilir.

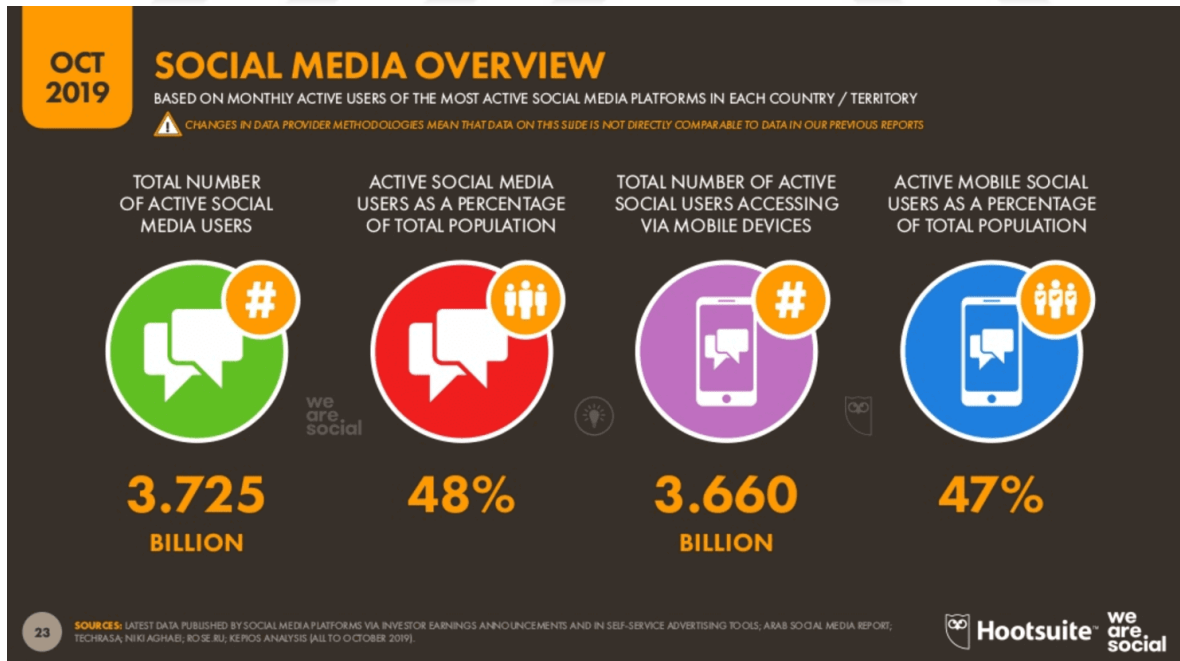
Sosyal medya platformları kitlelere hızlı, kolay ve ucuz iletişim için fırsatlar sunmaktadır. We Are Social ve Hootsuite'in 2019 şubat ayı verilerine göre dünyadaki sosyal medya kullanıcılarının sayısı 2018'den bu yana 280 milyondan fazla artış göstermektedir. Ortalama bir internet kullanıcısı her gün çevrim içi olarak altı buçuk saatini internette harcamaktadır. Cep telefonu kullanan kişi sayısında 100 milyondan fazla artış görülmüştür, yani dünya nüfusunun üçte ikisi aktif olarak cep telefonu kullanmaktadır (We Are Social, 2019). Ekim ayında yayınlanan 4. çeyrek verilerinde ise 4,47 milyar internet kullanıcısı, 3.72 milyar sosyal medya kullanıcısı, 5.15 milyar mobil kullanıcısı, 3.66 milyar mobil sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır (Şekil 1).



Şekil 1. We Are Social 2019 Ekim ayı sosyal medya kullanımındaki değişim istatistikleri
“We Are Social, ‘Digital in 2019’ <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>”

2019 4. çeyrek verilerine göre sosyal medya kullanıcı sayısı 3,72 milyara ulaşmıştır (Şekil 2). Dünya genelinin %48'i sosyal medya kullanmaktadır ve mobil sosyal medya kullananların sayısı ise 3,66 milyara ulaşmış durumdadır sosyal medya kullanımının gün

geçtikçe arttığını ve gittikçe insan hayatında daha önemli bir yer edindiğini söyleyebiliriz. Sosyal medyanın yaşamın bu denli merkezî bir bileşeni ve gerçekliği konumuna erişmesi, teknolojik gelişmelerin bir komplikasyonu olarak nitelenebilecek türden sorunları da toplumsal yaşamın gündemine taşımaktadır (Balcı vd., 2019). Bu sorunların kas ağrısı, göz ağrısı ve baş ağrısı gibi bazı fiziki problemler ortaya çıkarması dışında, sosyal medyanın fazla kullanılması depresyon, hoşgörü eksikliği, kaygı ve üzüntü gibi bilişsel ve duyuşsal problemlere de neden olmaktadır (Demir-Türkdoğan, 2019). Sosyal medyanın birey üzerinde çeşitli olumlu sonuçları da bulunmaktadır. Bunlara örnek olarak sosyal medya kullanımının, sağlıklı beslenme ve egzersiz gibi sağlıklı yaşam tarzlarına teşvik etmede etkili olması (Hamm, Shulhan, Williams, Milne, Scott & Hartling, 2014) ve yeni sosyal ilişkilerin gelişmesine olanak sağlayıp, kişilerarası iletişimi ve haberleşmeyi kolaylaştırarak arkadaşlık ilişkilerini güçlendirilmesi (Savcı ve Aysan, 2017) verilebilir. Bu sonuçlarda yola çıkarak sosyal medyanın birey üzerindeki etkilerinin, kullanım şekillerine ve amaçlarına göre değişiklik gösterdiğini söyleyebiliriz.



Şekil 2. We Are Social 2019 Ekim ayı dünya sosyal medya kullanımı istatistikleri, “We Are Social, ‘The Global State of Digital in October 2019’ <https://wearesocial.com/blog/2019/10/the-global-state-of-digital-in-october-2019>”

Ağ teknolojilerini kullanarak kullanıcıların etkileşimini sağlayan araç, hizmet ve uygulamaların bütünü olarak tanımlayabileceğimiz sosyal medya (Boyd ve Ellison, 2007), kullanıcılarının çeşitli istek ve ihtiyaçlarına hizmet etmektedir. Sosyal medya kullanım alanları kullanıcıların amaçlarına göre şekillenmektedir. Alan yazına incelendiğinde sosyal medya kullanım amaçlarından bazılarının sosyal etkileşim (Akbulut, 2018; Bostancı, 2010; Boyd ve Ellison, 2007; Joinson, 2004; Liu ve Baumeister 2016; Savcı ve Aysan, 2017; Tektaş, 2011) bilgiye ulaşma (Bayyar, 2019; Carpenter, Morrison, Craft ve Lee, 2020; Hazar, 2011; Kılıç, 2019; Yaylak, 2017; Yıldırım ve İpek, 2020) ve eğlenme-boş zaman geçirme (Çemrek Baykuş ve Özaydın, 2013) olduğu görülmüştür.

Sosyal medya kullanımının artmasıyla iletişim şekillerimiz çeşitlenmiş ve sosyal medya hayatımızın birçok alanında yer almaya başlamıştır. Değişen bu iletişim şeklinin alışkanlık haline gelerek günlük yaşama ait bir parça olması, araştırmacıların aşırı derecede sosyal medya kullanımını gündeme getirmelerine vesile olmuştur (Tutgun-Ünal, 2015). Sosyal medyanın insan hayatındaki etkileri, kullanım amaçları, şekilleri ve sosyal medyada geçirilen zaman ile ilişki içindedir. İnternetin sosyal medya ile altın çağını yaşadığı düşünülse de sosyal medya ile insanların karşı karşıya kaldıkları problemler ve risklerde artışlar olmuştur ve daha da artış olacağı öngörülmektedir (Demir-Türkdoğan, 2019).

Gündelik hayatın ayrılmaz bir parçası olan sosyal medya kullanıcılarının istek ve ihtiyaçlarına yönelik olarak çeşitli amaçlar dahilinde kullanılabilmektedir. Bireyler sosyal medyadan kendileri ile ilgili olan geribildirimlerle bireyler, kendi benlik kavramlarını şekillendirirler (Yüksel-Şahin ve Öztoprak, 2019). Bireyin kendine dair yani zihinsel ve fiziksel özelliklerini, bu özellikleri nasıl değerlendirdiği benlik kavramını oluşturur. Kişinin kendisini zihninde temsil ediş biçimi olarak açıklanabilen benlik kavramı, kişinin kendisiyle ilgili algılamalarının, kişisel atıflarının, sosyal rollerinin, geçmiş yaşantılarının ve gelecekte beklentilerinin tamamının zihninde oluşturduğu ben kavramını olarak da değerlendirilebilir (Cevizoğlu, 2019, sy.6). Benlik kavramı benlik saygısından farklıdır, çünkü benlik saygısı bir çocuğun genel refah duygusunu gösterir (Zelege, 2004). Pişkin (2003)e göre benlik kavramı bir bakıma ideal benlik, benlik imgesi ve benlik saygısı kavramlarını içine alan

şemsiye bir kavram olarak görülebilir. Benlik imgesi bireyin ne olduğunu, ideal benlik bireyin olmayı arzu ettiği ben'ini, benlik saygısı ise bireyin ne olduğu ile ne olmak istediği arasındaki farka ilişkin duygularını gösterir" (Göktaş, 2008). Yani bireyin sahip olmayı arzuladığı benlik ve sahip olduğu benlik arasındaki düşünceleri benlik saygısını ifade etmektedir.

Tafarodi ve Swann (1995) yeterlilik ve değeri, benlik saygısının iki temel ekseni şeklinde kabul etmiş ve benlik saygısını, öz yeterlilik ve kendini sevmeye olarak iki boyutlu bir yapıya ayırarak incelemişlerdir. İki boyutlu olarak ele aldıkları benlik saygısının evrensel benlik saygısını oluşturduğunu, birbirlerine bağımlı oldukları kadar farklı boyutlarının da olduğunu belirtmişlerdir. Kendini sevmeye boyutunda birey kendini değerlendirmektedir ve bu değerlendirme sonucunda olumlu veya olumsuz bazı yargılara varmaktadır. Bireyin kendini sevmeye düzeyinin yüksekse, bulunduğu sosyal ortamlara pozitif katkı vermekte, o ortamlarda daha rahat davranarak ve kendini kolayca kabul edebilmektedir.

Benlik saygısı kavramı, kişinin yapabileceklerinin ve başarabileceklerinin bilincinde olması, kendine olan inancının ne düzeyde olduğu, herhangi bir görevi yerine getirebilmek için birtakım eylemleri sistemli hale getirerek üstesinden gelecek biçimde yapabilme yetisine dair kendini algılayışıdır (Sarıçayır, 2019). Diğer bir ifadeyle bir kimsenin kendine dair inançları ve yargıları, karşılaştığı durumlarla başa çıkma becerisi ve bu olaylar karşısında tutumları, kısaca kendini algılayış biçimlerinin, kişinin sahip olduğu benlik saygısını oluşturduğunu söyleyebiliriz.

Kişinin kendini değerlendirmeleri sonucunda oluşan ve olumlu ya da olumsuz bir yapıda olabilen benlik saygısının düşük olması bireyin iç dünyasında boşluk duygusu yaratmakta, toplumsal yaşamda çeşitli uyum problemlerine neden olmakta ve gün geçtikçe bireyin psikolojik sağlığının bozulmasına neden olmaktadır. Ayrıca, benlik saygısı düşük olan bireyler, düşük özgüven düzeyine sahiptir ve duygularını açıklamakta zorlanmaktadır (Gazda'dan aktaran Çelik ve Odacı, 2012). Buna ek olarak benlik saygı düzeyleri düşük kişiler kendilerine karşı benlik saygısı yüksek kişilere göre kendilerine karşı daha az güven duymakta ve kendilerinden istenenleri başaramayacakları duygusunu daha yoğun bir

şekilde yaşayarak, başarısızlık sonucunda oluşacak doğal mahcubiyet duygusunu yaşamaktan kaçınmak için riskli durumlardan kendilerini sürekli olarak uzak tutmaya çalışmaktadırlar (Pişkin 2003). Kendini sevme düzeyi düşük olan kimseler, kendini zayıf ve önemsiz hissedip ve sosyal ortamlara girmekte yetersizlik yaşayabilmektedir (Balcı, Karakoç ve Öğüt, 2020). Kendini ifade etmekte zorlanan ve sosyal ortama girmekte yetersizlik yaşayan bireyler için sosyal medya platformlarının, sosyalleşmek için bir alternatif olduğunu söyleyebiliriz.

Diğer bireylerle iletişim kurabilmek ve sosyal yalıtılmış hissinden kurtulmak için sıklıkla kullanılan sosyal medya (Liu ve Baumeister, 2016), pandemi sürecinde de aktif olarak kullanılmıştır. İlk olarak Çin'in Wuhan kentinde görünen ve giderek bütün dünyaya yayılan COVID-19 hastalığı sonucunda, ülkeler ciddi önlemler almak zorunda kalmıştır. Alınan bu önlemlerin bir tanesi "Sosyal izolasyon"dur (Sağlık Bakanlığı, 2020). Sosyal izolasyon bireylerin diğer insanlardan uzak bir şekilde, sosyal olarak izole edilmiş bir ortamda bulunmaları olarak tanımlanabilir. Pandemi sürecinin beraberinde getirdiği sosyal izolasyon sonucunda bireyler sosyal ortamlarından uzak kalmaktadırlar. Bu bireylerin sosyalleşmek ve zaman geçirmek için sosyal medyayı kullandıkları ve dünya çapında sosyal medya kullanımının arttığı bilinmektedir (Yıldırım ve İpek, 2020). Mayfield'e göre İnsanlar yalnızlıklarını ve duygusal eksikliklerini giderebilmek için sosyal paylaşım sitelerinde daha fazla zaman geçirmektedir (Büyük, 2017). Birçok birey, COVID-19 salgını sonrasında da kazandıkları yeni alışkanlıklarının devam etmesini istediklerini ve 7 kişiden 1'i (yüzde 15) sosyal medyada daha fazla zaman geçirmek istediğini belirtmiştir (WeaAreSocial, 2020). Aynı zamanda COVID-19 salgınına benzer krizlerde toplumlar stres ve kaygılarını azaltmak ve depresyonu hafifletmek amacıyla teknolojiyi daha aktif kullanmaktadırlar. Teknoloji çeşitli meslek gruplarında çalışan insanların evden çalışabilmesine vesile olurken, bu süreçte sosyalleşmenin de ana aracı haline gelmiştir.

Pandemi sürecinde alınan tedbirler, yüz yüze eğitime ara verilmesini de kapsamaktadır. COVID 19 sürecinde, yüz yüze eğitime ara verilmesi nedeniyle eğitim-öğretim sürecinin aksamaması adına hızlı bir kriz yönetimi ile web tabanlı uzaktan eğitim sürecine geçiş

yapılmıştır (Keskin ve Özer, 2020). Uzaktan eğitim, gelişen internet teknolojileri ve bilgisayarlar yardımı ile eğitimin öğrencilere web tabanlı olarak ulaşması anlamına gelmektedir (Newby, Stepich, Lehman & Russell'dan aktaran Keskin ve Özer, 2020). Bilişim teknolojileri konusunda gereken yeterliliğe sahip olan öğretmen veri toplamak, analiz edebilmek ve vardığı sonuçlardan okul yönetimi, eğitimcileri ve velileri haberdar edebilecek bir ağ kurabilmelidir (MEB, 2006). Uzaktan veya yüzyüze eğitim sunan tüm eğitim kuruluşlarında, kamu ya da özel sektörde personel ve öğrenci yetiştirebilmek için internet kullanılmaktadır. Eğitimde beklenen verim, hedeflenen davranışların öğrencilere kazandırılması ile mümkün olmaktadır. Geleneksel sistemlerde hedef davranışları kazandırmak, öğretmen öğrenci etkileşiminde ve çoğunlukla anlatı yöntemiyle işlenen dersler sonucunda gerçekleşmektedir. Günümüzde ise sadece öğretmene bağlı, öğretmenin tek başına etkin olduğu bir yöntem değil, öğretmenin yönetiminde teknolojik bilgi kaynaklarına bağlı bir yöntem kullanılmaktadır. Pandemi sürecinde öğretmenlerin teknolojiyi aktif ve verimli bir şekilde kullanabilmesinin gerekliliğinin önemi bir kez daha vurgulanmıştır. Teknolojiyi etkin bir şekilde kullanmanın önemini öğretmenler ve öğrenciler yaşayarak öğrenmiştir. Bu noktada öğretmen, eğitim ve öğretim süresince internetten faydalandığı gibi internet aracılığıyla öğrenci ve ailesiyle etkileşime geçmeli, onlara rehber olmalıdır. Eğitim süreci boyunca öğrenciye, bilgiye nasıl ulaşabileceğine dair yol göstermelidir.

Bilişim teknolojileri içinde yer alan sosyal medya öğretmenler tarafından kişisel ve öğretimsel amaçlar için kullanılmaktadır. Eğitsel açıdan birçok fırsatın kapısını açan sosyal medya öğretmenlere, bilgiye ulaşma, iletişim, kaynak paylaşma gibi fırsatlar sağlamaktadır. Bireylerin çeşitli türdeki performansları elde edebilmek için gerekli olan eylemleri yapabilme ve devam ettirme konusundaki inançları öz yeterlilik kavramı ile ifade edilmektedir (Tekin, Erdoğan ve Şanlı, 2021). Öz yeterlilikleri yüksek olan bireyler, öz yeterliliği düşük bireylere göre bilişim teknolojilerini kullanmaya daha yatkın ve istekli olurlar (Sarıçayır, 2019). Öz yeterlik algıları yüksek olan öğretmenlerin bilişim teknolojilerini eğitim programlarına adapte olabilme becerilerinin yüksek olduğu, öz yeterlik

algısı bilişim teknolojileri konusunda gelişmiş olan öğretmenlerin bilişim teknolojilerini zorlanmadan kullanabilecekleri, karşılaştıkları problemleri rahatça çözebilecekleri, öz yeterlik algıları bilişim teknolojilerinde yetersiz olan öğretmenlerin ise bilişim teknolojilerini eğitim programlarına adapte edebilme konusunda problem yaşayacakları, bu teknolojileri kullanmakta zorlanacakları söylenebilir (Sarıçayır, 2019). Tafarodi ve Swann (1995) öz yeterliliği benlik saygısının bir bileşeni olarak ele almışlardır. Öz yeterliliği yüksek olan bireylerin benlik saygısının da yüksek olduğunu ve teknolojiyi daha etkin bir şekilde kullanabileceğini söyleyebiliriz. Buradan yola çıkarak Benlik saygısı yüksek olan öğretmenlerin, eğitim öğretim süreçlerinde daha aktif rol alıp, süreçleri etkin bir şekilde yönetebildiğini söylemek mümkündür. Eğitsel süreçler haricinde teknolojinin bir parçası olan sosyal medya platformları da eğitimsel ve kişisel amaçlar için kullanılmaktadır.

Ajjan ve Harsthone (2008), sosyal paylaşım sitelerinin eğitim süreçlerinde kullanımının öğrenmeyi olumlu yönde etkilediğini, okul öğrenci ve öğretmen arasında etkileşim sağladığını, öğrencilerin derslere ilişkin memnuniyetlerini artırdığını, öğrencilerin yazma becerilerini geliştirdiğini ve derslere entegrasyonu kolay araçlar olduğunu savunmaktadır. Toğay, Akdur, Yetişken ve Bilici (2013) sosyal medyanın eğitim ve öğretim süreçlerindeki etkisini belirlemek için Gazi Üniversitesi, Ankara Meslek Yüksek Okulunda öğrenim gören 60 öğrenciye bir dönem boyunca ders öğrenim süreçlerinde aktif olarak sosyal medya ortamlı öğrenim desteği sağlamıştır. Araştırmanın sonucunda, sosyal medya ile eğitim süreçlerinin desteklenmesinin öğrenci öğrenmelerinde etkili bir rol üstlendiği, öğrenme süreçlerini kolaylaştırdığı ve eğitim süreçlerini geliştirdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Sosyal medya ders etkileşimini sağladığı gibi öğretmen öğrenci etkileşimi de sağlamaktadır. Öğretmen ve öğrencilerin gereksinim duydukları çevrimiçi iletişim ve bilgi paylaşımı, sosyal ağların sahip oldukları güçlü özellikler sayesinde internet siteleri üzerinden kolaylıkla sağlanabilmektedir (Deperlioğlu ve Köse, 2010). Bu etkileşimi arttırmak için öğretmenler öğrencilere kendileriyle ilgili kişisel ve profesyonel bilgilerini paylaşabilir, yani kendilerini açabilirler. Sosyal medya platformları kişisel verilerin de paylaşıldığı kendini açmak için kullanılabilen bir platformdur (Demir, 2020). Öğretmenler, öğrencilerinin derse katılımını,

motivasyonunu ve algılama düzeylerini artırmak, içeriğin daha anlaşılır olmasını sağlamak, öğrenciyle yakınlık kurmak ve ilişkilerini geliştirmek ve duyuşsal öğrenmeleri artırmak amaçlarıyla kendilerini öğrencilerine açarlar. Demir (2020), öğretmenlerin sosyal medyada kendini açma davranışlarını 18 gönüllü öğretmen katılımcı görüşüne göre incelemiştir. Öğretmenlerin sosyal medya üzerinden yapmış oldukları akademik içerikli, kişisel ve özel bilgiler içeren, eğlenceli, güncel konularla ve sosyal içerikleri ilgili paylaşımlar ve etkileşimler yoluyla öğrencilerine kendilerini açtıkları sonucuna ulaşmıştır. Aynı zamanda öğretmenlerin, duyuru ve bilgilendirme yapma, katılımın artması, iletişimi güçlendirme ve içeriğin daha anlaşılır olması gerekçeleri ile kendilerini sosyal medya üzerinden öğrencilerine açtıklarını belirlemişlerdir. Öğretmenlerin kendilerini öğrencilerine sosyal medya üzerinden açmaları sonucunda öğrencilerin olumlu duyuşsal öğrenmeler edindiğini, derse katılımlarının arttığını, içeriğin daha anlaşılır olduğunu ve öğrencilerin akademik başarılarının arttığını saptamışlardır.

Yeni kuşaklar yetiştiren öğretmenler bireylerin ve toplumların iyi oluşlarını etkilemede önemli bir rol üstlenmektedir. Öğretmenlik mesleği, geleceğin yetişkinleri ve öğrencilerin yetiştirilmesi, eğitimleri ve gelişimleri açısından stratejik bir önem taşımaktadır (Girgin ve Baysal, 2005). Öğretmenlerin gelişime açık, kendisine güvenen, başarılı iletişim kurabilen, stresle ve problemlerle başa çıkabilen, kısaca yüksek benlik saygısına sahip olan bireylerin sahip olduğu özellikleri taşıması gerektiğini söyleyebiliriz. Aynı zamanda kendi kendini motive eden ve kendine güvenen, kendi kendini analiz etme yeteneği olan, kötü alışkanlık ve davranışlardan uzak olan bireyler olması, öğretmenlerden beklenen niteliklerdendir (Bilgen'den aktaran Yetim ve Göktaş, 2004). Kendine dair inancı ve sevgisi olan, kişi ile diğer bireyler arasında başlatılan diyaloglar ve iletişimin şekillendirilmesi ile doğrudan ilişkisi olan benlik saygısı (Stenler, 2019) yüksek öğretmenlerin, gelecek kuşaklara olumlu yönde katkılar sağlayabileceğini söyleyebiliriz. Öğretmenlerin öğretim işinde etkili bir rol üstlenip, bu işi etkili bir şekilde gerçekleştirebilmeleri, kendileri hakkındaki yetenekleri ve başarabileceklerine olan inancı ile doğrudan ilişki halindedir (Karahan ve Balat, 2011).

Zydziumaite vd., (2020) toplam 418 okul öncesi, ilkokul ve meslek öğretmenlerinin katılımı ile öğretmenler liderliğinde benlik saygıları, iş yükleri ve eğitim süreçleri ve hazırlıkları için harcadıkları zaman arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Öğretmenlerin iş yüklerinin arttıkça eğitim öğretim süreçlerine hazırlık yapmada zorlandıkları, stres yaşadıkları ve benlik saygılarının bu durum karşısında azaldığı çalışmanın bulguları arasındadır. Stres ve düşük benlik saygısına sahip öğretmenlerin, eğitim-öğretim sürecini etkin bir şekilde yönetemeyeceği dolayısıyla eğitim-öğretimin bu durum karşısında niteliğinin düşeceğini söyleyebiliriz.

Özel eğitim öğretmenleri, özel eğitime ihtiyacı olan bireylerin, eğitim öğretim süreçlerini gerçekleştiren öğretmenlerdir. Özel eğitim; gelişimsel açıdan akranlarından farklı ve özel gereksinimli bireylere verilen, üstün yeteneklere sahip olanları yeterlilikleri yönünde yeterliliklerinin en yüksek noktaya ulaşmaları konusunda destekleyen, yetersizlikten etkilenme düzeyinin engel durumuna dönüşmesinin önüne geçen, özel gereksinimli bireyleri bağımsız duruma getirerek, sosyalleşmelerini ve üretken kişiler olmasını sağlayacak beceriler ile dolu eğitim sürecidir (Ataman, 2011, sy.19). Bu tanımdan yola çıkarak özel eğitim öğretmenlerinin; özel gereksinimi olan bireylere günlük eğitim/öğretim ve yaşamsal desteklerde bulunan yetişmiş personeller olduklarını söyleyebiliriz (Diken, 2011, sy.12). Özel gereksinimli bireylere destek, eğitim ve öğretim sağlayan özel eğitim öğretmenlerinin kişisel ve mesleki özellikleri, eğitim sürecinde ve kalitesinde önemli bir konumda yer almaktadır. Özel gereksinimli çocukların eğitimi söz konusu olduğunda, çocukların bireysel farklılıkları ve kişisel özelliklerinden dolayı özel eğitim öğretmenliği özel eğitim öğretmenliği daha stresli hale gelebilir (Karahan ve Balat, 2011). Bu noktada özel eğitim öğretmenlerinin stresle başa çıkma düzeyinin, eğitim-öğretim sürecinin etkililiğinde önemli bir rol oynadığını söyleyebiliriz.

Özel gereksinimli bireylerin eğitim, öğretim süreçlerinde aktif rol alan özel eğitim öğretmenlerinin belirli niteliklere sahip olması beklenmektedir. Fedakarlık gerektiren bir meslek alanında çalışmakta olan özel eğitim öğretmenlerinin özgeci bireyler olmalarını ve özgeciliğe paralel olarak prososyal davranışlar göstermelerini bekleyebiliriz. *'Başkalarının*

gelişimi, korunması, varlığını sürdürmesine yönelik yapılan davranışları insanların üstlenmesi nasıl mümkün olabilir?’ sorusuna yanıt bulabilmek için özgeciliğin ve prososyal davranışın varlığı ile ilgili içsel ve dışsal değişkenleri tanımlamanın ve ölçmenin önemli bir strateji olduğunu savunan Karadağ ve Mutağçılar (2009), aynı zamanda özgecilik ile prososyal davranış arasında çok sıkı ve pozitif bir ilişki olduğunu savunmaktadır. Eisenberg ve Mussen (1989) prososyal davranışları, bireylerin diğer bireylere yardım etmek veya fayda sağlamak amacıyla yaptığı davranışlar olarak tanımlanırken (Taşdemir, 2020), özgecilik ise Manteer ve Willover (1994) tarafından davranışı gerçekleştiren kişinin ödül beklemeeksizin o davranışı yapması olarak tanımlanmaktadır (Karadağ ve Mutağçılar, 2009). Birbiri ile aynı iki tanım olarak görülse de daha geniş bir perspektiften bakıldığında özgeciliğin, prososyal davranışların yapı taşlarından birisi olduğunu söyleyebiliriz. Köksal, Gürsoy ve Yapar (2018) kamuda çalışan 103 katılımcı ile yaptıkları çalışmada, özgecilik ile çalışma performansı arasında pozitif yönde anlamlı ilişki bulmuşlardır. Aynı zamanda Taşdemir (2020) 601 öğretmen ile yapmış olduğu çalışmasında, öğretmenlerin prososyal davranışları ile mesleki tükenmişlik ve iş doyumunu arasında anlamlı ilişki olduğunu tespit etmiştir. Bu bulgular doğrultusunda prososyal davranışların öğretmenlik mesleğinde önemli bir konuma sahip olduğu söylenebilir. Özgecilik, öğretmenlerin mesleğini devam ettirmesi ve öğretmeyi meslek olarak seçmeleri için onları motive eden bir olgudur (Karadağ ve Mutağçılar, 2009). Carlo’ya (2014) göre prososyal davranışların benlik saygısı üzerinde etkili olduğu bulgusu yer almaktadır (Büyük, 2017). Yüksek benlik saygısına sahip özel eğitim öğretmenlerinin, gelişimsel olarak yetersizlikten etkilenmiş bireylerin eğitimlerini üstlenirken prososyal davranışlar sergileyeceğini söyleyebiliriz. Diğergamlık özelliğinin önemini vurguladığımız özel eğitim öğretmenlerinden, giderek globalleşen dünyada gelişmeleri takip ederek, gerekli eğitim öğretim ortamı yaratarak öğretim süreçlerini olabilecek en etkin bir şekilde gerçekleştirmesi beklenmektedir.

Literatürde özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygısı ve sosyal medya kullanım amaçları arasındaki ilişkiyi incelemek amaçlı yapılan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışma ile özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçları ile benlik saygısı, çeşitli

değişkenler açısından incelenecek ve sosyal medya kullanım amaçları ile benlik saygısı arasındaki ilişki saptanacaktır.

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçları ve benlik saygısının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi ve aralarındaki ilişkinin saptanmasıdır.

Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır.

- 1) Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçları nelerdir?
- 2) Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçları, (a) cinsiyete, (b) yaşa, (c) medeni durumuna, (d) çalıştığı kurumun niteliğine, (e) meslekteki çalışma süresine, (f) aylık harcama miktarına, (g) günlük sosyal medyada geçirdiği süreye (h) en sık kullandığı sosyal medya sitesine (ı) haberleri en fazla takip ettiği sosyal medya sitesine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
- 3) Özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygıları ne düzeydedir?
- 4) Özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygısı, (a) cinsiyete, (b) yaşa, (c) medeni durumuna, (d) çalıştığı kurumun niteliğine, (e) meslekteki çalışma süresine, (f) aylık harcama miktarına, (g) günlük sosyal medyada geçirdiği süreye (h) en sık kullandığı sosyal medya sitesine (ı) haberleri en fazla takip ettiği sosyal medya sitesine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
- 5) Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçları ile benlik saygısı arasındaki ilişki ne düzeydedir?

1.3. Araştırmanın Önemi

Web 1,0'dan Web 2,0'a geçilmesiyle birlikte internet kullanıcıların tüketici halden üretici hale gelmeleri sağlamış ve bu yeni teknolojik alt yapının sunduğu olanaklar sayesinde bireyler, kendilerine sunulan içeriğin yalnızca birer izleyicisi olmaktan çıkarak, içeriklere katkıda bulunabilen ve içeriklerin üretilmesi sürecine dahil olarak aktif kullanıcılar haline

gelmişlerdir (Çemrek vd., 2014). Gelişen teknoloji interneti gündelik hayatın vazgeçilmezleri arasına sokmuştur (Küçükvardar, 2019). Özellikle geçtiğimiz son yirmi yıl içerisinde gerçekleşen internetin yükselişinin akıllı telefonlar, sosyal medya ve diğer mecraların toplum ve kültüre yaptığı etkinin kaçınılmaz ve güçlü olduğu görülmektedir. Pew Araştırma Merkezi'ndeki bir çalışmada, gençlerin neredeyse dörtte üçünün akıllı telefonlara sahip olduğu, bunların sadece yüzde 30'unun basit bir cep telefonuna sahip olduğu ayrıca gençlerin sadece yüzde 12'sinin 17 yaşına kadar herhangi bir cep telefonuna sahip olmadığı ortaya koyulmuştur (Lenhart, 2015). Cep telefonu kullanımının yaygınlaşması ile sosyal medya kullanım amaçlarının da çeşitlendiğini söyleyebiliriz. Sosyal medya platformlarında gün geçtikçe yeni sosyal ağlar eklenmektedir. Bu sosyal ağlar yeni amaçlara hizmet etmektedir. Çok çeşitli fotoğraf, müzik, konum, video kısacası gönderi paylaşabilecek sosyal ağlar kullanıcılarına hizmet sunmaktadır. Bu sosyal medya platformlarının çeşitliliğinin ve kullanıcı sayısının artışına neden olmaktadır.

İnternetin hızlıca erişebilir nitelikte olması ve bireylerin karşılaştığı zorluklardan kaçış amacına hizmet etmesi kullanımın çeşitlenmesine neden olan unsurlar arasında gösterilebilir (Armstrong, Phillips, ve Saling, 2000). Kırık, Arslan, Çetinkaya ve Gül (2015) 13-19 yaşındaki öğrencilerle yaptıkları bir çalışmada, sosyal medyanın günlük yaşam üzerinde etkili olduğu ve sosyal medyanın problemli kullanımı ile sosyal medyada geçirilen zamanın arasında pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bilişsel-Davranışçı Teori'de sosyal ağları aşırı bir şekilde kullanmanın, uygun olmayan algılamalar sonucunda geliştiği belirtilmekte; düşük özsaygı ve negatif benlik kavramıyla daha da kötüleştigi ve bağımlılığa yol açtığı ifade edilmektedir (Andreassen 2012; Kuss ve Griffiths 2017).

Medya bireylerin bilgi, kanaat tutum, duygu ve davranışları üzerinde büyük oranda bir etkileme gücüne sahiptir (Arslan, 2004). Bireyin kendisi ile ilgili yaptığı, sonra da bunu alışkanlıkla benimsediği değerlendirmeleri (Rosenberg, 1965) olarak tanımlanabilen benlik saygısının seviyesi, bireyin hayatının bütün alanlarındaki kendine ve çevresine dair ölçümleriyle, tutumlarıyla, ilişkileriyle ve tercihleriyle şekillendiğini söyleyebiliriz. Buradan yola çıkarak kişinin kendine dair değerlendirmelerini ve tutumlarını içeren benlik

saygısının şekillenmesinde medya ve sosyal medyanın bir role sahip olduğu sonucuna ulaşabiliriz.

Benliğimizin yapısı, dünyayı, başkalarını ve kendimizi nasıl görüp algıladığımızı belirler, varoluşumuzun temelini oluşturur ve her türlü duygu düşünce ve davranışımızı etkiler (Kağıçbaşı, 2005). Kişinin var olan benliği ile sahip olmak istediği benliği yani ideal benliği arasındaki fark benlik saygısı olarak ifade edilmektedir. Başka bir deyişe göre kişinin kendini nasıl değerlendirdiği ve algıladığı, kendine karşı oluşturduğu yargı ve tutumlar benlik saygısını oluşturmaktadır.

Benlik saygısı düşük ya da yüksek olarak tanımlanabilmektedir. Bendig'e (1964) göre düşük benlik saygısına sahip olan bireyler; toplumsal alanlarda iletişim kurmakta başarısız ve utangaç davranırken, yüksek benlik saygısına sahip olan bireyler, toplumsal alanlarda iletişim kurmakta çekinmeyen, kendini koruma ve olduğundan farklı gösterme eğilimi olmayan davranışlar sergilemektedir (Büyük, 2017). Yüksek benlik saygısına sahip olan bireyler, kendilerini değerli ve yeterli görürler, kendilerine dair tutumlarından dolayı kendi görüşlerini kabul edip, buna inanır ve böylece hem davranışlarına hem de ulaştığı sonuçlara güven duyarlar. Yüksek benlik saygısına sahip olan bireylerin tutumları ve beklentileri, onları daha çok bağımsızlığa ve yaratıcılığa yönlendirerek, daha gayretli ve atılgan sosyal davranışlar göstermelerini olanaklı kılar. Benlik saygısı düşük olan bireyler, kendilerini değersiz ve yetersiz görürler, olaylarla başa çıkma güçlerinin olmadığını düşünüp, çevreden çabuk etkilenerek, tutum ve inançlarını kolaylıkla değiştirirler. Günlük yaşamda karşılaştıkları streslerle başa çıkmada zorlanırlar ve bu duygularını kontrol etmekten uzaktırlar. Kendilerine ve çevrelerindeki bireylere karşı güven duymazlar, insan ilişkilerinde yetersizlik göstererek, incinme kaygısından dolayı yakın ilişkiye girme konusunda çekingen davranırlar ya da yakın ilişkiye girmezler, sevgi ve dostluk ilişkilerinden kaçınırlar (Çankaya,2007). Kırcaburun'a (2016) göre benlik saygısı düşük olan bireyler eleştiriye karşı daha duyarlıdırlar ve genellikle kendilerini önemli ve değerli hissetmek için arkadaşlarından ve sevdiklerinden sürekli onay almaya ihtiyaç duyarlar. Düşük ya da yüksek olarak

nitelendirebileceğimiz benlik saygısı bireylerin kişiler arası iletişimde farklı özellikler sergilemesine neden olmaktadır (Stenley, 2019)

Küreselleşen dünyada iletişim için kullanılan en temel araçlardan birisi haline gelmiş sosyal medya, bireylerin tutumlar oluşturmada ve var olan tutumlarının pekiştirilmesinde etkili olmaktadır (Kağıtçıbaşı, 2005). İnsan hayatı, davranışları ve tutumları üzerinde etkiye sahip olan sosyal medya çeşitli iş ve meslek alanları dahilinde kullanılmaktadır. Eğitim amaçlı kullanılan sosyal medya, öğrenci başarısını ve öğretmen verimliliği artırılabilir. Sosyal medyayı eğitim için kullanan öğretmenler, eğitimin başlatıcısı geliştiricisi ve uygulayıcısı olarak eğitimde hayati bir önem taşımaktadır (MEB, 2017). İnsan hayatını böylesine etkileyen öğretmenlerin bazı niteliklere sahip olması beklenmektedir. Etkili bir öğretmen düşünce ve davranışlarıyla öğrenciler için model olmalı, sorunlardan yakınmak yerine çözüm bulmak için çaba harcamalıdır (Çelikten, Şanal ve Yeni, 2005).

Özel eğitim öğretmenleri gelişimsel olarak akranlarından farklılık gösteren ve özel eğitime gereksinim duyan bireylerin eğitim öğretim süreçlerinde aktif ya da rehber olarak bulunan, bireysel ihtiyaçları temel alarak bireyin topluma ve kendine karşı olan sorumluluklarını yerine getirmesini sağlayarak, sahip olduğu yeterlilikler dahilinde en üst noktaya ulaşmasını amaçlayan öğretmenlerdir. Özel gereksinimli çocukların eğitimi söz konusu olduğunda, çocukların bireysel farklılıkları ve kişisel özelliklerinden dolayı özel eğitim öğretmenliği özel eğitim öğretmenliği daha stresli hale gelebilir (Karahana ve Balat, 2011). Bu noktada özel eğitim öğretmenlerinin stresle başa çıkma düzeyinin, dolayısıyla sağlam bir benlik yapısının eğitim-öğretim süreçlerinin etkililiğinde önemli bir rol oynadığını söyleyebiliriz. Çünkü sağlam benlik saygısına sahip olan bireyler yaşamında mutluluğu bulur, yolunda gitmeyen durumların üstesinden gelir ve koşulları değiştirebilir (Öz'den Aktaran Razi vd., 2009).

Bireyin yapmakta olduğu meslek, kendisine ve hayatına dair tanımlamalar ve adlandırmalar yapmasında önemli bir role sahiptir. Meslek, bireyin kişiliğini önemli bir anlamda etkilemektedir. Bireyin benlik sistemi ile uyum gösteren bir meslek, benliğini güçlendirirken; benlik sistemi ile uyumsuz bir meslek ciddi sıkıntılar yaratabilmektedir.

Yine benliğiyle uyum gösteren meslekleri yapan insanların daha başarılı olmaları beklenirken, benliğiyle uyumsuz bir mesleğe sahip bireylerin çatışma ve doyumsuzluk yaşama olasılıkları da yüksektir (Super ve Bohn'dan akraran Efili ve Çıkılı, 2017). Buradan yola çıkarak bireylerin yapmakta oldukları mesleğin benliği üzerinde etkili olduğunu, benlik saygısı üzerinde sosyal medyanın ve kullanım amaçlarının etken ya da edilgen olarak bir etkiye sahip olduğunu söyleyebiliriz.

Bireyler sosyal medyadan gelen geri bildirimlerle benliklerini şekillendirirken, sosyal medyada benliklerini diğer kullanıcılara sunarlar. Negatif geri bildirimler benlik saygısını düşürmekte, pozitif geri bildirimler benlik saygısını arttırmaktadır (Jan, Somroo & Ahmad, 2017) We Are Socaial'ın 'Digital İn 2020' raporunda fotoğraf ve video paylaşım siteleri içinde yer alan ve bir sosyal medya platformu olan Instagram'da en çok kullanılan hashtagler saptanmıştır. Bu hashtaglerden bazılarını '#love, #beatifull, #cute, #happy, #repost, #fallowme, #fun, #like ve #instalike' oluşturmaktadır (We Are Social, 2020). En fazla kullanılan hashtaglerin olumlu bir yapıda ve yeni takipçiler kazanma hedefinde olduğu gözlemlenmektedir. Buradan yola çıkarak Instagram kullanıcılarının paylaşımlarında kendi ideal benliklerini sundukları, daha fazla kullanıcı ile etkileşime geçmeyi amaçladıkları söylenebilir. Bu sonuçlar bireylerin kendilerine ait olumsuz durumları sosyal medyada yansıtmadıkları görüşünü (Jan vd., 2017; Gentile, Twenge, Freeman ve Campbell, 2012) destekler niteliktedir. Benlik saygısı düşük olan bireyler genellikle kendilerini önemli ve değerli hissetmek için arkadaşlarından ve sevdiklerinden sürekli onay almaya ihtiyaç duyarlar (Kırcaburun, 2016) ve Instagram'ı onay alma ve beğeni alma amacıyla kullanmakta olabilirler.

Çeşitli amaçlar için kullanılan sosyal medyanın bireyler üzerinde, zamana, yere, konuya ve diğer birçok faktöre göre değişen etkileri söz konusu olmaktadır (Hazar, 2011). Benlik saygıları düşük olan bireyler kendilerini daha rahat hissedecekleri sanal ortamları tercih edebilmekte ve internet kullanımını bağımlılık haline getirebilmekte (Çelik ve Odacı, 2012) ve sosyal medyayı yoğun şekilde kullanmaktadır (Burke'den akraran Büyük, 2017). Benlik saygısını birçok değişken etkilemektedir ve bu değişkenler de diğer değişkenler tarafından

etkilenmektedir. Literatüre bakıldığında benlik saygısını etkileyen değişkenlerden biri sosyal medya platformlarıdır. Beğeni sayıları, alınan yorumlar, bu platformlarda harcanan süre, girilen etkileşim miktarı, sosyal medya grupları ve boyutu alt değişkenler olarak sayılabilir. Aladwani ve Almarzouq'un (2016) yaptıkları çalışmada sosyal medya kullanıcılarının yaptıkları paylaşımların beğenilmesi ve kendilerinin takip edilmesiyle yakından ilgilendikleri bulgusuna ulaşmıştır. Kişilerin sosyal medya üzerinden girdikleri etkileşim ne kadar çok artarsa kendileri ile ilgili düşüncelerinin de o denli etkilendiğini söyleyebiliriz. Benlik saygısı ile sosyal medyada kurulan etkileşim miktarı bir ilişki halindedir (Aladwani ve Almarzouq, 2016).

Pandemi sürecinde yüzyüze eğitime ara verilmiş ve eğitim öğretimi gerçekleştirebilmek için uzaktan eğitime geçilmiştir. Uzaktan eğitimi gerçekleştirebilmek için temel olarak kullanılan araçların başında medya ve internet gelmektedir. Uzaktan eğitim, Millî Eğitim Bakanlığı tarafından normal gelişen ve özel gereksinimi olan çocuklar için 2011-2012 yılından itibaren hizmet veren Eğitim Bilişim Ağı (EBA) üzerinden sağlamıştır. Şenol ve Can Yaşar (2020) 14 özel eğitim öğretmeninin ve 21 ebeveynin, Mengi ve Alpdoğan (2020) 19 özel eğitim öğretmeninin Covid-19 pandemisi sürecinde gerçekleştirilen özel eğitim süreçlerine dair görüşlerini almışlardır. Bu süreçte özel gereksinimi olan çocukların eğitimlerinin desteklenmesinde öğretmenlerin, ebeveynlerin ve çocukların çeşitli zorluklar yaşamış oldukları çalışmaların ortak bulguları arasında yer almaktadır. Aynı zamanda Eba üzerinden eğitim süreçleri gerçekleştirirken sosyal medya araçları ile de bazı öğretmenlerin eğitim süreçlerini destekledikleri de ortak sonuçlar arasında yer almaktadır. Şenol ve Can Yaşar (2020) öğretmenlere göre yaşanan bu zorlukların; ebeveynlerin çocuklarının eğitimi konusunda yeterli bilgiye sahip olmamaları, uzaktan eğitimde teknik aksaklıklar yaşamaları, teknoloji konusundaki bilgi eksiklikleri ve ebeveynlerle iletişim kurmakta güçlük çekmeleri olduğunu belirtmiştir. Bu bilgiler öğretmenlerin teknolojiyi etkin bir şekilde kullanabilmesi gerekliliğini ve bu gerekliliğin eğitim süreçlerinde önem arz ettiğini gösterir niteliktedir.

Literatüre bakıldığında sosyal medyanın kullanım süresi ile benlik saygısı arasında negatif yönde bir ilişki bulunduğu görülmektedir (Armstrong vd., 2000; Gentile vd., 2012; Jan,

Somroo & Ahmad 2017; Kırkoyun, 2019; Liu ve Baumeister 2016). Bireyler gitgide artan takipçi sayıları, paylaşımlarına yapılan yorumlar, paylaşımlarının aldığı beğeni sayıları ile kendilerini daha başarılı görmekte ve bu durum benlik saygılarını etkilemektedir (Gentile, vd., 2012). Sadler'e (2013) göre öğretmenin sahip olduğu benlik saygısının seviyesi, öğrencileri sınıfa aktif olarak dahil eden öğretim stratejilerini kullanımını, dolayısıyla eğitim süreçlerini etkilemektedir. Kendini gerçekleştirmiş, stresle başa çıkabilen, pozitif iletişim kurabilen, benlik saygısı yüksek olması niteliklerini aradığımız özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçlarının benlik saygıları üzerinde etkileri olduğunu bu veriler ışığında söyleyebiliriz. Literatüre bakıldığında benlik saygısı ile sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkiye dair yapılan çalışmalara rastlanmıştır. Bu çalışmalardan bazıları ergenler (Öztoprak ve Yüksel-Şahin, 2019; Özkan, 1994; Uzun, Yıldırım ve Uzun, 2016), sağlık çalışanları (Balcı vd., 2020), öğretmen adayları (Karakoyun, 2019; Reisoğlu, Gedik ve Göktaş 2013), üniversite öğrencileri (Caplan, 2002) ile gerçekleştirdiği görülmüştür. Bu araştırmalar genellikle problemleri internet ve sosyal medya kullanımı ile ilişkiliyken sosyal medya kullanım amaçları ile benlik saygısı arasındaki ilişkiyi inceleyen bir araştırmaya rastlanmamıştır. Teknolojinin önemli bir bileşeni olan sosyal medya kullanımı özellikle Covid 19 pandemisinde alınan tedbirler kapsamında uzaktan eğitime geçilmesiyle öğretmenler tarafından eğitim öğretim süreçlerine dahil edilmiştir. Teknolojik gelişmelere uyum sağlayabilmiş ve eğitim süreçlerinde sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanabilen öğretmenlerin gerekliliği görülmüştür. Özel uzmanlık becerisi ve bilgisi gerektiren bir alanda çalışan özel eğitim öğretmenlerinin, mesleğin gereklerini tam olarak yerine getirebilmeleri için birtakım yeterliliklere sahip olmaları gerekmektedir. Bu açıdan, çalışmanın özgün nitelikte bir çalışma olduğunu ve literatüre yeni bir bakış açısı getirebileceğini söyleyebiliriz. Araştırmada özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygıları ve sosyal medya kullanım amaçları çeşitli değişkenler açısından incelenecek ve aralarındaki ilişki saptanacaktır.

1.4. Sayıtlar

Bu araştırmaya başlamadan önce araştırmacı tarafından bazı varsayımlar yapılmıştır. Bu araştırmada:

1. Araştırmaya katılan özel eēitim ēretmenlerinin kişisel bilgiler formundaki bilgileri doēru olarak doldurduēu,
 2. Araştırmada kullanılan Rosenberg Benlik Saygısı leēi (RSB) ve Sosyal Medya Kullanım Amaçları leklerinin, özel eēitim ēretmenleri tarafından yönergelere uygun bir şekilde doldurduēu,
 3. Araştırmada kullanılan RSB ve SMKA doldururken özel eēitim ēretmenlerinin gerçek duygu ve düşüncelerine uygun cevaplar verdiēi,
- varsayılmıştır.

1.5. Sınırlılıklar

Bu araştırmada bazı sınırlılıklar bulunmaktadır. Bu araştırma:

1. İnternet erişimi olan 200 özel eēitim ēretmeni ile,
 2. Veri toplama aracı olarak kullanılan SMKA ve RSB ile,
 3. Bu leklerin, alt testleri ile
 4. Bu leklerin norm grupları ve kapsadıēı maddeler ile,
- sınırlıdır.

1.6. Tanımlar

Sosyal Aē: Sosyal aē siteleri bireylerin halka açık ya da yarı halka açık olarak profillerini kayıtlı bir sistemde oluştırmalarını, bir baēlantıyı paylaştıkları, diēer kullanıcıların listesini göstermesini ve sistem içerisinde bulunan kişilerin ilişki listelerini de görmeyi saēlayan,

çevrimiçi topluluklardaki insanların beğenilerini, aktivitelerini paylaştıkları ve ağ üzerinden birbirlerine mesaj, e-mail, tartışma grupları video, sesli sohbet, dosya paylaşımı yaptıkları sitelerdir (Kobak ve Biçer, 2008).

Sosyal Medya: Kullanıcı tarafından oluşturulan, içerik üretimine ve paylaşımına olanak veren, web2.0'ın ideolojik ve teknolojik temelleri üzerine inşa edilmiş internet tabanlı uygulamalar grubudur (Kaplan ve Haenlein, 2010)

Benlik Kavramı: Kişiyi o kişi yapan, başkalarından ayıran duygu, tutum ve davranışların tümünün örgütlenmiş bütünlüğünü anlatmaktadır (Yörükoğlu, 1989).

Benlik Saygısı: Kişinin kendini değerlendirilmesi sonucunda ulaştığı benlik kavramını onaylamasından doğan beğeni durumudur (Yörükoğlu, 1985).

Özel Eğitim Öğretmeni: Özel gereksinimli bireylere günlük eğitim/öğretim ve yaşamsal desteklerde bulunan yetişmiş personellerdir. (Diken, 2011, s.12).

BÖLÜM II

KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Araştırmanın bu bölümünde ilgili kuramsal çerçeve ve kuramsal çerçeve kapsamında yapılan çeşitli araştırmalar sunulacaktır.

2.1. Bilgi ve İletişim Teknolojileri

Bilinen en eski teknolojinin atası olarak sayabileceğimiz taş-alet imalatı insanların temel ihtiyaçları doğrultusunda doğmuştur. Beslenme ve yaşama içgüdüüne paralel hayatta kalma mekanizması, teknolojik gelişmeyi insanın elinde olan bilgi birikiminin kullanmasını bir ihtiyaç haline getirmiştir. İlk imalatlar deneme yanılma yoluyla gerçekleştirilse de (Basalla, 1996, s.36), gün geçtikçe bu imalatların çok çeşitli işlevsel özellikler kazandığı söylenebilir.

Sanayi Devrimi'nin etkilediği toplum yapısı 20. Yüzyılın son çeyreğinde yerini bilişim teknolojilerinin gelişimi ile oluşan bilgi toplumuna bırakmıştır. Günümüz bilgi toplumunun oluşumuna dek, insanlık tarihi birçok aşamadan geçmiş ve değişim ve gelişimler sonrasında bugünkü haline ulaşmıştır. Bilgi toplumunun oluşumuna dair kesin bir tarih vermek mümkün olmamakla birlikte, 1957 yılında ABD'de ilk defa beyaz yakalı çalışanların sayısının mavi yakalıları geçmiş olması, kimi yazarlar tarafından bu tarihin bilgi toplumunun başlangıcı olarak kabulüne neden olmuştur (Akin'dan aktaran Acar, Gürsoy ve Ünsal, 2014). Bilgi toplumunun oluşumu ve gelişiminin iki önemli olayın temel oluşturduğunu söyleyen Çalık ve Çınar (2009), bu olayların ilkinin, milattan önce ortaya çıkan ve avcı- toplayıcı toplumları çiftçi ve çoban toplumlarına dönüştürerek yerleşik hayata geçmelerini sağlayan Tarım Devrimi, ikincisini ise 18. yüzyılda başlayan ve nüfusun çoğunluğunun tarımla uğraştığı

toplumları mal ve hizmet üreticisi konumuna sokan Sanayi Devrimi olduğunu belirtmektedir.

Erkan (1994) bilgi odaklı olan yeni toplum yapısı, hızlı iletişim, sürekli olarak değişimin gerçekleştiği yeni teknolojiler, bilginin tüm alanlarda temel güç ve kaynak kabul edilmesine ve insan hayatının olmazsa olmaz bir gereksinimi olmasına yol açtığını söylemektedir. (Çalık ve Çınar, 2009). İnsanlığın yaşadığı büyük global değişimlerde internet başta olmak üzere teknolojilerin büyük bir etkisi söz konusudur (Güçdemir, 2003). 20. Yüzyıl bilgi teknolojilerinin de evrimiyle değişimin ve gelişimin en hızlı yaşandığı yüzyıl olmuştur. Bilgi teknolojileri; “bilgi” girdisinin yönetilmesinde yardımcı olan teknoloji içerikli materyallerin kullanılmasını sağlayan bir kavramdır. Bilgi teknolojilerinin etkilediği bilgi toplumuna göre bilgi temel güç ve başlıca sermaye kaynağıdır. Toplumsal yaşamın her aşamasını aydınlatan ve yönlendiren bilgi amaç olmaktan ziyade araç olma özelliğini taşır (Çalık ve Sezgin, 2005). Bilgiye dayalı toplumun yükselişinden meydana gelen bilgi çağında bilgi temel kaynaktır ve bilginin üretimi, iletişimi yaygın bir hal almıştır. Bilgi çağında bilgiyi elinde bulunduran toplumlar, teknolojiyi üretebilmekte ve kullanabilmektedirler. (Yenipazar, 2017).

Bilgi ve buna paralel olarak da bilişim teknolojileri de hızla ve sürekli olarak değişim göstermektedir (Çalık ve Sezgin, 2005). İlk uygarlıklardan bu yana, bugünkü bilgi toplumuna ve sürekli gelişip, yenilenen bir teknoloji çağına ulaşılması da sürekli var olan bu değişimin sonucunda gerçekleşmektedir (Çalık ve Çınar, 2009). Bilişim çağının bilgi anlayışına baktığımızda; öncelikle bilgiye ulaşabilme ve kullanma imkânlarının arttığını, gelişen teknolojilerle birlikte yeni iletişim ortamlarının meydana geldiğini söyleyebiliriz. Bilginin toplum içi ve topluluklar arası yaygınlaştırılması gayretinin tanımlanması ile bilginin sosyal bir uzantısını sağlayan, bilgi teknolojileri ve iletişim teknolojilerinin sentezi olarak tanımlayabileceğimiz, bilginin makineler aracılığıyla sistematik ve düzenli işlenmesiyle ilgilenen bilişim teknolojilerinin (Çalık ve Çınar 2009; Turunç 2006), en temel ürünlerinden biri de bilgisayarlardır (Çalık ve Çınar, 2009). Bilgi çağı ile bilgisayar teknolojilerinin gelişerek toplumun her seviyesinde yaygınlaştığı bir dönem oluşmuştur.

Bilgisayarlar bilgi teknolojilerinin en başında gelen araçlarından biridir ve teknik parçaları haricinde incelendiğinde artık modern dünyanın en gerekli araçlarından biri haline gelmişlerdir (Turunç, 2006).

Günümüzde sürekli bir gelişim halinde bulunan bilişim teknolojilerinin temel ürünlerinden biri olarak nitelendirebileceğimiz bilgisayarların atası olarak hesap makinaları kabul edilmektedir (Çalık ve Çınar, 2009). ABD'nin soğuk savaş döneminde ilk defa askeri amaçlar için kullanılan bilgisayarların, kullanım alanları gittikçe genişlemiştir (Başlar, 2013). Bilgisayar konusundaki gelişmeler devam ederken bir yandan da bilgisayarlar arasında iletişim kurulabilmesini sağlayan internetin oluşumu konusunda da gelişmeler yaşanmış ve ilk olarak askeri amaçlar doğrultusunda internet fikri ortaya çıkmıştır. Nörolojik teorileri model alan bir iletişim ağı fikri o dönemin koşulları için pek mümkün olmasa da ve bu fikrin gerçekleşmesi için bütün iletişim altyapısının tekrar düzenlenmesi gerekmişti (Başlar, 2013). Fakat 60lı yılların sonlarına geldiğinde günümüz internetinin atası kabul edilen ARPANET, Amerikan Araştırma Projeleri Birimi tarafından bilgisayarların birbiri arasında iletişim kurmasını sağlayan ilk ağ olarak geliştirilmiştir. (Güçdemir, 2003). Brigs ve Burke (2004) 1989 yılına gelindiğinde ise internetin küreselleşmesi için ilk adım niteliğinde sayılan. Avrupa'da CERN'de Tim BarnersLee tarafından 'world wide web'in (www) geliştirilmesiyle bilgisayarlarda depolanmış bilgilerin birbirine bağlanması mümkün hale geldiğini belirtmiştir (Başlar, 2013).

İnternet, çok sayıda karmaşık ağ sistemini kapsayarak iletişim ve haberleşmeyi sağlamaktadır. İnsanların ve toplumların her geçen gün gittikçe artan "üretilen bilgiyi saklama/paylaşma ve ona kolayca ulaşma" istekleri sonrasında ortaya çıkmış bir teknoloji ürünü olan internet (Kara, 2013, sy.29) dünya üzerindeki ağları bir araya getiren, etkileşimi sağlayan, bireylerin hayatlarını etkileyen, ilişkilerine yön veren ve hayatın her alanında kullanılan önemli bir iletişim aracı olmuştur (Tektaş, 2014). İnternetin insan hayatının birçok alanında bu kadar etkili olmasının başlıca nedeni ise bilginin kolay ve hızlı bir şekilde iletilmesine olanak sağlayarak, günümüzde kullanımının en yaygın ve geniş amaçlı olan kitle iletişim aracı haline gelmesidir (Güçdemir, 2003).

Bir iletişim aracı olan internet çeşitli platformlar ile kişiler arası ve kitle iletişimini sağlamaktadır. Web 1.0 teknolojilerinde içerik sadece kullanıcı tarafından okunabiliyorken, yani sadece tek yönlü iletişim söz konusuyken, Web 2.0 teknolojileri ile iletişim çift yönlü, yani interaktif olarak gerçekleşmeye başlamıştır. Buradan yola çıkarak Web 1,0 üzerinden gerçekleştirilecek olan yayınlarda üreticilerin belirli zamanlarda, önceden oluşturdukları içeriklerle kullanıcılara ulaşım sağladığı ve Web.2.0'nin gelişimi ile tüketicilerin de bu süreç içerisinde aktif bir şekilde rol almaya başladıkları söylenebilir. En basit şekliyle web 2.0 teknolojileri Wikipedia, Youtube, Facebook ve Twitter gibi kullanıcıların diğer kullanıcılar ile etkileşime girmesine olanak sağlayan uygulamalar ve web sitelerini oluşturan bir şemsiye kavramdır. Web 2.0'nin Web ortamına yeni teknolojik destekler veya uygulamalar katmasından ziyade var olan Web teknolojisini daha kolay kullanılabilir veya daha fonksiyonel hale getirebilmek için ortaya konulan eğilimleri ifade eder. (Hazar, 2011). Teknolojinin ilerlemesine paralel olarak, teknolojik aletlerin maliyetinin azalması ulaşılabilirliğini ve dolayısıyla kullanımını da artırmaktadır. Bilginin oluşturulması ve paylaşımı konusunda radikal bir değişiklik olan Web 2.0 (Hazar, 2011) ile interaktif bir hal alan internet, bütün kullanıcılarına eşzamanlı olarak bilgiyi üreten ve kullanan konumunu sağlamaktadır. Günümüzdeki popüler olan internet sitelerinin çoğunun Web 2.0. ürünü olduğu kabul edilmektedir. Yani internet aracılığı ile bireyler hem üretici hem de tüketici konumundadırlar. Sosyal medya platformları ise bu etkileşim ortamında Web 2.0'nin en değerli noktalarından biridir (Genç, 2010). Büyüksener (2009)'e göre sosyal medya, web 2.0 teknolojisinin interneti paylaşım ortamına çevirmesiyle giderek yaygınlaşmış, insanlarla olan iletişimi ve etkileşimi üst seviyelere çıkararak potansiyel bir güç haline gelmiştir. Cascio ve Montealegre, (2016)'e göre bunun nedeni internetin zaman ve mekândan bağımsız olarak sanal ortamda gerçekleşmesidir. Sosyal medya uygulamaları iletişimi sağlamakla kalmayıp aynı zamanda bilgi edinme, arama yapma gibi birçok alanda da kullanılarak, bireylerin hemen her ihtiyacını karşılamasına olanak sağlarlar (Hazar, 2011).

We Are Social'ın Ekim ayında yayınladıkları Digital İn 2020 raporuna göre toplam dünya nüfusunu oluşturan 7,81 milyar insanın 5,20 milyarı bir cep telefonuna sahip, 4,66 milyarı

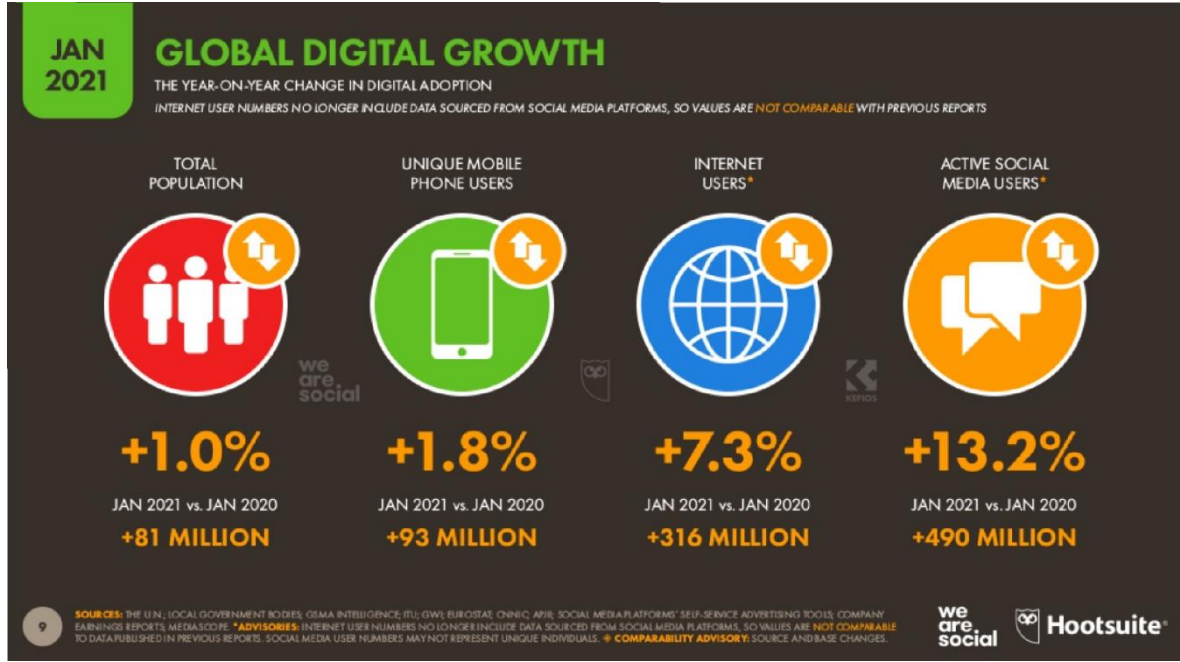
internet kullanıcısı ve 4,14 milyarı ise de sosyal medya kullanıcısıdır. Ocak ayında yayınlanan Digital in 2021 raporuna bakıldığında ise 7,83 milyara ulaşmış olan dünya nüfusunun 5.22 milyarının bir cep telefonuna sahip olduğu, 4,66 milyarının internet, 4.20 milyarının da sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir (We Are Social, 2021). Dört aylık bir süre içerisinde internet kullanıcısı sayısının sabit kalsa da sosyal medya kullanıcısı sayısında 60 milyon kadar bir artışın olduğu görülmektedir. Halihazırda internet kullanıcısı olan bireylerin sosyal medyaya katılım gösterdiğini söyleyebiliriz. Aynı zamanda internetin ve sosyal medyanın dünya nüfusunun yarısından fazlasının kullanımında olduğu ve kullanıcılarının hayatlarında bir yere sahip olduğu da görülmektedir.



Şekil 3. We Are Social 2021 Ocak ayı dünya nüfusunun cep telefonu, internet ve sosyal medya kullanımı istatistikleri, “We Are Social, ‘Digital in 2021” <https://wearesocial.com/digital-2021>

2020 Ocak ayı verileri ile 2021 Ocak ayı verilerini karşılaştırdığımızda, dünya nüfusunda 81 milyon, telefon kullanıcı sayısında 93 milyon, internet kullanıcısı sayısında 316 milyon ve sosyal medya kullanıcısı sayısında da 490 milyon artışın gerçekleştiği görülmektedir. Sosyal medya kullanıcısı sayısının, internet kullanıcısı sayısına kıyasla daha fazla artış gösterdiği dikkat çekmektedir. Sosyal medya uygulamalarının iletişimi sağlamakla kalmayıp aynı

zamanda bilgi edinme, arama yapma gibi birçok alanda da kullanılarak, bireylerin hemen her ihtiyacını karşılamasına olanak sağlaması (Hazar, 2011), yani çok yönlü olması dolayısıyla internetin ayrılmaz bir parçası olarak tanımlanabilir. Sosyal medyanın bu özelliği sayesinde, gelecekteki internet kullanımının büyük bir parçasını oluşturacağını öngörebiliriz.

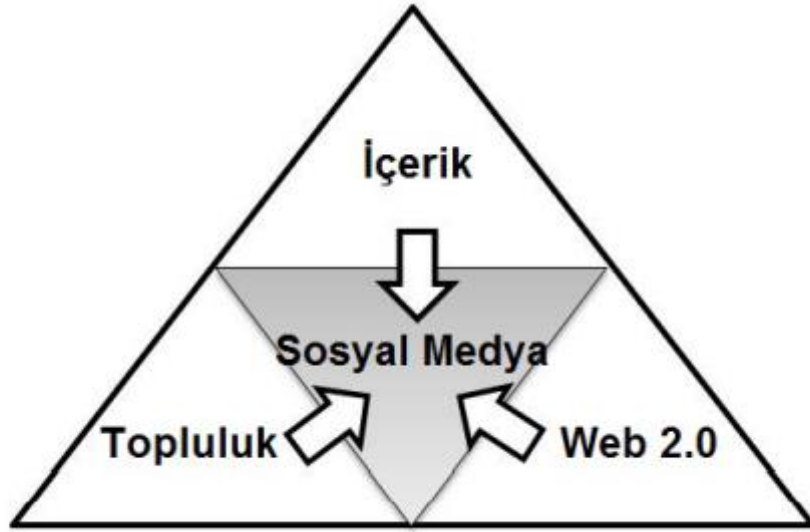


Şekil 4. We Are Social 2021 Bir yıl içerisinde digital adaptasyon değişiklikleri, “We Are Social, ‘Digital in 2021” <https://wearesocial.com/digital-2021>

2.2. Sosyal Medya’nın Gelişimi ve Özellikleri

Gündelik hayatın ayrılmaz bir parçası haline gelen sosyal medya birçok çalışmanın konusu olmuş ve çeşitli şekillerde tanımlanmıştır. Boyd ve Ellison sosyal medyayı “kullanıcıların tamamen veya kısmen açık birer profil oluşturup, ilişkide oldukları insanlar listesi hazırladıkları, sergiledikleri, paylaştıkları ve diğer kullanıcıların profil ve ilişkilerini gözlemleyebildikleri sanal ortamlar” olarak tanımlarken, Kaplan ve Haenlein (2010) sosyal medyayı, “kullanıcı tarafından oluşturulan, içerik üretimine ve paylaşımına olanak veren, web 2.0’in ideolojik ve teknolojik temelleri üzerine inşa edilmiş internet tabanlı uygulamalar grubu” şeklinde tanımlamaktadır. Bir bakıma sosyal medyanın, web 2.0, sosyal ağ, internet gibi kavramları içinde barındıran bir şemsiye kavram olduğunu söyleyebiliriz. Karşılıklı

etkileşimin mümkün olduğu web.2.0 tabanlı bir uygulama olan sosyal medyada bireyler kendi istekleri doğrultusunda kişisel profiller oluşturarak, bu profiller aracılığı ile diğer insanlarla etkileşime girebilmekte, gündeme dair bilgi ve haberleri takip edebilmekte, çeşitli konular hakkında görüş bildirerek içerik oluşturabilmektedirler.



Şekil 5. Sosyal medya'nın temel kavramları "Kara, T. (2013) Sosyal Medya Endüstrisi. (s.55). İstanbul: Beta"

Russ (2007) sosyal medyanın, elektronik ve internet araçlarının diğer insanların deneyimlerini, bilgilerini paylaşmak amacıyla kullanımını ifade etmekte olduğunu belirtmektedir (Gürsakar, 2009, s.21) ve televizyon, gazete, dergi gibi geleneksel medya olarak tanımlayabileceğimiz medyadan çeşitli özellikleri bakımından farklılık göstermektedir. Bu farklılığın en temel nedeni sosyal medyada iletişimin çift yönlü yapılabilmesi, kullanıcının üretici ve tüketici olabilmesi sayılabilmektedir.

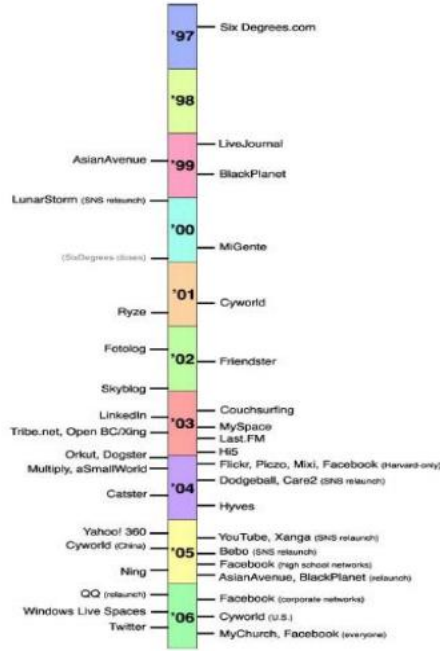
İnternetin kullanım alanının genişlemesi ile, sosyal medya platformları düşünceleri öğrenme, film seyretme, bilgi paylaşımı yapma, yayınlara ulaşma, oyun oynama, haberleşme, müzik dinleme, sohbet etme gibi pek çok amaca yönelik kullanım sağlamaktadır (Çemrek vd., 2014). Sosyal medya günümüzdeki halini alması, bilgi ve bilişim sistemlerinde birçok gelişimin ve değişimin yaşanması ile gerçekleşmiştir. İnternetin

gelişimi ile paralel olarak gelişen birçok hizmet alanı içinde yer alan sosyal medya kavramını daha iyi anlamak için kısa bir geçmişine değinmek daha anlamlı olacaktır.

Sosyal medya adı altında yer alan uygulamaların kullanım amacı, hedef kitlesi, kullanım biçimi ya da hangi platform üzerinde yer aldığı birbirinden farklılaşsa da belirli karakteristik özelliklere sahiplerdir. 20 Ekim 1998’de Bruce ve Susan Ableson tarafından kullanıcılarının günlük yazmasını sağlayan bir web sitesi olan Open Diary (Açık günlük), 1994 yılında kullanıcıların kendi web sitelerini oluşturmalarını mümkün kılan GeoCities, aynı yıl içerisinde ilk sosyal ağ olarak tanımlayabileceğimiz ve insanların okul arkadaşları ile iletişim kurmasını sağlayan Friends United kuruldu (Kara, 2014, s.62). Günümüzde kullandığımız sosyal medya ağlarının ilk örneği niteliğinde sayılan Sixdegress.com, adını Steve ve Migram’ın 1967 yılında yaptıkları bir deney sonucu doğan ‘*Altı Dereceli Ayrılık (Six degrees of separation)*’ teoreminden alarak 1997 yılında kurulmuştur (Gürsakal, 2009, s.61). Altı dereceli ayrılık teoremi, küçük dünya hipotezinden doğmuştur ve dünya üzerinde iki insanın birbirinden altı adım uzaklıkta olduğunu savunmaktadır. Yani doğru bağlantılar kurulduğunda bir insan, altı adımda başka bir insana ulaşabilmektedir (Gürsakal, 2009, s.61). İsmi bu teoremden edinen Sixdegress.com’un günümüz sosyal ağlarının ilk örneği sayılması nedenleri arasında kullanıcılarına profil oluşturmaya, arkadaşlarını davet etmeye, gruplar oluşturmaya ve diğer profilleri incelemeye olanak sağlaması yer almaktadır (Boyd ve Ellison, 2007; Kara, 2013).

1997’den 2001’e kadar olan süreçte. AsianAvenue, BlackPlanet ve MiGente, LiveJournal, kullanıcılarına bağlantılar için onay almadan kişisel profillerinde arkadaş tanımlayabilme, kişisel, profesyonel ve tanışma profilleri oluşturabilme olanağı sağlayan çeşitli sosyal medya platformları olarak kullanılmıştır. Yüksek hızlı internet erişiminin yaygınlaşmasına paralel olarak 2003 yılında MySpace, 2004’te Facebook ve YouTube, 2006’da Twitter sanal dünyada yerini aldı. Kendi alanının lideri konumundaki Google, Buzz’u piyasaya sunmuştur. Buzz beklenen ilgiyi görmeyince bu kez 2011 yılında Google + piyasaya sürülmüştür. Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından Ekim 2010’da kurulan fotoğraf paylaşım ağı Instagram, sosyal ağlara yeni bir boyut getirmiştir. Çok kısa sürede o popüler

olan Instagram 2012 Nisan’ında Facebook tarafından 1 Milyar dolara satın alınmıştır. Son olarak 2012’ye gelindiğinde ise Pinterest kapılarını kullanıcılarına açmıştır (Kara, 2012).



Şekil 6. Sosyal medya uygulamalarının kullanıma açılışlarını gösteren zaman çizgisi “Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated communication*, 13(1), 210-230”

Hayatımızda gün geçtikçe çeşitlenerek kendine daha sağlam bir yer edinen sosyal medya platformları insanın çeşitli ihtiyaçlarının giderilmesini amaçlamaktadır. Sanal dünyayı farklı noktalara taşıyan ve kullanıcıları için çeşitli amaçlara hizmet etmekte olan sosyal medya platformlarının Gürsaka’ın (2019) ‘Sosyal ağ analizi’ kitabında beş özelliğe sahip olduğu belirtilmiştir. Sosyal medyanın sahip olduğu beş özellik arasında şunlar vardır:

1. **Katılım:** Sosyal medya, ilgili olan herkesten geribildirim ve katkıları cesaretlendirmektedir. Medya ile izleyici arasındaki çizgiyi silikleştirir.
2. **Açıklık:** Birçok sosyal medya hizmeti geribildirime ve katılıma açıktır. Bu hizmetler yorum yapmayı, oy vermeyi ve bilgiyi paylaşmayı destekler. İçeriğe erişimde ve sosyal medyanın kullanımında kısıtlı engeller bulunmaktadır.

3. *Karşılıklı konuşma*: geleneksel medya yayın yapmaya ve yayınlamaya ilişkin sosyal medyada çift yönlü diyalog ve karşılıklı konuşma mümkün olmaktadır.
4. *Topluluk*: Sosyal medya toplulukların hızlı bir şekilde oluşmasına ve etkin bir şekilde iletişim kurmalarına olanak sağlamaktadır.
5. *Bağlantısallık*: Birçok sosyal medya platformu bağlantısaldır ve diğer siteler, kaynaklar ve kişiler için link verebilirler.

Sosyal medyanın genellikle kullanıcı odaklı olarak özgecil bir yapıya sahip olması ve ücretsiz kullanım imkânı sunması onu internet içerisinde bulunan alışveriş ya da ücretli içerik satın alabileceğin platformlardan farklı kılmaktadır (Kaplan ve Haenlein, 2009). We Are Social'ın Ocak 2021 verilerine göre dünyada sosyal medyanın 4 milyardan fazla kullanıcısı bulunmaktadır ve her gün ortalama iki milyon yeni kullanıcı bu platformlara katılmaktadır. Aynı zamanda tipik bir sosyal medya kullanıcısı gün içerisinde uyanık olduğu vaktinin de yüzde on beşini sosyal medya platformlarında geçirmektedir (We Are Social, 2021).

2.3. Sosyal Medya Çeşitleri

Sosyal medya insanların kişisel web siteleri kurarak, arkadaşlarıyla iletişim kurmalarına ve içerik paylaşımlarına olanak sağlamaktadır. Dolayısıyla, temel amaçları aynı olsa bile sosyal medya siteleri özelde birbirinden belirgin farklarla ayrılmaktadır. Facebook, MySpace, Wikipedia, Apple iTunes, YouTube, Twitter gibi internet siteleri sosyal medya platformlarına örnek olarak gösterilebilmektedir. Mayfield'e göre sosyal medya insan olma özellikleriyle yakından ilişkilidir. Mayfield sosyal medyayı düşünceleri paylaşmak, bir araya gelmek, ticaret yapmak, arkadaşlar aramak, tartışmalar yapmak gibi insani özelliklerin internete yansması olarak görmekte ve çok hızlı bir şekilde yayılmasını da bu özelliğine bağlamaktadır. Teknolojilerin gelişmesiyle, dijital kameraların, fotoğraf makinelerinin ucuzlaması, hızlı internet erişiminin artması gibi bu alandaki maliyetlerin azalması ve kullanımın basitleştirilmesiyle insanlar kendi fotoğraflarından, videolarından,

düşüncelerinden, sözlerinden kendi içeriklerini oluşturarak bunları yayabilme şansı elde etmiştir. Bu özelliklerimden dolayı sosyal medya siteleri çok kısa süre içerisinde tüm küreye yayıldığını söyleyebiliriz.

Literatürde sosyal medya platformlarının çeşitli şekillerde kategorize edildiğine rastlanmıştır. Bu çalışmada sosyal medya kategorize edilirken kaynak olarak Kara'nın (2013) "*Sosyal Medya Endüstrisi*" kitabı kaynak olarak alınmıştır. Kara (2013) sosyal medya platformlarını kullanım amaçlarına ve işlevlerine göre yedi kategoriye ayırmıştır. Bu yedi kategori sosyal ağ siteleri, fotoğraf ve video paylaşım siteleri, bloglar, mikrobloklar, sanal yaşam simülasyonları, sanal oyun simülasyonları ve wikilerden oluşmaktadır

2.3.1. Sosyal Ağ Siteleri

İnsanlar sosyal bir ortamın içine doğarlar ve bu sosyal ortam en başta ebeveynlerden oluşsa da giderek genişlemektedir. Başta aile bireyleri olmak üzere, akrabalar, okul arkadaşları, komşular ve iş arkadaşları yaşın ilerlemesi ve sosyal çevrenin genişlemesine paralel olarak bireyin hayatında bu etkileşim ağının bir parçası olurlar. "Ağ kurmak" kavramı genellikle yabancılar arasında ilişki başlatmayı vurgulamaktadır (Boyd ve Ellison, 2007). Aslında insanlar akrabalık ilişkilerinden güvene, arkadaşlıklardan ortaklıklara kadar biz bilgisayarlar ve cep telefonu öncesinde dahi sosyal ağlar kurarak, topluluklar oluşturarak yaşamaktadır (Gürsaka, 2009, s.10). Bu geleneksel iletişim ağında yüz yüze iletişim temel araç olurken bu iletişim şekli jestler, mimikler, fiziksel etkileşimler ile desteklenmektedir. Aynı zamanda bu iletişim şekli bireyin çevresi ve temas kurduğu bireyler ile sınırlıyken bundan ayrı olarak gelişen, yeni medya temelli sosyal ağlarda bu iletişim evrensel nitelikte olabilmektedir. Yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran başlıca özellikler arasında, içeriğin dijitalleşmesi ve gerçek zamanlı değişimine izin vermesi ve kullanıcıların bilgiye ulaştıkları ortamda sosyal ağlar kurmasına olanak sağlamasıdır (İşlek, 2012). Kullanıcıların nerede olduğu fark etmeksizin, telefon, tablet, bilgisayar kullanarak internet erişimi olan her türlü teknolojik alet ile sosyal ağlara katılabilmektedirler.

Toplumsal gelişmeler, bilgi toplumundaki yenilikler ve eğilimler ilişkisel sosyal ağların gelişmesini sağlamıştır (Acar vd., 2016) Sosyal ağ siteleri, kullanıcıların kişisel bilgi profilleri oluşturarak, arkadaşlarını bu profillerine erişmeye davet ederek ve birbirleri arasında e-posta ve anlık iletileri göndererek bağlantı kurmalarını sağlayan uygulamalardır (Kaplan ve Hanlein, 2010). Sosyal ağ sitelerini özel kılan temel özelliği yabancılarla etkileşim kurmayı sağlamasından ziyade kullanıcıların kendilerini oluşturdukları profiller ile ifade etmelerine ve bu profilleri görünür kılmalarına olanak sağlamasıdır (Boyd ve Ellison 2007). Kendini ifade edebileceği, diğer insanlarla iletişim kurup iş birliği yapabileceği sosyal ağlar web tabanlı sanal sosyal toplumlar olarak da nitelendirilebilir. Herhangi bir sosyal ağ sitesine kaydolmak isteyen bireylerden tipik bazı bilgileri içeren formları doldurmaları beklenir. Bu formlar genelde, isim ya da kullanıcı adı, doğum tarihi, cinsiyet, ilgi alanları ve hakkımda bölümlerinden oluşmaktadır. Bazı sosyal ağ sitelerinde katılımcıların profil fotoğrafı yüklemesi de istenmektedir. Profil onayı ve kimlik doğrulaması gereken sitelerde ise bu doğrulama işlemi e-posta ya da telefon numarası üzerinden bireye ulaştırılan onay kodu, aktivasyon linki gibi çeşitli şekillerde yapılabilmektedir. Profillerin görünürlük ve erişilebilirlik özellikleri sosyal ağların sahip olduğu özelliklere göre değişmektedir. Genellikle profil sahiplerinin kontrolü halinde olan bu durum, profillerin özelliklerine ve amaçlarına göre de farklılaşmaktadır. Fotoğraf albümü oluşturmak ve çektiği fotoğrafları diğer kullanıcılarla paylaşmak için kullanılan bir profil ya da öyküler yayınlayan bir blog sayfası ağlarında daha fazla etkileşim beklerken sadece kişisel ilgi alanlarını ve anılarını paylaşan bir hesap tanıdığı çevreden etkileşim beklemektedir.

Sosyal ağların en temel unsurları kullanıcılarıdır (Acar vd., 2016). Bir sosyal ağ sitesine katıldıktan sonra, kullanıcılardan sistemde ilişki içinde oldukları diğer kişileri tanımlamaları istenmektedir. Siteye göre farklılık gösteren bu etiketin en popüler tanımları arasında “Arkadaşlar”, “Takipçiler”, “Kişiler” ve “Aboneler” bulunmaktadır (Boyd ve Ellison, 2007). Çoğu sosyal ağ sitesinde arkadaşlık ilişkisini kurmak için çift yönlü onay gerekmektedir fakat bu durum her sosyal ağ sitesinde geçerli değildir. Tek yönlü ağlarda çoğunlukla aboneler ya da takipçiler olarak etiketlenmektedir ancak birçok site bunu arkadaşlar olarak

da adlandırmaktadır. "Arkadaşlar" terimi yanıltıcı olabilir, çünkü bağlantı günlük yerel anlamında, yani yüz yüze arkadaşlık anlamına gelmez. Tek yönlü etkileşimin mümkün olduğu ağlarda iletişimin çeşitli amaçları vardır. Bireyler ilham aldıkları ya da sevdikleri çeşitli meslek grubuna dahil insanları, haber ve içerik platformlarını tek yönlü olarak takip edebilmektedirler. Aynı zamanda sosyal ağ siteleri kullanıcılara anlık ileti oluşturma, mesaj gönderme ve içeriklere yorum yapma hakkı tanımaktadır.

Günümüzde kullanılan sosyal ağların atası niteliğine sahip olan site “sixdegrees.com” 1997 yılında faaliyete geçmiştir. Bu sitede kullanıcılar görüntü oluşturabilmekte, arkadaşlarını listeleyebilmekte ve 1998 yılından itibaren arkadaş listesinde gezinebilmektedir. 2001 yılında erişimi sonlandırılmış olsa dahi sosyal ağ modeline dayalı kurulmuş olan ve günümüzde aktif olarak kullanılan Facebook, Myspace, Linked-in ve Google+ gibi internet sitelerinin temeli olarak sayılabileceğimiz Sixdegrees kullanıcıları için çeşitli amaçlar sunmuştur. Sixdegrees kullanıcıları birinci, ikinci ve üçüncü derecelerindeki kişilere mesaj gönderebilir ve ilan panosu öğeleri gönderebilir ve sitedeki diğer herhangi bir kullanıcıyla bağlantılarını görebilirlerdi. Günümüzde sosyal ağların çeşitlenmesi ve teknolojinin ilerlemesi ile çok daha çeşitli ihtiyaçları ve amaçları karşılayan sosyal ağ sitelerinin bulunduğu söylenebilir.

2.3.1.1. Facebook

Başlangıçta kendi arkadaşları ile iletişime geçmek amacıyla Mark Zuckenberg tarafından 2004 yılında yalnızca Harvard Üniversitesi bünyesinde bulunan kullanıcıların erişimine açık olan Facebook (Boyd ve Ellison, 2007), Eylül 2005'ten itibaren lise öğrencilerini, kurumsal ağlardaki profesyonelleri ve sonunda herkesi kapsayacak şekilde genişlemiştir. Gün geçtikçe küreselleşerek, en çok kullanılan sosyal ağlar arasında yer almıştır. ABD merkezli Facebook en büyük sosyal ağ sitelerinden biridir (Kaplan ve Haenlein, 2010). Facebook kullanıcıları tüm profillerini diğer kullanıcılara açık hale getirmek zorunda değillerdir. Gizlilik ayarlarını istekleri doğrultusunda değiştirebilirler. Facebook'u farklı kılan bir başka özellik de, dışarıdan geliştiricilerin, kullanıcıların profillerini kişiselleştirmelerine olanak sağlayarak

çeşitli görevleri gerçekleştirmelerine olanak tanıyan "Uygulamalar" oluşturma yeteneğidir. Örneğin Facebook kullanıcılarına yeni hesap oluşturmaksızın, Facebook üzerindeki bilgilerini kullanarak çeşitli uygulamaları kullanmasına olanak sağlamaktadır (Boyd ve Ellison 2007). Bu uygulamalar çeşitli internet sitelerini ya da oyunları içerebilmektedir.

İnsanların mevcut dünyalarını sanal platformda yaşamalarına izin olanak sağlayarak, popüler bir sosyal medya aracı olan Facebook'un, We Are Social'ın (2021) son yayınlanan raporunda dünya genelinde 2,18 milyar kullanıcısı olduğu saptanmış ve dünya genelinde en fazla ziyaret edilen dördüncü web sitesi olduğu belirtilmiştir. Buna ek olarak 18 yaş ve üstü bireylerin üçte birine, 18-34 yaşları arasında bulunanların da yarısından fazlasına Facebook üzerinden ulaşılabileceği aynı raporda gözlemlenmiştir. Digital 2020 Turkey (2020) raporunda ise Türkiye'de Facebook'un %36,1'i kadın %63,9'u erkek olmak üzere toplam 37 milyon kullanıcısı bulunmaktadır.

Facebook'un açılmasından kısa süre sonra Kobak ve Biçer (2005) ülkemizde üniversite öğrencileri tarafından Facebook'un kullanım nedenlerini yönelik bir çalışma yapmışlardır. Çalışmanın yapıldığı dönemde Facebook'un 34 milyon kullanıcı olduğunu belirtmişlerdir. Günümüzde sadece ülkemizde 37 milyon Facebook kullanıcısı bulunmaktadır. Çalışmaya Anadolu Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinden 268 kişi katılmıştır. Çalışma sonucunda katılımcıların Facebook'a üye olma nedenleri eski arkadaşlarını bulmak, vakit geçirmek, farklı insanlarla zaman harcamak olarak belirlemişlerdir Tanımadıkları kişilerden gelen davetler genelde üyeler tarafından reddedilmektedir. Facebook' a üye olan bu kişiler genelde streslerini attıklarını söylemişlerdir.

Tutgun-Ünal ve Köroğlu (2013)'ün vakıf ve devlet üniversitelerinde, öğretmen adaylarının Facebook kullanım amaçları belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma kapsamında 163'ü (36%) erkek ve 290'ı (64%) kadın olan 453 örneklem ile araştırma yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre sosyal medya kullanım tercih seçenekleri devlet ve vakıf üniversitelerinde çeşitlilik göstermektedir: Facebook üzerinden etkileşim kurulan kişilerin profillerini inceleme devlet üniversitelerinde %64,9 iken vakıf üniversitelerinde %68,8'dir. Beğendiği nesneleri paylaşım oranı devlet üniversitelerinde %76 iken vakıf üniversitelerinde %80'dir.

2.3.1.2. Myspace

Kullanıcılarına benzersiz haber sayfaları ve bloglar sağlamakta olan Myspace, 2005'ten 2008'e kadar geçen sürede dünyanın en büyük sosyal ağı olarak anılmıştır. Google'un yapmış olduğu bir açıklamada Myspace, ABD'de en çok tıklanan ve en çok ziyaret edilen sosyal ağ olarak gündeme gelmiştir. İlk kurulduğu zamanlarda Facebook'un günümüzdeki alt yapısına benzer bir şekilde kullanıcılarına sunulan bir sosyal arkadaşlık sitesi durumundayken sonrasında beklenen şekilde kar sağlamadığı için daha çok müzik endüstrisine hitap eden bir yapıya dönüşmüştür. Bütün kullanıcıları içerisinde 14.2 milyon üyesini müzisyenler ve müzik grupları bulunmaktadır. Kırcova ve Enginkaya (2015) bünyesinde 53 milyon şarkı barındıran ve günde 1300 şarkının yüklendiği Myspace'ın, dünyadaki en büyük dijital müzik kütüphanesi olarak bulunduğunu belirtmektedir (Saptır, 2020).

2.3.1.3. Linked-in

We Are Social'ın (2021) verilerine göre 726,6 milyon kullanıcısı bulunan (We Are Social, 2021) LinkedIn, 2003 yılında ABD merkezli olarak kurulmuştur. Büyük şirketlerin, alanında uzman kişilerin iş bağlantılarını kurmak için ihtiyaçları olan bilgileri paylaşılacakları bir sosyal sitedir. Linked-in kullanıcılarına iş girişimleri, iş başvuruları ve antlaşmalarını keşfetmesi konusunda olanak sağlayarak, onlara neler yapılması gerektiği konusunda haberdar edebilmektedir. Aynı zamanda kullanıcılar Linked-in üzerinden CV'lerini paylaşarak profesyonel ve kişisel bir profil oluşturabilirler. Kurumsal bir platform olan LinkedIn kullanıcılarına geniş bir ağ sağlayarak onlara kariyerleri için fırsat yaratabilmektedir. Kullanıcılar iş dünyasında tanınan kişilerle bağlantılar kurulabilmekte ve bu sayede kendi fırsatlarını yaratabilmektedirler. Acar vd. (2016) sosyal iş ağının bireylerin kariyer gelişimindeki önemlerini incelemiş ve sosyal iş ağının kariyer ve iş geliştirme açısından içinde bulunduğumuz ilişkisel toplumda bireyler için önemli bir kariyer geliştirme ortamı olarak yerini aldığını, kullanımının yaygınlaştığını, işlevselliğinin arttığını ve bireyler

yanında işletmeler açısından da önemli fırsatlar sunduğunu aynı zamanda da her geçen gün öneminin arttığını belirtmişlerdir.

2.3.1.4. Google +

Ağ tabanlı uygulamalar arasında yer alan ve ilk kez 2011 yılında piyasaya sürülen sosyal ağlardan biri olan Google+ kullanıcılarına Facebook gibi kullanıcılarına metin, fotoğraf, video, görüş, eğlence anlayışları, aile üyeleri ve siyasi görüş gibi kişisel bilgilerini ve fotoğraflarını ağ üzerinden paylaşmalarına olanak tanımaktadır (Kara, 2013, s.71).

Google aracılığı ile kullanıcıları buluşturulan sosyal ağ sitesi Google+, kişilerin takip ettiği ya da kendilerini takip eden kişilerle görüntülü konuşmalar yapmalarını mümkün kılmaktadır. Kullanıcılar istediği takipçiler ile video paylaşımında bulunabilmektedirler. Buna ek olarak aynı anda en fazla 10 katılımcı ile de Google+ ile ücretsiz olarak video görüşmeler yapabilmektedir. Google+ kullanıcıları profillerine direk bağlanabilmekte ya da Google'un diğer siteleri ile eşleştirdikleri hesapları aracılığı ile de çevrimiçi olarak hesabını kullanabilmektedir. Kişiler istekleri doğrultusunda alanında uzman olan kişilerden bilgi almak ve ilgilerini çeken herhangi bir konu ile ilgili topluluklara katılım gerçekleştirebilmektedirler. Google + 2 Nisan 2019'da ticari ve kişisel kullanıma kapatılmıştır. Bunun nedenin Google +'nın kullanımdan kaldırılması ile ilgili sık sorulan sorular (2019) adresinde 52,5 milyon kullanıcının etkilendiği bir güvenlik açığının ortaya çıkması olduğu belirtilmiştir.

2.3.2. Fotoğraf ve Video Paylaşım Siteleri

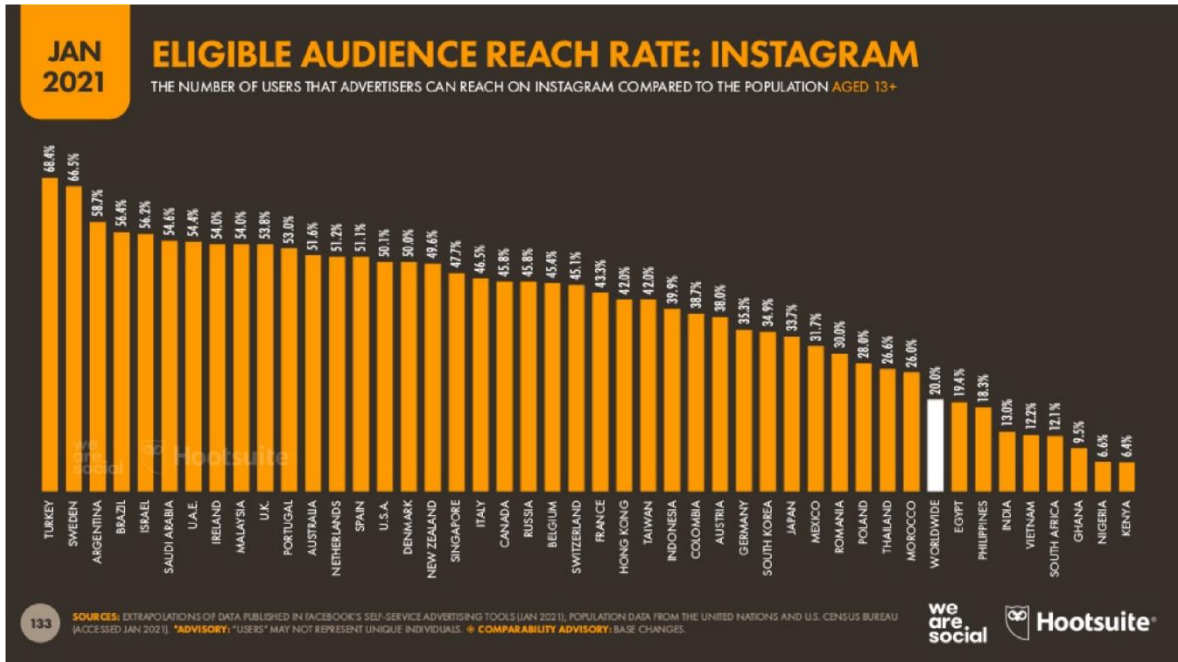
Fotoğraf ve Video paylaşım siteleri kullanıcılarına geniş bir yelpazede ve çeşitli medya formatlarında içerik oluşturmalarına imkân sağlamaktadır. Bu medya formatları arasında video, fotoğraf ve müzik bulunmaktadır. Fotoğraf ve video paylaşım siteleri kullanıcılarının paylaşım için kişisel bir profil oluşturması gerekmekte, oluşturdukları profiller ve yapacakları paylaşımlar tarih, paylaşımın içeriği gibi genel bilgileri içermektedir (Kaplan ve Haenlein, 2010). Oluşturulan profiller anonim yapıda olabileceği gibi kişisel olarak da

kullanılabilmektedir. Anonim ya da kişisel bir profil olması fark etmeden kullanıcılar katılmış oldukları fotoğraf ve video paylaşım sitelerinin belirlemiş oldukları kurallara uymak zorundadırlar. Bu kurallar paylaşımlar, yorumlar ve içerikler çerçevesinde belirlenmiş genel etik ve toplumsal kuralları içermektedir.

2.3.2.1. Instagram

Günümüzde sosyal medya denildiğinde akla gelen platformlardan biri olan Instagram, bugün dünyanın en ünlü fotoğraf paylaşım uygulaması halini almıştır. Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından Ekim 2010'da kurulmuştur (Kara, 2014). Fotoğraf ve video paylaşımına olanak sağlamanın yanı sıra Instagram kullanıcılarının sosyal medya üzerinden arkadaşlarıyla bağlantı kurmasının da mümkün kılmaktadır. Ios ve android işlemciler ile uygulama olarak da kullanılabilen Instagram, kurulan bu bağlantı sayesinde kullanıcıları arkadaşlarının fotoğraflarını beğenebilmekte ve yorumda bulunabilmektedir. Buna ek olarak 'etiketleme' özelliği sayesinde kişiler kendi fotoğraflarını takip edebilmektedirler ve profillerinin gizlilik ayarlarını yapabilmektedir (Tezgüler'den aktaran Saptır, 2020).

We Are Social'ın Digital İn 2020 raporuna göre 928,5 milyon üyesi bulunan Instagram'ın kullanıcı sayısı, 2021 Ocak ayında yayınlanan Digital in raporu 1,221 milyara ulaşmıştır. Bu kullanıcı sayısı dünya nüfusunun %20'sini oluşturmaktadır. Kullanıcıların %50,8'i kadın, %49,2'si erkektir. Türkiye ise %42,1'i kadın, %57,9'u erkek olmak üzere 38 milyon kullanıcı sayısı ile dünyada Instagram kullanımında 6. sırada yer almaktadır (Digital 2020 Turkey, 2020). Instagram üzerinden ulaşılabilen izleyici oranına bakıldığında karşımıza şaşırtıcı bir tablo çıkmakta ve dünya ortalaması %20'yken Türkiye'nin %68,4 ortalamaıyla birinci sırada yer aldığı görülmektedir (We Are Social, 2021) (Şekil 7). Yani herhangi bir içerik ya da reklam unsuru kullanıcılara Instagram üzerinden sunulduğunda, en fazla Türkiye'den etkileşim almaktadır. Buradan yola çıkarak Instagram'ın toplumumuz tarafından en fazla kullanılan sosyal medya platformlarından biri olduğu ve toplum üzerinde etkileri olduğu sonucuna ulaşabiliriz.



Şekil 7. We Are Social 2021 Ocak ayı instagram'da ulaşılabilen kullanıcı sayısı “Digital 2021 - We Are Social”

Carpenter, Morrison, Craft ve Lee (2020) 841 eğitimcinin Instagram kullanma amaçlarını incelemiştir. Araştırma sonucunda eğitimcilerin %45’inden fazlasının Instagram’ı kişisel amaçları için kullandığını ve kişisel içerikler paylaştığını, %9,2’i profesyonel bir şekilde kullanım yaparak kişisel içerik paylaşmadığını belirtmiştir. Eğitsel olarak eğitimcilerin %87,7 Instagram’ı diğer eğitimcilerin içeriklerine ulaşma, bilgi edinme amacıyla kullanmaktadır. Katılımcıların %35,5’i Instagram üzerinden kendi fikir ve düşüncelerini ifade etmektedir.

2.3.2.2. Pinterest

2009 yılında kurulan Pinterest (Kara, 2013, s.63) 2014 yılında mesleki gelişim ve eğitim için kullanılan en iyi beş web sitesinden biri olmuştur. (Schroeder, Curcio & Lundgren, 2019). Fotoğraf paylaşımına yeni bir boyut getiren, imleme, yorum, puanlama, ilgi alanları ve hobilerine göre insanları ve içerikleri takip etme gibi birçok olanağı sağlayan Pinterest kelime olarak Pin (iğnele), Interest (ilgi alanı) kelimelerin bir araya gelmesi ile oluşmuştur. Yani Pinterest kullanıcılarının ilgilendiği içerikleri iğneleyerek muhafaza edebildikleri bir

pano olarak ifade edilebilmektedir. Bu mecrada da diğer sosyal medya platformlarının sahip olduğu özellikler arasında yer alan takip etme mantığı bulunmaktadır. We Are Social'ın (2021) verilerine göre bünyesinde 200.8 milyon kullanıcı barındırmaktadır ve kullanıcılarının %77,1'ini kadınlar oluşturmaktadır (We Are Social, 2020). Kullanıcılarının çoğunu kadınların oluşturduğu dikkat çekmektedir. Bunun nedenin ise Pinterest'in çeşitli projelerde ilham almak için kullanılması ve bu projelerin içerisinde resim, ev eşyaları, aksesuarların bulunması söylenebilir. Pinterest öğretmenler tarafından da ders kaynakları, materyal, etkinlik ya da oyunlar gibi çeşitli alanlarda ilham almak için kullanılabilmektedir. Schroeder vd. (2019) farklı kademelerde görev yapan 117 öğretmen ile yaptıkları çalışmalarında, öğretmenlerin Pinterest'i eğitim kaynakları aramak ve bu kaynakları sınıfın ihtiyaçlarına göre uyarlamak için kullanma eğiliminde olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

2.3.2.3. Youtube

Video paylaşma ve barındırma sitesi olan Youtube 15 Şubat 2005'te daha öncesinde PayPal çalışanı olan üç girişimci tarafından kurulmuştur. Ekim 2006'da Google tarafından satın alınan Youtube, Broadcast Yourself; Kendini Yayınla sloganı ile yola çıkmıştır (Bostancı, 2010).

Youtube, internet üzerinden video paylaşımının gerçekleştirilebildiği bir web sitesidir. Fikir alışverişi, etiketleme, profil oluşturma, içeriği değerlendirebilme, yorum yapabilme gibi özelliklere sahip olduğu için Web 2.0 teknolojilerini içerisinde barındırmaktadır. Youtube üzerinden ilgili alanlarda içerik oluşturarak, kullanıcıların bilgi edinebilme ve öğrenimlerine katkıda bulunabilmeleri amacıyla sunulabilmektedirler (Burke ve Snyder, 2008).

Günümüzde kullanıcılarına televizyona kıyasla daha fazla seçenek ve alternatif sunan ve 2 milyar kullanıcısı bulunan Youtube We Are Social'ın Digital 2020 raporuna göre, Google'dan sonra en fazla ziyaret edilen ikinci site olmuştur (We Are Social, 2020). Digital 2020 Turkey (2020), raporunda ise ülkemizde en fazla ziyaret edilen (%90) sosyal medya platformunun Youtube olduğu tespit edilmiştir.

Eğitsel amaçlar için de kullanılan Youtube, aynı zamanda eğitimcilerin pedagojik kaynak olarak da kullanabileceği bir platformdur (Duffy, 2008). Kaleci ve Alp (2018) 26 önlisans öğrencisinden oluşan katılımcıların Youtube’da yer alan eğitim videolarına dair görüşlerini almışlardır. Öğrencilerin görüşlerini aldıkları videoları Web Editörü dersi kapsamında olan Adobe Dreamweaver programının kullanımı ile ilgili olan videolar ile sınırlandırmışlardır. Araştırma sonuçlarında katılımcılar videoların konuyu anlamada yardımcı olduğu, bireysel çalışma sırasında dersi eğlenceli hale getirdiği ve videoların başarı düzeylerini arttırdığını belirten olumlu görüşler bildirmişlerdir.

2.3.3. Bloglar

Sosyal medyanın diğer bir bileşeni olan blogların diğer sosyal medya platformlarına göre daha eski bir geçmişe sahiptir. Kişisel web sayfaları olarak da nitelendirebileceğimiz, çeşitli amaçlara ve içeriklere göre oluşturulan ve içeriklerin kronolojik sıraya göre sunulduğu platformlardır. Tema ve içerik seçimini kullanıcı belirlemektedir. Bloglar genellikle yalnızca bir kişi tarafından yönetilmektedir, ancak yorum yapılabilmesine imkan tanınmasıyla diğer bireylerle de etkileşim kurulmasına olanak sağlamaktadır (Kaplan ve Haenlein, 2010)..Gezi-seyahat, fotoğraf, edebiyat, kültür ve sanat gibi çeşitli alanlara yönelik hazırlanabilmektedirler. Bloglarda en eski ve hala en çok kullanılan blog formatının yazı olmasına rağmen çeşitli platformlar video, müzik gibi formatlar sunulmasına imkan vermektedir. Örneğin, San Francisco merkezli Justin.tv, kullanıcıların web kameralarından görüntüleri gerçek zamanlı olarak diğer kullanıcılara yayınlayabilecekleri kişiselleştirilmiş televizyon kanalları oluşturmalarına olanak tanımaktadır (Kaplan ve Haenlein, 2010).

2.3.4. Mikrobloglar

İnternet ağı üzerinden kullanıcıların kısa yorumlar ve paylaşımlar yapmasına olanak sağlayan, özelleştirilmiş bir blog türü olarak da kabul edebileceğimiz sosyal medya platformu olan mikrobloklar içerisinde en popüler olanı Twitter’dır. Mikrobloglar, bloglara

kıyasla kullanıcıya içerik paylaşırken çeşitli kısıtlamalar getirmektedir. Bu kısıtlama genellikle karakter kısıtlaması olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.3.4.1. Twitter

2006 yılında ortaya çıkışından beri kullanımının kolay, ücretsiz ve eğlenceli olması nedeniyle kullanıcı sayısında gün geçtikçe artış gözlemlenen Twitter (Gunelius, 2011, s.153), kullanıcılarına herhangi bir konu, durum ya da olay hakkında görüş bildirmeleri için 140 karakter ile sınırlandırılmış, 'twit' olarak nitelendirilen yorum yapma hakkı sunar. 140 karakter sınırlılığı 7 Kasım 2017'de 280 karaktere çıkarttırılarak, kullanıcılara twit atmak için daha geniş bir alan sağlandı. Gligorić, Anderson, ve West (2018) karakter kısıtlamasının azaltılarak, kullanıcılara daha fazla karakter kullanma hakkının twitler üzerindeki etkisini incelemişler ve yapılmış olan kısıtlamalar ile twitlerin yaratıcılık boyutu ile arasında pozitif yönde ilişki bulmuşlardır. Bununla ilişkili olarak Twitter'ın kullanıcılarına yaptığı bu kısıtlamanın, twitlerin içeriğini zenginleştirdiğini de belirtmişlerdir.

We Are Social'ın (2021) verilerine göre 353,1 milyon kullanıcısı bulunan Twitter'ın kullanıcılarının %68.5'sini erkekler, % 31.5'ini kadınlar oluşturmaktadır (We Are Social, 2021). Türkiye'de %78.4'ü erkek, %21.6'sı kadın olmak üzere toplam 11.80 milyon Twitter kullanıcısı bulunmaktadır (Digital 2020 Turkey, 2020).

Twitterda bir konu ya da anahtar kelimenin önüne '#'sembolü yerleştirilerek hashtag'ler oluşturulmaktadır. Hastagler kişisel ya da toplumsal konuları içeren bir yapıda olabilir ve kullanıcılar tarafından belirlenerek, belirlenen konunun ya da amacın diğer kullanıcılar tarafından takip edilmesine olanak sağlar (Efron, 2010). Hastgaler ilgili konuları bir çatıda altında birleştirmeye olanak sağlamaktadır.

Twitter'ın popülaritesi, uyarlanabilirliği ve benzersiz iletişim fırsatları yaratma kapasitesini göz önüne alarak eğitim içinde de kullanılan bir sosyal ağ sitesi olduğunu söyleyebiliriz. Twitter eğitimde mesleki gelişim, sınıf etkinlikleri ve iletişim için kullanılmaktadır (Carpenter ve Krutka, 2014). Twitter, eğitimcilerin mesleki gelişimini çeşitli şekillerde

kolaylaştırabilmektedir. Eşzamanlı sohbetler veya tweetleme yoluyla, eğitimciler fikirlere katkıda bulunur ve tartışır, ayrıca eğitimle ilgili makalelere, bloglara, wikilere ve diğer web sitelerine tweet atarak kaynakları paylaşır ve elde ederler (Carpenter ve Krutka, 2014) Carpenter ve Krutka (2014) 755 eğitimcinin katılımı ile yapmış oldukları çalışmalarında, eğitimcilerin Twitter'ı en sık meslektaşlarıyla iletişim kurmak ve profesyonel mesleki gelişim ile birlikte, kaynak edinme / paylaşma için de kullandıkları sonucuna ulaşmışlardır. Buradan yola çıkarak eğitimcilerin Twitter'ı iletişim ve bilgi edinme amaçları ile kullandıklarını söyleyebiliriz.

2.3.5. Sanal Oyun Simülasyonları

Sanal dünyaların içinde yer alan bir kavram olan sanal oyun simülasyonları kullanıcıların kişiselleştirilmiş avatarlar şeklinde görünebilecekleri, gerçek hayatta olduğu gibi birbirleriyle etkileşim kurabilecekleri üç boyutlu bir ortamı kopyalayan platformlardır. Üç boyutlu olması ile paralel bir şekilde sanal dünyalar kullanıcılarına çeşitli medya zenginliği sağlamaktadır. Bu zenginlik işitseli görsel hatta günümüz teknolojilerinde dokunsal duysal girdileri içermektedir. Sanal oyunlarda kullanıcılar çevrimiçi bir şekilde çeşitli karakterlere bürünürken üreticinin belirlemiş olduğu kurallar ve kısıtlamalar içerisindedir. Microsoft'un X-Box ve Sony'nin PlayStation gibi standart oyun konsolları artık dünyanın dört bir yanındaki çok sayıda kullanıcı arasında eşzamanlı oynamaya izin verdiği için bu uygulamalar son yıllarda popülerlik kazanmıştır (Kaplan ve Haenlein, 2010).

Sanal oyun dünyalarının örnekleri arasında orta çağ döneminde geçen canavarlarla savaşmak veya hazine aramak için insanlar, cüceler, orklar veya gece elfleri şeklinde Azeroth'un sanal gezegenini keşfeden World of Warcraft" örnek verilebilir.

2.3.6. Sanal Yaşam Simülasyonları

Sosyal medya içerisinde bulunan büyük bir internet tabanlı uygulama grubunun bir parçası olan (Kaplan ve Haenlein, 2009) sanal yaşam simülasyonları kullanıcıların davranışlarını sanal oyun simülasyonlarına göre daha özgürce seçmelerine ve gerçek hayatlarına benzer bir

sanal hayat yaşamalarına olanak sağlayan sosyal medya platformlarıdır (Kaplan ve Haenlein, 2010). Sanal oyun simülasyonlarına benzer bir şekilde kullanıcılar sanal yaşam simülasyonlarında kendi avatarını oluşturarak diğer kullanıcılarla çevrim içi bir şekilde iletişime girebilmektedir. Sanal oyun simülasyonlarına kıyasla sanal yaşam simülasyonlarında etkileşimi kısıtlayan çok daha az faktör bulunmaktadır. Bu kısıtlamalar kullanıcının bulunduğu sanal dünyanın fiziksel koşulları ile sınırlıdır.

En popüler sanal gerçeklik simülasyonlarından biri olan *Second Life*, ABD merkezli kurulmuştur. Second life kullanıcılarına *sakinler* denilmektedir. Sanal yaşam simülasyonu içindeki sakınler kendi avatarlarını oluşturarak simülasyon içinde yürüyüşe çıkabilir, alışveriş yapabilir, arkadaşlarıyla buluşabilir kısaca gerçek hayat içinde yaptığımız ne varsa gerçekleştirebilirler. Second Life içerisinde Linden doları kullanılmakta ve sakınler bu para ile alışveriş yapabilmekte, içeriklerini satabilmekte ya da satın alabilmektedir. Aynı zamanda Linden dolarını ABD dolarına çevirerek para kazanabilmektedirler (Kaplan ve Haenlein, 2009). Buradan yola çıkarak sosyal yaşam simülasyonlarının para kazanmak için bir araç olduğunu da söyleyebiliriz. Aynı zamanda kullanıcılar sosyalleşme ihtiyaçlarını da burada karşılayabilmekte, oluşturdukları avatarlar ile insanlarla etkileşime geçerek sosyal doyum sağlamaya çalışabilmektedirler.

2.3.7. Wikiler

Hawai dilinde ‘çabuk’ anlamına gelen wiki, kullanıcıların herhangi bir konu hakkında bildiklerini ilgili başlık altına yazmalarını sağlayan ve böylece çeşitli konular hakkında bir bilgi havuzu oluşturan sayfalardır. Tipik olarak iş birliği içinde çalışan web siteleri olan wikiler herhangi bir kişinin erişimi ile derlenebilecek ortamlardır (Gürsakal, 2009, s.20). Wikipedia wikilere örnek olarak verilebilir (Kara, 2013, s.75). Wikipedia, insanlara içerik için birlikte çalışma ve bilgiyi üretme ve belki de en önemlisi de, önceden kesinliği belli olan statik ansiklopedik bilgilere karşın bilgiyi güncelleme fırsatı sunar. Wikilerin en önemli getirilerinden biri öğrenciler ve öğretmenlerin işbirlikçi bir halde çalışmalarının sonucu olan,

nitelikli bilgiler sunmasıdır. Buna ek olarak sunulan işbirlikçi çalışma ortamı da öğrencilerin birbirleriyle etkileşimleri açısından önemli bir unsurdur (Deperoğlu ve Köse, 2010).

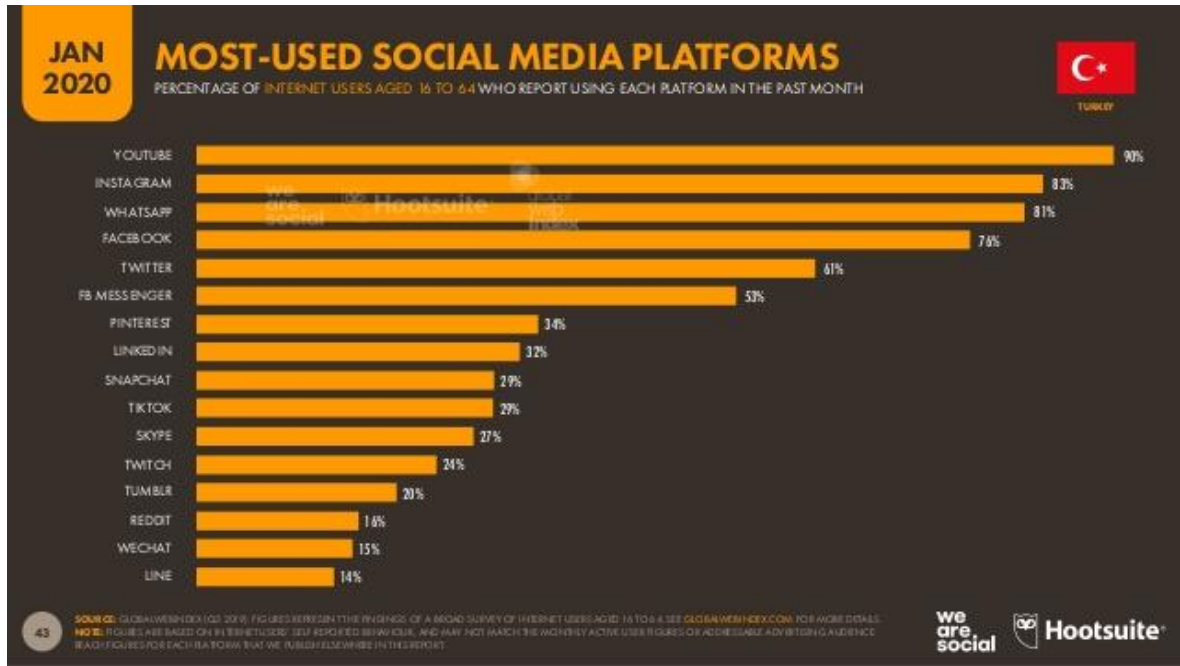
2.4. Türkiye’de Sosyal Medya Kullanımı

We Are Social’ın yayınladığı raporlarına göre sosyal medyanın, insanların vazgeçilmez bir parçası haline geldiği görülmektedir. İlgili rapor incelendiğinde 2019 yılında ortalama 3,72 milyar olan sosyal medya kullanıcı sayısının, 2020 yılının ilk aylarında 4 milyara yaklaştığını görülmektedir. Sosyal medya kullanıcı sayısındaki yıllık büyümenin yaklaşık 304 Milyon (%8,7) olarak belirlenmesi bu görüşü ispatlar niteliktedir (Sosyal Medya Kullanım Kılavuzu, 2020). Sadece Facebook, Youtube, Whatsapp, Instagram ve Twitter sosyal medya platformlarında 7,5 milyar aktif kullanıcı bulunmaktadır (Digital, 2020). Ek olarak ‘Digital 2020 Turkey’ raporunda Türkiye’de kullanıcıların internette ortalama 7,5 saat, sosyal medyada 3 saat vakit geçirdiği görülmektedir. İnternet kullanıcılarının %93’ü internette online video izlerken, %45’i blog yayınları ile vakit geçirmekte, %72’si internet servisleri üzerinden müzik dinlemektedir (Digital 2020 Turkey, 2020). Ocak 2020 rakamlarına göre 54 milyon sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır (Sosyal Medya Kullanım Kılavuzu, 2020). Dünya nüfusunun ortalama %49’u sosyal medya kullanırken Türkiye nüfusunun %64’ü sosyal medya kullanıcısıdır. Bu bilgilerden yola çıkarak ülke nüfusunun yarıdan fazlasının sosyal medya araçlarından herhangi birisini kullandığı ifade edilebilir. Bireyler sosyal gereksinimleri ve etkileşimlerini sosyal medya üzerinde gerçekleştirildiği düşünüldüğünde, sosyal medya araçlarının aslında bir kaçış yolu olarak da görülebileceği şeklinde yorumlanabilir (Güleryüz, Esentaş, Yıldız, & Güzel, 2020).

İnternet ve sosyal medya bireylerin boş zamanlarını değerlendirme aracı olarak da kullanılmaktadır. İlk olarak Çin’in Wuhan kentinde görünen ve giderek bütün dünyaya yayılan COVID-19 hastalığı sonucunda, ülkeler ciddi önlemler almak zorunda kalmıştır. Alınan bu önlemlerin bir tanesi “Sosyal izolasyon”dur (Sağlık Bakanlığı, 2020). Sosyal izolasyon bireylerin diğer insanlardan uzaklaştırılması olarak tanımlanabilir. Sosyal izolasyon kapsamında önce yurt dışından gelen kişiler 14 gün süre ile karantina altına

alınmış, daha sonra hastalığın bulaştığı, fakat hafif etkiler ile hastalığı geçiren kişilerin izolasyonu sağlanmıştır. Bununla birlikte önce 65 yaş üstü, daha sonra da 20 yaş altındaki kişilere sokağa çıkma yasağı getirilmiş, son olarak da hafta sonları ve resmî tatillerde 30 büyükşehir ve Zonguldak’a sokağa çıkma yasakları getirilmiştir (İçişleri Bakanlığı Genelgesi, 2020). Bu önlemler neticesinde, sosyal ortamlara giremeyen insanların, sosyalleşmek ve zaman geçirmek için sosyal medyayı kullandığını söyleyebiliriz (Boyd ve Ellison, 2007; Joinson, 2004; Liu ve Baumeister 2016; Savcı ve Aysan, 2017).

Güleryüz vd., (2020) sosyal izolasyon sürecinde olan bireylerin, serbest zaman değerlendirme biçimi olarak sosyal medya kullanım amaçları ve sosyal medya bağımlılığının ilişkisini incelemişlerdir. Araştırmaya yaş ortalaması 37,14 olan 138 kadın ve 200 erkek olmak üzere toplam 338 kişi katılmıştır. Araştırma sonucunda katılımcıların büyük bir çoğunluğunun aktif (%99,1) sosyal medya araçlarını kullandığı gözlemlenirken, %0,9’u ise kısmen kullandıkları sonucuna ulaşmışlardır. Katılımcıların sosyal izolasyon sürecinde günlük ortalama 3 saat 1 dakika sosyal medya kullandığı sonucuna ulaşmışlardır. Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından 2020 yılında yayınlanan Sosyal Medya Kullanım Kılavuzuna göre sosyal medya kullanımı Türkiye ortalaması 2 saat 51 dakikadır. İzolasyon sürecinde artış gözlemlense de sosyal medyada geçirilen 2 saat 51 dakikanın da fazla olduğunu söyleyebiliriz.



Şekil 8. Türkiye'de en fazla kullanılan sosyal medya platformları, Digital 2020 Turkey (2020) https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2020-turkey-january-2020-v01?from_action=save.

Yıldırım ve İpek (2020), sosyal izolasyon ve gönüllü karantina uygulayan kişilerin internet ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarının değerlendirilmesi amacıyla 6 kadın ve 6 erkekle tematik analiz yöntemini kullanarak. Çevrim içi yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirmişlerdir. Pandemi sürecinde internet ve sosyal medya kullanım oranlarında artış olduğunu belirlemişlerdir. Bu bulguların olumlu ve olumsuz sonuçları olduğunu tespit etmişlerdir. Olumlu açıdan bilgiye erişim, iletişim, gündem takibi, sanal kültürel faaliyetler ve uzaktan eğitim gibi durumlar ön plana çıkarken, olumsuz açıdan boş zamanın tamamının internet ve sosyal medyada geçirilmesi, eğlence içeriklerinin daha fazla ilgi çekmesi gibi noktalara işaret etmişlerdir.

Dağtaş ve Yıldırım (2015), Anadolu Üniversitesi Öğrencileri ile yapmış oldukları çalışmalarında, öğrencilerin en çok internet ve sosyal ağlar bağlamında Facebook ve Twitter'ı yaygın bir şekilde kullandığı sonucuna ulaşmışlardır. Aynı zamanda araştırmaya katılan öğrenciler, diğer kullanıcıların sosyal medyada kendilerini olduklarından daha farklı gösterdikleri eleştirisinde bulunduklarını belirtmişlerdir. Ancak bu eleştiriye yapan

öğrencilerin de sosyal medyada kendi benliklerini olduğundan farklı olarak yansıttığı görüşünü desteklemektedirler.

2.5. Sosyal Medya Kullanım Amaçları

İnternetin ilk ortaya çıkmasından itibaren, internet tabanlı platformlar ve bunların işlevleri ile kullanım amaçları sürekli değişerek gelişmeye devam etmektedir (Yaşar, 2020). İnternet içinde hayat bulan sosyal medyanın kullanım amaçları bireyden bireye farklılık göstermektedir (Hazar, 2011). 14-19 Ağustos 2013 tarihleri arasında Digital Age dergisi tarafından 1012 kişinin katılımı ile yapılan anket çalışmasına göre; İnternet kullanıcıları, interneti en fazla iletişim, arkadaşlarla haberleşme ve gündemi takip etme amaçlarıyla kullanmaktadır (Dağtaş ve Yıldırım, 2015). Sosyal medya platformlarından hepimizin beklentileri değişik olmakta, farklı farklı kullanımlar farklı farklı doyumlara olanak sağlamaktadır. Sosyal medya bazı bireylerin sosyalleşmeden kaçtığı, yalnız kaldığı, daha çok izleyici olarak vakit geçirdiği bir ortam iken, bazı bireylerin de sosyalleşmek, toplulukları içinde onay almak ve takip edilme isteğinin tezahürü şeklinde ortaya çıkmaktadır (Tektaş,2014).

Sosyal medya çatısı altında yer alan sosyal ağ siteleri birçok amacı yerine getirebilmektedir. Sadece sosyalleşmek amacıyla bir araya gelen kullanıcılara hizmet eden sosyal ağlar olduğu gibi, müzik paylaşımını sağlayan (Myspace), veya iş dünyasından kullanıcılara hitap eden sosyal ağlara (LinkedIn, Xing gibi) rastlamak da mümkündür. Sadece belirli bir kullanıcı kitlesine hitap eden sosyal ağ siteleri de vardır. Örneğin tüm dünyada akademisyenlerin birbirleriyle bağlantılı olmasını sağlamak üzere kurulmuş akademik sosyal ağlar olan ResearchGate.com ve Academia.edu web siteleri özel bir kullanıcı kitlesine hitap etmektedir (Acar vd., 2014; Meishar-Tal & Pieterse, 2017). Meishar-Tal ve Pieterse (2017) farklı alanlarda uzmanlaşan 298 akademisyen katılımcıyla, akademisyenlerin akademik sosyal ağları nasıl kullandıklarını araştırmışlardır. Araştırma sonucunda katılımcıların %65'inin bir akademik sosyal ağ hesabına sahip olduğu ve bilgi paylaşımından ziyade bilgiye ulaşma amacıyla kullandıkları sonucuna ulaşmışlardır. Aynı zamanda kendilerini geliştirme

egolarını destekleme, mesleki bilgi edinme, bir topluluğa dahil olma ve toplulukla iletişim kurma amaçlarıyla da akademik sosyal ağların kullanıldığını belirtmişlerdir.

Hazar (2011) üniversite öğrencileri ile yaptığı çalışmasında en fazla kullanılan sosyal medya aracının internet olduğu ve araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin %47,2'sinin bilgi edinme, %23'ünün haberleşme, %10,1'nin eğlenme, %10,1'inin fotoğraf, video ve müzik paylaşma, %2,8'inin oyun oynama, %2,4'ünün para kazanma ve %0,8'inin bloglara katılma amaçları ile sosyal medyayı kullandığı sonucuna ulaşmıştır.

Bostancı (2010) 164'ü kadın, 216'sı erkek toplam 380 katılımcı ile iletişim fakültesine devam eden üniversite öğrencilerinin internet kullanım amaçlarının %20,5'inin araştırma, %19,7'sinin iletişim, %1,6'sının bankacılık, %0,7 sinin e-devlet, %8,9'unun dosya indirme, %4,5'inin oyun, %13,8'inin haber, %7,7'sinin video, %22,2'sinin sosyal medya ve %0,4'ünün diğer amaçlar olduğunu saptamıştır. Katılımcıların ilk olarak tercih ettikleri sosyal medya platformu 272 katılımcının seçimi ile Facebook olmuştur. Katılımcıların sosyal medya kullanım amaçlarına bakıldığında en yüksek ortalama sahip ifadenin 4,19 ortalama ile “Sosyal Medya'yı arkadaşlarımla iletişim kurmak amacıyla kullanırım” ifadesi olduğu görülmektedir. Öğrencilerin sosyal medya kullanım amaçlarında ikinci sırayı 4,04 ortalama ile “Sosyal Medya'yı bilgiye erişim amacıyla kullanırım” ifadesi almaktadır. 3,87 ortalama ile “Sosyal Medya'yı akademik bilgi paylaşımı (ödev, proje vb.) amacıyla kullanırım” ifadesi ise öğrencilerin sosyal medya kullanım amaçlarında üçüncü sırada bulunmaktadır.

Tektaş (2014) 221 üniversite öğrencisinin katılımıyla, üniversite öğrencilerinin sosyal ağ kullanımlarını araştırmıştır. Araştırma sonucunda üniversite öğrencilerinin sosyal ağ sitelerini kullanmadaki amaçlarının sosyal ağ ortamı kurma, bir ortamda kendilerini tanıtmak, kullanıcılarla iletişim kurma ve kurdukları iletişimi devam ettirme, oluşturdukları içeriği, kişisel bilgilerini, fotoğraf ve videolarını içeren profil sayfası oluşturma, tanımadığı insanlarla ilişkiler kurma ve yeni arkadaşlar keşfetme olduğunu saptamıştır.

2.6. Benlik

Ben ya da benlik konusu, uzun zamandır insanoğlunun sorguladığı konulardan biri olmuştur ve birçok alanda incelenmiştir. Sosyoloji, din, felsefe, psikoloji, antropoloji ve eğitim bunlardan bazılarıdır. İçinde insan olan disiplin alanlarında, benliğin de olduğunu söyleyebiliriz. Çok boyutlu bir kavram olan benliğe farklı disiplinlerde farklı anlamlar yüklenmiştir (Yalçın, 2011). Öz, *nefs* ve *ego* gibi farklı şekillerde de tanımlanmıştır. Benlik kelimesini günlük hayatımızda sıkça kullandığımız bir ifade olmasına rağmen, tanımını yapmakta zorlandığımız bir kelimedir. Benliğe ulaşmak, tanımını yapmak, yapısını kavramak için çeşitli yollar aranmıştır. Benlik hakkındaki tartışmaların kökeni Eflatun'a kadar uzanır, fakat doğulu yazarlar benlik problemiyle daha önceki zamanlarda da ilgilenmişlerdir. (Kağıtçıbaşı & Cemalcılar, 2014) İnsanın olduğu yerde ben-öz vardır. Descartes düşüncenin benliğe ulaşmayı sağlayacak bir araç olduğunu savunmuştur ve 'Düşünüyorum, öyleyse varım.' demiştir.

Benliğin psikolojide ilk olarak etraflı bir şekilde incelenmesini William James (1890) 'in "Psikolojinin Prensipleri" adlı kitabının "*Benliğin Bilinci*" adlı bölümünde görülmektedir (Kağıtçıbaşı & Cemalcılar, 2014). William James, bilen (ı self) ve bilinen benlik (me self) olarak benliğin iki alt boyutundan bahsetmiştir. Bilen benlik gözlemleyen konumundayken, bilinen benlik gözlemlenen konumundadır. Yani bilen benliğin özne, bilinen benliğin nesne konumunda olduğunu söyleyebiliriz. Konu, bilginin nesnesi olduğuna göre benlik bilme konu edildiğinde "nesne" durumuna düşmektedir. Dolayısıyla psikolojinin konusu bilinen benliktir (Bacanlı,1990). James sadece benlik araştırmalarının kavramsal temelini atmamış, aynı zamanda insan davranışını anlamak için benliğin çok önemli olduğunu da vurgulamıştır (Cemalcılar ve Kağıtçıbaşı, 2014, s.247). James aynı zamanda benliğin maddi benlik, sosyal benlik ve manevi benlikten oluştuğunu belirterek, insanların birden fazla benliğe sahip olduğu düşüncesinin öncülüğünü yapmıştır. Bir kimsenin sahip olduğu kıyafetler, eşyalar, mülkü, bedeni benliğin maddi benliğini; çevresindeki insanlardan edindiği kendisi hakkında bilgiler sosyal benliğini; inançları, içsel veya öznel yargıları ise manevi benliğini oluşturmaktadır Bacanlı, 1990).

Psikanalitik yaklaşımın öncüsü olan Freud yapısal kişilik kuramında, zihni id, ego ve süper ego olarak üç yapıya böler. Ego benliği ifade etmektedir ve psikonaliz literatüründe benlik yerine ele alındığı görülür (Bacanlı, 1990).

Jung (1968) ise benliği bütünlüğün merkezi olarak değerlendirmektedir. Bütünlüğe ulaşmamız için, kendimizi her yönümüzle tanımamızı ve kabul etmemizin gerekliliğini savunmaktadır. Jung (1968), Kişinin toplum karşısında takınmış olduğu maskeleri ifade eden persona ve kişiliğin örgütleyici ögesi olan Ben (Self), benlik konusuyla ilgilidir (Bacanlı, 1990).

Sembolik etkileşimci görüşü savunan, Goffman, Mead ve Cooley de benlik konusuna katkıda bulunmuşlardır. 1940'lı yılların önemli sosyologları arasında sayılan Goffman insanlar ve ilişkilerin doğası üzerine çalışmalar yapmıştır. Literatüre kazandırmış olduğu '*dramacı dramaturjik yaklaşım*' ile bireylerin dışarıdan nasıl görüldüğünü kendilerinin belirlediğini savunmaktadır. Tiyatro metaforunu kullanarak insanların kendilerini gündelik hayatta sunuş şekillerini ikiye ayırmaktadır. Vücudu biçimlendirmek için aletlerin olduğu bir arka bölge ve sabit dekoruyla bir vitrin bölgesi vardır (Goffman, 2004). Ön bölge/ ön sahne sosyal ortamlarda diğer insanlarla birlikte olduğumuz anlardaki davranışlarımızı kapsarken, arka sahne/arka bölge diğer insanlardan soyutlanmış olduğumuz zamanlardaki davranışlarımızı kapsamaktadır. Yani ön sahnede benliğimizi, ötekiyle karşılaştığımız zamanlarda sosyal olarak etkileşim ve uzlaşma amacıyla sunulmaktadır. Kişilerden oluşan bir takım vardır ve bu takımın sahne üzerindeki faaliyetleriyle mevcut dekorların birleşiminden, canlandırılan karakterin benliği ortaya çıkar; ayrıca yorumlayıcı faaliyetleri bu oluşum için gerekli olan, seyirciler dediğimiz bir diğer takım daha vardır (Goffman, 2004) Yani birey diğeriyle karşılaştığı zamanlarda etkin bir şekilde duruma özgü belirli bir tanım yöneltmektedir. Bu tanım otomatik olarak diğerleri ile ahlaki bir gereksinimi ortaya koymaktadır. Benlik bütün bu düzenlemelerin bir ürünüdür ve her parçasında bu oluşum sürecinin izlerini taşır (Goffman, 2004). Söz konusu işler uzlaşma tam olarak bu noktada gerçekleşerek, kişilerin birbirlerine benliklerini uzlaşıldığı şekliyle sunmalarını sağlar (Goffman, 2004). Birey öteki ya da ötekiler ile ilişkiye geçtiği zamanda, aslında ötekinin

karşısında bir sahneye çıkar, sahnedekeyken bazı şeyleri iletip bazı şeyleri ise iletmeyerek veya bazı şeylerin üstüne örterek etkileşime girer (Bayad, 2016).

Benlik, kişinin zihinsel ve fiziksel özelliklerinin toplamı ve kişinin sahip olduğu bütün bu özelliklere ilişkin kendini değerlendirmesidir; bir bakıma kendilik farkındalığıdır (Lawrence'dan Aktaran Akın, 2019 s.224). Benlik bireyin içebakışıyla ilgilidir, bireyin kendi hal ve durumlarını gözlemlemesi sonucu yapılanmaktadır. Yani benliğin gözlemleme ve gözlemlenme sonucunda ortaya çıkan bir olgu olduğunu söyleyebiliriz. Buradan yola çıkarsak eğer benliğin sürekli olarak değişime maruz kaldığını, dinamik bir yapıda olduğunu söyleyebiliriz. 18. Yüzyılda yaşamış olan, Fransız yazar ve filozof olan Diderot, yağlı boya portresi yapıldığında portresine bakarak şöyle bir serzenişte bulunmuştu: 'Size bunun ben olmadığını söylüyorum. Bir gün içinde yüz farklı görünümüm vardı benim, beni neyin etkilediğine göre belirlenirdi bu görünümüm. Ciddi, üzgün, düşünceli, hassas, hiddetli, tutkulu, mest olmuş hallerde olurdum. Ama hiçbir zaman beni burada gördüğünüz gibi olmadım.' (Zeldin, 2018, s,50) Diderot'un bu serzenişinde, benliğin çevresel şartlara göre çeşitli sıfatlarla nitelendirilebileceği ve kendimizi algılayış biçimimizin değişebileceği görülebilmektedir. Bununla birlikte benlik; içebakışla olduğu gibi, çeşitli nesnel yöntemlerle de kavranan kişilik bütününü temsil etmektedir. Kişi yalnızca öznel olarak değil; duygularıyla, deneme yanılmayla, kavrama yeteneğiyle ve toplumun dili, bakış aracılığıyla da kısaca nesnel olarak da kendini tanıır. Toplumdan bağımsız bir birey söz konusu olamayacağı gibi, toplumdan bağımsız bir benlik de söz konusu olamayacaktır.

İnsan bilincinin, zihninin ve kişiliğinin nasıl ortaya çıktığına dair araştırmalar yapan Mead, benlik oluşumunda bireyin küçük yaştan itibaren çevresindeki önem verdiği insanların etkisinde olduğunu savunur. İnsan davranışlarını sosyal bir bütün olarak ele alan Mead, toplumdan ayrı bir benliğin, benlik bilincinin ve iletişimin olamayacağını savunmaktadır (Kulga, 2014). Mead' göre, benlik (veya kendi tabiriyle 'ben kavramı') bireyin başkalarının kendisine nasıl tepkide bulunduğuyla ilgilenmesinin bir sonucu olarak sosyal etkileşim içinde ortaya çıkmaktadır (Bacanlı, 1990). Özetle benliğin sadece dış etkiler tarafından belirlenen pasif bir varlık olmadığını, insanların kendi bireysel-kimliklerini

biçimlendirirken, eylemlerinin özel bağlamları ne kadar yerel nitelikte olursa olsun, sonuçları ve içerikleri bakımından küresel düzeydeki toplumsal etkilere katkıda bulunabileceğini söyleyebiliriz.

2.6.1. Benlik Kavramı

İngilizcede “self-concept” olarak kullanılan kavram Türkçeye “benlik kavramı” olarak çevrilmiştir (Kulga, 2014). Benlik ve benlik kavramı birbirinden ayrı anlamlara sahiptir. Benlik kavramı bir kimsenin kendi benliğini algılayış biçiminden yola çıkarak, benliğine nasıl atıflarda bulunduğuna göre şekillenir. Sınavdan aynı notu alan iki öğrenciden biri kendini başarılı görüyorken diğeri başarısız görebilir ya da aynı kiloya sahip iki bireyin birisi kendini şişman görüyorken, diğeri zayıf olduğunu düşünebilir. Benlik kavramı kişiye özgü olarak şekillenir ve kişinin geçmiş yaşantılarından, tecrübelerinden, travmalarından yani kişiye ait olan bütün betimlemelerden beslenir. Benlik kavramı, bir kimsenin kendine özgü ve çok zengin yaşantılarını, iletişime elverişli terimlerle ifade etmesidir. (Kuzgun, 1985)

Benlik kavramı, kişinin kendisini zihninde temsil ediş biçimi olarak açıklanabilir. Benlik, kişinin kendisiyle ilgili algılamalarının, kişisel atıflarının, sosyal rollerinin, geçmiş yaşantılarının ve gelecekte beklenenlerinin tamamının zihninde oluşturduğu ben kavramını olarak da değerlendirilebilir (Cevizoğlu, 2019, s.6). Kuzgun’a (1985) göre benlik kavramı bireyin genelleşmiş terimlere dökülmüş benliğidir. Yani bir kimsenin çeşitli kişilik özelliklerinin kendinde bulunuş derecesi hakkındaki değerlendirmelerinin bütünü olarak benlik kavramını tanımlatabiliriz (Meyvacıoğlu, 1983)

Benlik kavramını, bir kimsenin kendisine bakış açısı, kendisini zihninde temsil etme biçimi şeklinde de tanımlayabiliriz. Aynı zamanda, benlik kavramı o kimsenin kendisi ile ilgili algılamalarının, kişisel atıflarının, geçmiş yaşantılarının, gelecekte ilgili hedeflerinin, sosyal rollerinin onun zihninde temsil edilişi ve zihinde kavramsal ben olarak odaklaşmasıdır (Aydın, 1996). Benlik kavramı çevre ile özellikle diğer bireylerle etkileşimlerinin sonucu biçim kazanır, gelişir. Benlik kavramı, bireyin kendisini algılamasını, kendisinin diğer

insanlarla olan ilişkilerine ait algılarını ve bütün bu algılara verilen değerlerini içerir (Özen ve Gülaçtı, 2010).

Benlik sosyal olduğu kadar içsel bir oluşumdur. Kendimizi ve çevremizdeki insanların bizi algılayış şekilleriyle kendi benlik kavramımızı biçimlendiririz. Bir kimsenin benlik kavramı daha çok başkalarının onun hakkındaki görüşlerini yansıtır (Rogers'dan aktaran Kuzgun, 1985). Benliğimiz içinde bulunduğumuz dünyayı, insanları ve kendimizi nasıl gördüğümüzü ve algıladığımızı belirlemede önemli rol oynar (Cemalcılar ve Kağıtçıbaşı, 2014, s.248). Buradan yola çıkarak, çevresiyle diyalektik bir ilişkide bulunan benliğin hem etken hem de edilgen bir yapıda olduğunu söyleyebiliriz. Benliğin, herkesin kendi öz kişiliği hakkında sahip olduğu bilişsel temsilleri yansıttığını ifade edebiliriz.

Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar'a göre (2014) benlik kavramı, kişinin benliğinin kim ve ne olduğuna dair düşünceleri ve bireysel özelliklerini içeren kişinin kendi hakkındaki inançlarıdır. Çevresinden bağımsız bir birey söz konusu değildir. İnsanlar kendilerini değerlendirmeye güdülenmişlerdir ve bunun için toplumsal karşılaştırma yaparlar (Cevizoğlu, 2019, s.5). Yakın veya uzak olması fark etmeksizin için diğer insanları kendi benliği için bir ölçüt aracı olarak kullanabilmektedirler. Benlik rol temellidir ve kişilerarası etkileşim sonucu ortaya çıkmaktadır. (Mead'den aktaran Kulga, 2014). Bireyin kendi varlığı ile ilgili edindiği izlenimler başkalarının onun için düşündüklerinin ve söylediklerinin bir sonucudur (May, 1997, s.33).

Benlik kavramı kişinin kendini algılama biçimi olarak da tanımlanmaktadır. Bu algı, kişinin deneyimleri ve çevreyi yorumlama biçimi tarafından şekillenir ve özellikle kendisi için önemli kişilerin kendisi hakkında değerlendirmeleriyle ve kişinin kendi davranışlarıyla sağlamlaşır (Shavelson, Hubne, & Stanton'dan aktaran Akın, 2019, s.188).

Benlik kavramı bireyin kendisine bakış açısı olarak da tanımlanabilir. Bireyin kendini kendi zihninde değerlendirmesine ek olarak başkalarının zihninden de kendini değerlendirmesi ve kendisi ile ilgili edindiği tüm bulgular ile benliğini oluşturmaktadır. Birey, edindiği tüm bu bulguların sonucuna göre davranışlarını şekillendirmektedir. Benliğini geliştirmiş olan bir

bireyin kendisine olan saygısını, kendisine olan mutluluğunu ve güvenini arttırabildiğini söyleyebiliriz (Kulga, 2014).

Özetle benlik bireyin dünyayı algılamaya başladığı andan itibaren şekillenen, bireyin kendine ait bilgileri ve inançları içeren “ben kimim?” sorusuna verdiği yanıttır. Kişinin bilinçli olarak nasıl tepki verdiği ve sözle ifade edebileceği bir içimde kendi niteliklerini nasıl tanımladığı benlik kavramını oluşturmaktadır (Harter, 2019, s.23). Bir kimsenin hayatında ufak da olsa bir dokunuşa sahip olan canlı veya cansız her türlü varlığın benliğin şekillenmesinde etken veya edilgen bir yapıda bir role sahip olduğunu söyleyebiliriz. Geçmiş ve şimdiki zamana dair algılarımızın toplamından gördüğümüz, anlamlandırabildiğimiz değer ve yargılar bizim benliğimizi oluşturmaktadır diyebiliriz.

2.6.3. İdeal Benlik

Adler kişinin genel bir amaca ulaşmak için geliştirdiği yaşam biçiminin benlik kavramı ve benlik idealine, dış dünya hakkındaki düşüncelerine ve ahlaki inançlarına dayandığını öne sürerek, benlik ve ideal benlik konularına eğilmiştir (Bacanlı, 1990). Bir kimse kişisel bazı özelliklerinden hoşnut olabilirken, bazı özelliklerinden de hoşnutsuzluk duyabilir. Birey hoşnutsuzluk yaşadığı özelliklerinden kurtulmak isterken, beğendiği özelliklerini geliştirmek isteyebilir. Bir kimsenin sahip olmayı istediği özellikler bütünü ‘ideal benlik’ kavramını oluşturmaktadır (Rogers’den aktaran Meyvacıoğlu, 1983).

Wylie benlik kavramını ikiye ayırıp, bir kimsenin gerçek benlik kavramı ile ideal benlik kavramı arasında farklılıklar olduğunu söylemiştir. Bir kişinin kendini görme şekli ile kendini başkalarına sunma şekli arasında önemli farklılıklar olduğunu savunmaktadır. İdeal benlik kavramını içinde bir kişinin ne olmak istediği ve başkalarının kendisinin ne olmasını istedikleri yönündeki düşünceleri bulunmaktadır (Wylie’den aktaran Özen ve Gülaçtı, 2010).

Kulga’ya (2014) göre ideal benlik kişinin gelecekte ne ya da neler olmak istediğine ilişkin kendine dair değerlendirmelerinden oluşmaktadır. Örneğin, “kendini eserlerinde ifade

edebilen bir sanatçı olmak istiyorum”, “daha cana yakın bir insan olmak istiyorum”, “daha güzel ve daha zayıf olmak istiyorum” gibi ifadeler ideal benlik hakkında ipuçları vermektedir. Kişinin kendine sorduğu sorular ve bu sorulara verdiği cevaplar ideal benliğin şekillenmesinde rol oynamaktadır. Bu sorular kişinin isteklerini, amaçlarını, neler yapabileceğini ve değerlerini içerir. Kişi bu sorulara verdiği cevaplar ile sahip olmak istediği benliğe yani ideal benliğine ulaşmaya yönelik hedefler koyar ve bu hedeflere uygun davranışlar, tutumlar sergiler.

İdeal benlik kavramının bireylerin hayatlarındaki seçimlerinde, kararlarında da etkili olduğunu söyleyebiliriz. Meyvacıoğlu (1983) benlik ve ideal benlik kavramının, tercih edilen meslek kavramı ile arasındaki ilişkiyi incelemek için 72 yüksek lisans ve 4. Sınıf öğrencisi ile çalışmış ve ideal benlik kavramının, meslek seçiminde, benlik kavramından daha etkili bir rol üstlendiği sonucuna ulaşmıştır.

2.6.4. Benlik Saygısı

Benlik kavramının bir bileşeni olan diğer önemli bir kavram da benlik saygısıdır. Kişilerin kendilerinin değerine dair ulaştıkları yargıları James'ten (1952) bu yana benlik saygısı (self-esteem) olarak ele alınmaktadır (Bacanlı, 1990). Alanyazın incelendiğinde benlik saygısı kavramının, öz saygı ve kendine saygı kavramları ile aynı anlam dahilinde kullanıldığı görülmüştür.

Benlik saygısı kavramı, insanoğlunun dâhil olduğu birçok alan içerisinde önem arz etmekte, bu nedenle akademik bağlamda yapılan benlik saygısı temalı araştırmalar, çok çeşitli disiplin bünyesinde geniş bir eksene uzanmaktadır. Benlik saygısı bireyin kendi benliğini değerlendiği yönüdür ve kendine verdiği değer yüzeyini yansıtır. Ruh sağlığının ve iyi olma durumunun bir göstergesi olan benlik saygısı, kişiye yeterlilik duygusu ve başarı güdüsü vermektedir (Kulga, 2014). Kişiliğin önemli bir parçasını oluşturan benlik saygısı, bireyin hayatının tüm yönlerini etkilemekte ve onun davranışlarına yön verebilmektedir. Kişilik gelişiminde de önemli bir yere sahip olan ve bireyin algı duygu ve düşüncelerinin bir

bütünü olarak tanımlayabileceğimiz benlik saygısı, bireyin sosyalleşme düzeyinde önemli bir role sahiptir (Bingöl ve Alpkaya, 2016).

Rosenberg (1965), benlik saygısını “bireyin kendisi ile ilgili yaptığı ve sonrasında benimsediği değerlendirmeleri” şeklinde tanımlamaktadır. Benlik saygısının yönünün, bireyin kendine ilişkin yaptığı olumlu veya olumsuz değerlendirmeler sonucunda belirlendiği ileri sürülmekte ve kişinin kendine değerlendirmede olumlu bir tutum içindeyse benlik saygısının yüksek, olumsuz bir tutum içindeyse benlik saygısının düşük olduğunu belirtmektedir. Kendine olumsuz yönde değer veren bireylerin düşük öz saygı düzeyine sahip olduğu söylenebilir (Gencoz ve Oncul’den aktaran Karakoyun, 2019).

Benlik saygısının bireyin kendini nasıl bir şekilde tanıdığına ve tanımladığına göre değişen bir kavram olduğunu söyleyebiliriz. Benlik saygısı, kişinin kendisini değerlendirmesi ve kendisinden memnun olup olmaması sonucu oluşan öznel bir olgudur. Bu tanımlardan yola çıkarak benlik saygısının benliğin duygusal bölümünü oluşturduğunu söyleyebiliriz. Benlik saygısı olumsuz ya da olumlu olabilir, yani statik değil ve konuma, koşullara, gelişmelere göre değişebilir (Efilti ve Çıkılı, 2017). Aynı zamanda olumlu benlik saygısı, bireyin kendisini olduğundan aşağı ya da olduğundan üstün görmeksizin kendinden memnun olması durumudur. Kendini değerli hissedip, beğenilmeye ve sevmeye değer bulmasıdır. (Yörükoğlu, 2000). Fromm ‘a göre (1967) insan yaşamının değeri, mutluluğu, gelişmesinin ve özgürlüğünün kökleri sevme yetisine bağlıdır ve kendisini sevebilen bir birey diğer insanları da sevebilmektedir (s.61).

Kişinin yüksek ya da düşük benlik saygısına sahip olması olaylar karşısındaki duygularını ve davranışlarını farklı yönlerde etkilemektedir (Sivribaşkara, 2003). Benlik saygısı; kişiliğin önemli bir parçası olarak bireyin hayatının tüm yönlerini etkileyerek onun davranışlarına yön verebilmektedir.

Benlik saygısının zihinsel, toplumsal ve dolaylı olarak da bedensel öğeleri vardır (Özkan, 1994). Kendine değer verme ve kendini değerli hissetme, başarı ve başarısızlıkları kabul edebilme, kendi ilgi ve becerilerini ortaya koyabilme, kendi fiziksel özelliklerini kabul

edebilme benlik saygısını oluşturan bileşenlerden sayılabilir. Eğer kişi tarafından algılanmış başarı, kişinin iddiaları ile uyumlu ise yüksek benlik saygısı ortaya çıkar. Başarı algıları kişinin arzuladığından daha düşükse de düşük benlik saygısı ortaya çıkmaktadır (Harter, 2019, s.18).

Benlik saygısının gelişmesinde üç ana kaynak bulunmaktadır. Bunlar: Başkalarının saygısı, yeterlik ve kişinin bu iki kaynağı kendisi için değerlendirmesidir. Başkalarının saygısı, olumlu duygusal etkileşimi, kişide kendini sevmeyi geliştirir. Bu sayede duygusal kendilik ve egemenlik oluşur. Neyin değerli ve sevilebilir olduğu fikrini ortaya koyarak bilişsel kendilik ve egemenliği sağlar. Başkalarının fikir ve yaklaşımları, duyguları kendiliğin iç ruhsal yapısının parçası haline gelir (Özkan, 1994).

Benlik saygısının seviyesi bireyin iş ve okul hayatındaki başarı ve becerisini, stres ile başa çıkabilme yetisini, dostluk ve arkadaşlık ilişkilerinin gelişmesini, canlılık ve eğlenebilirlik derecesini etkilemektedir (Özkan, 1994). Yani kişinin sahip olduğu benlik saygısının seviyesi, hayatının bütün alanlarındaki ölçümlerinde, davranışlarında, tutumlarında, ilişkilerinde ve tercihlerinde etkili olduğunu söyleyebiliriz. Kişinin sahip olduğu benlik saygısına göre hayatını şekillendirdiği ve yaşantıları sonucunda da benlik saygısının değiştiğini söyleyebiliriz.

Sezgin ve Güler (2019) akademisyenlerin benlik saygılarını, yaş, unvan, cinsiyet ve medeni durum gibi çeşitli demografik faktörler bağlamında incelemişlerdir. İlişkisel tarama modeli kullanarak gerçekleştirdikleri araştırmanın evrenini Süleyman Demirel Üniversitesi'nde görev yapmakta olan akademik personel, örneklemini ise bu evrenden tabakalı örnekleme usulüyle seçilen 320 akademik personel oluşturmaktadır. Katılımcıların %47,5'i kadın, %52,5'i ise erkektir. Araştırma sonucunda katılımcıların %88,1'inin benlik saygısı yüksek bir düzeyde %11,9'unun ise benlik saygısının orta düzeyde olduğunu saptamışlardır. Araştırmaya katılan akademik personelin düşük benlik saygısına sahip olmaması önemli noktalardan biridir. Katılımcıların unvanları yükseldikçe benlik saygılarının da yükseldiği gözlemlenmiş ve bu durum Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi bağlamında ele alınarak "kendini gerçekleştirme" basamağıyla ilişkilendirilmiştir. Aynı zamanda benlik saygısı ile

bireylerin evli olması ve yaşı arasında da pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu, benlik saygısının çalışma alanı ve cinsiyet açısından farklılık göstermediği çalışmanın bulguları arasında yer almaktadır.

Efiliti ve Çıkılı (2017), Konya Selçuk Üniversitesi Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Özel Eğitim Bölümünde öğrenim gören rastgele seçilmiş 182 öğrenci ile benlik saygısı ve mesleki benlik saygısı arasındaki ilişkiyi çeşitli demografik özellikler bağlamında incelemişlerdir. 113 kadın ve 69 erkek katılımcının bulunduğu araştırmada ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Araştırma problemleri arasında, katılımcıların benlik saygılarının cinsiyet ve yaşa göre değişkenlik göstermediği bulunmaktadır. Araştırma sonuçlarına göre benlik saygısının yaş ve cinsiyet bakımından farklılaşmadığı belirtilmiştir.

Traş, Arslan ve Taş (2011), öğretmen adaylarının mizah tarzları, problem çözme ve benlik saygısı düzeylerini çeşitli değişkinler dahilinde incelemişlerdir. Araştırmaya 251'i kadın, 191'i erkek olmak üzere toplam 442 öğretmen adayı katılmıştır. Araştırma sonuçlarında benlik saygısının cinsiyete göre farklılaşmadığı saptanmıştır.

2.7. Benlik Saygısı ile Sosyal Medya Kullanımı Arasındaki İlişki

Goffman (2009), “Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu” adlı kitabında sosyal medya araçlarının, diğer insanlar üzerinde izlenim yaratılması ve insanların izlenimlerinin kontrolü amacına da hizmet ettiğini savunmaktadır. Goffman’a (2009, s.45) göre, “birey kendini sosyal medya araçlarıyla başkalarına sunduğunda performansı, toplumun resmi olarak onaylanmış değerlerini, davranışlarından çok daha fazla içerir ve temsil eder.”. Yani bireylerin sosyal medya üzerinden sunduğu benlikleri, toplum tarafından onaylanmış ve sahip olmak istediği benlik yapısından kısaca ideal benliğinden oluşmaktadır. Goffman’ın bu görüşlerini Facebook’a uyarlayan Zhao, Grasmuck ve Martin’e (2008) göre kullanıcılar, anonim olmadıkları ve birbirlerini gerçek hayattan tanıdıkları için kendi gerçek ya da saklı kimliklerini sergilemekten ziyade, sosyal medyada diğerlerinin gözünde istenilen kimlik oluşturmaya çalışmaktadırlar (Şener ve Özkoçak, 2013, s.125). Buradan yola çıkarak benlik saygısı düşük olan bireylerin sosyal medya üzerinden sundukları benlikleri ile gerçek

benlikleri arasında bir fark olduğunu, onaylanmak için sosyal medyayı bir araç olarak kullandıklarını söyleyebiliriz.

Benlik saygısı yüksek olan bireylerin sahip oldukları yeterlilik ve başarı güdüsünün mesleki performans üzerinde de etkisi olduğu söylenebilir. Yüksek benlik saygısına sahip olan bireyler iş hayatında yaşadıkları problemler karşısında çözüm için çeşitli alternatifler arayarak güdülenmiş bir şekilde başarıya ulaşma hedefine sahip olabilirler. Bireyin iş hayatının getirdiği yükümlülükleri gerçekleştirmesinde benlik saygısının önemli bir etken olduğunu söyleyebiliriz.

Kendini gerçekleştirme, ancak insanın kendi gerçeğini anlaması ve kabul etmesiyle mümkün hale gelir (Bayat, 2003). İşte bu durum içsel varlıkla (öz ben) uyumlu bir benlik algısı sistemin varlığını zorunlu kılar. İçsel varlığının gerçeğine ulaşmış ve onunla bütünlük içerisinde yani içsel odaklı bir benlik algısı sistemi geliştiren bireyler sahip oldukları bu benlik algısını yaşamlarına katmakta bir zorlukla karşılaşmazlar. Buna karşılık benlik algısı sistemleri içsel varlıkla uyumlu ya da içsel odaklı olmayan bireyler yaşamları içerisinde karşılaştıkları zorlanmalı durumlarda ya da bu tasarımlarına aykırı yeni yaşantılarında bu yaşantılarını benlik algısı sistemlerine katamamaları nedeniyle bir uyumsuzluk ve huzursuzluk yaşamaktadırlar. Bu huzursuz ve uyumsuz durumdan kurtulmaya çabalarken, çoğu kez gerçeklikten sapma, savunmacı davranışlar ve davranış bozuklukları gösterirler (Kuzgun 1983)

Bireyin kendine dair algıladığı yeterlilik ve değerlilik duygusuyla temeli oluşturulan benlik saygısı, bireyin hem kendisine hem de dış dünyaya olan bakış açısının ve davranışlarının önemli bir belirleyicisi niteliğinde sayılmaktadır. Bu nedenle kişinin sahip olduğu benlik saygısı düzeyi yaşamını doğrudan etkilemektedir (Oktan ve Şahin, 2010). Kırcaburun'a (2016) göre benlik saygısı düşük olan bireyler eleştiriye karşı daha duyarlıdırlar ve genellikle kendilerini önemli ve değerli hissetmek için arkadaşlarından ve sevdiklerinden sürekli onay almaya ihtiyaç duyarlar. Yapılan paylaşımlar sonucu yorum yapma ve beğenme seçenekleri sunan sosyal medya siteleri (Boyd ve Ellison, 2007) benlik saygısı düşük bireylerin onaylanması, değerli hissetmesi için kullanabilecekleri bir araç niteliğinde sayılabilir.

Kişilik gelişiminde önemli bir yer tutan ve birey için önemli olan algı, duygu ve düşüncelerin bir bütünü olan benlik saygısı, bireyin sosyalleşme düzeyinde önemli bir rol oynamaktadır (Arıca, 'dan aktaran Efilti ve Çıkkılı, 2017). Aynı zamanda medya da bireylerin bilgi, kanaat tutum, duygu ve davranışları üzerinde büyük oranda bir etkileme gücüne sahiptir (Arslan, 2004). Fromm'a göre kişiliğimiz almak, değiş tokuş etmek ve tüketmek üzerine kurulmuştur (s. 84). Sanal bir dünyada oluşturduğumuz profiller, sosyal riskleri en aza indirerek bu amacı gerçekleştirmemize hizmet edebilmektedir. Aynı zamanda sosyal medyanın, bireyin sosyalleşmesi amacı için de kullanıldığını ele alırsak, bireyin sahip olduğu benlik saygısı ve sosyal medya kullanımı arasında karşılıklı bir etkileşim olduğunu söyleyebiliriz.

Joinson (2004) 209'u kadın ve 56'sı erkek olmak üzere toplam 265 katılımcı ile kişilerin yüz yüze ve sosyal medya üzerinde kurdukları iletişim ve benlik saygısının arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırma sonucunda, düşük benlik saygısına sahip kişilerin yüksek benlik saygısına sahip kişilere kıyasla internet üzerinden mesajlaşmayı daha fazla tercih ettikleri ve düşük benlik saygısına sahip kişilerin yüz yüze iletişim kurmakta zorlandığı saptanmıştır. Sosyal medyanın doğrudan ya da dolaylı bir şekilde insanların duygularını, hayattan beklentilerini ve yaşamış biçimlerini etkilediği de Joinson'un (2004) çalışmasının bulguları arasında yer almaktadır.

Düşük benlik saygısı, sosyal kaygı, utangaçlık ve benzer faktörlerle geniş bir şekilde ilişkilendirilmiştir Düşük benlik saygısına sahip olan bireyler yeteneklerine çok az değer verirler ve çoğunlukla başarılarını inkar ederek, hedef belirlemede ve problem çözmede güçlük çekerler (Plummer'den aktaran Oktan ve Şahin, 2010). Caplan (2020) çalışmasında psikososyal olarak sağlıklı olmayan bireylerin, interneti tek iletişim kanalı olarak kullandıklarını belirtmiştir. Sosyal medya platformları bireylere utanmak, reddedilmek gibi sosyal etkileşimin tehdit edici birçok yönü olmadan bağlantı kurma şansı sunar. Benlik saygısı düşük olan insanlar bu nedenle sosyal medyada kendilerini göstermeye çekinse de sosyal medyanın sunduğu bu risksiz etkileşim ortamından yararlanmaktadır. Benlik saygısı düşük olan insanlar kendilerinin birçok olumlu yönünü göstermek isterken, benlik saygısı düşük olan insanlar sosyal medya etkileşimlerini tercih edebilmekte ya da sosyal medya

aracılığı ile diğer insanlar hakkında bilgi edinme şansını yakalayabilirler (Liu ve Baumeister, 2016). Sosyal medya bazı bireylerin sosyalleşmekten kaçtığı, yalnız kaldığı, daha çok izleyici olarak bulunduğu bir ortam iken, bazı bireyler için de sosyalleşme, topluluklar içinde takdir edilme, takip edilme gibi isteklerin tezahürü şeklinde ortaya çıkabilmektedir (Hazar, 2011)

Fromm (1955), toplumdan izole edilmiş kişilerin eksik hissetmelerinin altında yatan temel sebebi kişinin tecrübe ettiği kötü olaylara bağlayarak benlik saygısının bu kişilerde manipüle edilmeye açık bir yapıda olduğunu dile getirmektedir. Dolayısıyla kendini eksik hisseden kişiler derin stres ve kaygı durumları yaşadığından, sosyal çevreden gelecek onay ve kabule ihtiyaç duymaktadır. Bu noktadan hareketle birey, toplum nezdinde kabul gördüğü ölçüde stres ve kaygıdan uzaklaşabilmekte böylece benlik saygısını yükseltebilecek şartlardan bir ön koşulu yerine getirmiş olmaktadır (Fromm, 1955, s.198)

Kendini eksik hisseden bireyler yüksek stres ve kaygı durumları yaşadığından, sosyal çevrelerinden gelecek kabule ve onaya ihtiyaç duymaktadır (Sezgin ve Güler, 2019). Çelik ve Odacı'ya (2012) göre duygularını açıklamakta zorlanan, kendini olumsuz algılayan, benlik saygısı düşük bireylerin, internet ortamında sohbet odalarında vb. kendilerini daha rahat ifade edebilecekleri veya olmak istedikleri ama olamadıkları kişiler olarak gösterebilecekleri fırsatlar bulabilecekleri düşünüldüğünde bu kişilerin interneti bağımlılık haline getirmeleri muhtemeldir.

Armstrong, Phillips ve Saling (2000)'in yaptıkları çalışmada benlik saygısı düşük olan ve gerçek yaşam sorunlarından kaçan bireylerin internette daha fazla zaman geçirdiği ve benlik saygısının internet bağımlılığına dair belirleyici bir risk faktörü olduğunu belirtmişlerdir. Benlik saygısı düşük olan bireyler, benlik saygısı yüksek olan bireylere kıyasla sosyal medyada daha fazla zaman geçirmektedirler (Gentile, 2012; Jan vd 2017; Kırkoyun, 2019; Liu ve Baumeister, 2016).

Sosyal medya platformları kullanıcılarının kişisel fotoğraflarını paylaşmasına olanak sağlamaktadır. Her zaman bireyin kendini sunum aracı olarak nitelendirebileceğimiz

fotoğraf, sosyal ağlarda paylaşılarak kişinin benliğini diğerlerine aktarmasının, iletişim kurmanın ve onaylanmanın bir aracı haline gelmiştir (Şener, & Özkoçak, 2013, s.123). Leavy'e göre bireyler kendileri hakkındaki gerçekleri saptıran kuruntulara sahiptirler ve bu kuruntuları kullanmalarındaki amaçlarından birisi de benliklerini güçlendirmektir. Bu kimseler kendi olumlu özelliklerini gözlerinde büyütür, kendilerini gerçekte olduklarından daha yetkin, daha sosyal, yetenekli ve ahlaklı göstermektedirler (Harter, 2019, s.358). Kişilerin kendi istekleri doğrultusunda profil oluşturdıkları sosyal medya siteleri, benliklerinin istedikleri yönlerini paylaşımlarına olanak sağlayan araçlar niteliğinde sayılabilir.

Deniz (2012) çalışmasında sosyal ağ kullanım alışkanlıklarını ve sosyal ağlardaki benlik algı düzeylerini belirlemeyi amaçlamıştır. 574 katılımcı ile gerçekleştirilen araştırmada hem nitel hem de nicel yöntemler kullanılmıştır. Araştırma sonucunda bireylerin sosyal ağ kullanım alışkanlıkları belirlenerek çevrimiçi sohbet etmenin sosyal medyanın yaygın olarak kullanılan bir amacı olduğu saptanmıştır.

Sosyal ağ sitelerinde, kullanıcılar diğer bireyler hakkında bilgi edinmektedir ve bu profiller üzerinden edindikleri bilgiler ile kendileri üzerinden sosyal karşılaştırma davranışını gerçekleştirmektedirler (Jan, vd. 2017; Lee, 2014). Lee (2014) 18-23 yaş aralığında bulunan 199 üniversite öğrencisi ile bireylerin sosyal paylaşım sitelerinde kendileriyle diğer kullanıcıları karşılaştırmasının benlik saygısıyla ilişkisini incelemiştir. Araştırma dahilinde sosyal medya platformlarının, sosyal ağ kategorisinde bulunan Facebook kullanımını incelemiştir. Lee (2014) araştırma sonucunda, karşılaştırma davranışı ve sosyal medyanın kullanım sıklığı arasında pozitif bir ilişki bulmuştur. Bununla birlikte, benlik saygısı düşük olan kullanıcıların, kendilerini başkalarıyla kıyasladıklarında benlik saygısı yüksek kişilere göre daha olumsuz etkilendiğini saptamış, karşılaştırma davranışı ile Facebook' kullanma sıklığı arasında pozitif yönde ilişki olduğunu saptamıştır. Jan vd. (2017) 18-25 yaş aralığında bulunan 150 öğrencinin sosyal medya kullanımı ile benlik saygısı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırma sonuçları dahilinde kullanıcıların kendileriyle ilgili kötü fotoğraf, bilgi paylaşmadığı %88'inin Facebook üzerinden sosyal karşılaştırma yaptığı ve bu sosyal

karşılaştırmaların %98'ini yukarı yönlü olduğunu ve sosyal medya kullanım süresi ile benlik saygısı arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğunu belirtmişlerdir.

Gentile vd. (2012) yaşları 18-22 arasında olan 27 erkek ve 45 kadın olmak üzere toplamda 72 üniversite öğrencisinin Myspace ve Facebook profillerine odaklanan iki grup arasında narsistik kişilik envanteri sonuçlarının farklı olup olmadığı araştırılmıştır. Kullanıcıların hayatlarının olumsuz yanlarını sosyal platformlara taşımadığı ve mutsuz anlarını, başlarına gelen kötü şeyleri, çirkin oldukları anları göstermeyi tercih etmedikleri görülmüştür. Bunun nedenininse beğenilmek, onaylanmak ve kabul görmek isteği olduğu saptanmıştır. Bu bulgular Şener ve Özkoçak'ın (2013) görüşünü destekler niteliktedir. Buna ek olarak Gentile vd. (2012) sosyal medyada fazla zaman geçirmenin de benlik saygısıyla ilişkili olduğu bulunmuştur. Bu sonuç Jan vd. (2017) araştırma sonuçlarını destekler niteliktedir. Bu bilgiler ışığında aşırı sosyal medya kullanımının benlik saygısı üzerinde olumsuz etkisi olduğunu söyleyebileceğimiz gibi kullanıcıların sosyal medyada ideal benliklerini sundukları sonucuna ulaşabileceğimizi söyleyebiliriz.

Çınar ve Mutlu (2019), internet bağımlılığının benlik saygısı, dikkat, gelişmeleri kaçırma korkusu, yaşam doyumu ve kişilik özellikleri ile ilişkisini incelemişlerdir. Araştırmada Kırklareli Üniversitesi'nde eğitim gören 265 kadın 135 erkek olmak üzere toplam 400 katılımcı bulunmaktadır. Araştırma sonuçlarında en fazla kullanılan sosyal medya aracının Instagram (%84), Facebook (%81) olduğunu belirtmişlerdir. Aynı zamanda internet bağımlılığı ile benlik saygısı arasında negatif yönde anlamlı ilişki olduğu çalışmanın bulguları arasında yer almaktadır. Buradan yola çıkarak, internetin bir bileşeni olan sosyal medya platformlarında geçirilen süre artması ile kişinin benlik saygısı arasında negatif bir ilişki olduğunu söyleyebiliriz.

2.8. Özel Eğitim Öğretmenlerinden Sahip Olmaları Beklenen Nitelikler

Öğretmenlik bütünüyle insan hayatının sorumluluklarını taşıyabilecek, yüksek yeterlilikler gerektiren bir meslek olarak kabul edilmektedir (MEB, 2017). Öğretmen yeterlilikleri, yani öğretmenlik mesleğine sahip olan bireylerden beklenen nitelikler, öğretmenlerin

“öğretmenlik mesleğini etkili ve verimli bir şekilde yerine getirebilmek için sahip olmaları gereken beceri, bilgi ve tutumlar” olarak tanımlanmaktadır (MEB, 2017). Öğretimin etkili olarak gerçekleşebilmesi, eğitimin ulaşılmak istenen hedefleri sağlayabilecek nitelikte olabilmesindeki en büyük unsurlardan birinin öğretmenler ve öğretmenlerin sahip oldukları nitelikler olduğunu söyleyebiliriz.

573 sayılı Kanun Hükmünde Kararname’de (1997) yer alan tanıma göre özel eğitim “özel eğitim gerektiren bireylerin eğitim ihtiyaçlarını karşılamak için özel olarak yetiştirilmiş personel, geliştirilmiş eğitim programları ve yöntemleri ile onların özür ve özelliklerine uygun ortamlarda sürdürülen eğitim” olarak yapılmıştır. Özel eğitimde öğretmen; yol gösteren, yönlendirici, plan yapıcı ve uygulayıcı, aileyi eğitime dahil eden ve onlara rehberlik eden ve çocuğa eğitim sunan kişi olarak karşımıza çıkmaktadır (Bahceci, 2019). Özel eğitim öğretmenleri gelişimsel olarak akranlarından farklılık gösteren ve özel eğitime gereksinim duyan bireylerin eğitim öğretim süreçlerinde aktif ya da rehber olarak bulunan, bireysel ihtiyaçları temel alarak bireyin topluma ve kendine karşı olan sorumluluklarını yerine getirmesini sağlayarak, sahip olduğu yeterlilikler dahilinde en üst noktaya ulaşmasını amaçlayan öğretmenlerdir.

MEB (2017), öğretmenlik mesleği genel yeterliliklerini, “mesleki bilgi”, “mesleki beceri” “tutum ve değerler” olmak üzere birbirleriyle ilişki halinde olan ve birbirlerini tamamlayan üç yeterlilik alanı ve bunlar altında bulunan 11 yeterlilik ve bu yeterliliklere dair 65 göstergeden oluştuğunu belirtmiştir. “Tutum ve değerler” alanının “kişisel ve mesleki gelişim” yeterlilik alanı dahilinde öğretmenden “öz değerlendirme yaparak, kişisel ve mesleki gelişim çalışmalarına katılır.” yeterliliği beklenmektedir. Bireyin öz değerlendirme yapması ve bu değerlendirme sonucunda kendine dair olumlu ya da olumsuz bir yargıya ulaşması benlik saygısı olarak ifade edilmektedir. Olumlu benlik saygısına sahip olan bireyler, yaptıkları öz değerlendirmeler sonucu gelişme açık olurlar ve kendilerine dair olumlu benlik algısına sahip olurlar. Sadler’e (2013) göre öğretmenin sahip olduğu benlik saygısının seviyesi, öğrencileri sınıfa aktif olarak dahil eden öğretim stratejilerini kullanımını, dolayısıyla eğitim süreçlerini etkilemektedir Kendilerini geliştirebilen bireyler

olması öğretmenlerde aranan nitelikler kapsamına girdiğinden, öğretmenlerin benlik saygısının yüksek olması gelişime açık, kendilerine yetebilen, öz değerlendirme yapabilen bireyler olduğunun göstergesi olarak ele alınabilir. İçerik bilgisi ve öğretme becerileri, öğretmenin bilgi ve becerilerine ilişkin algılarında önemli bir faktör olan benlik saygısıyla ilişkilidir (Zydzianaite ,Kontrimiene, Ponomarenko ve Kaminskiene, 2020). Yüksek benlik saygısına sahip kişiler, başarılı oldukları alanlarda, kendilerinden emin bir duruş sergilemektedir (Brown, Collins ve Schmidt'den aktaran Büyük, 2017).

Bireylerin çeşitli türdeki performansları elde edebilmek için gerekli olan eylemleri yapabilme ve devam ettirme konusundaki inançları öz yeterlilik kavramı ile ifade edilmektedir (Tekin, Erdoğan ve Şanlı, 2021). Öz yeterlik algıları yüksek olan öğretmenlerin bilişim teknolojilerini eğitim programlarına adapte olabilme becerilerinin yüksek olduğu, öz yeterlik algısı bilişim teknolojileri konusunda gelişmiş olan öğretmenlerin bilişim teknolojilerini zorlanmadan kullanabilecekleri, karşılaştıkları problemleri rahatça çözebilecekleri, öz yeterlik algıları bilişim teknolojilerinde yetersiz olan öğretmenlerin ise bilişim teknolojilerini eğitim programlarına adapte edebilme konusunda problem yaşayacakları, bu teknolojileri kullanmakta zorlanacakları söylenebilir (Sarıçayır, 2019).

Yirmi birinci yüzyılda ortaya çıkan büyük teknolojik gelişim ve beraberinde yaşanan sosyolojik değişim, bütün toplumların bilgi çağının sürekli değişen ve yenilenen şartlarına uyum sağlamasını gerekli kılmakta ve toplumun daha önce hiç olmadığı kadar iletişim ve etkileşim içerisinde yaşamaya sevk etmektedir. Bu önemli toplumsal dönüşüm; etkili iletişim, farklı kültürleri tanıma, yüksek düzeyde iş birliği geliştirebilme, çözüm odaklı düşünebilme gibi üst düzey bilişsel becerilerin önemini arttırmaktadır. Teknolojinin eğitim ortamlarına girmesine paralel olarak öğretimsel ve eğitimsel amaçlar da değişmiştir. Bununla birlikte öğretmenlerin sahip olması gereken nitelikler de farklılaşmış ve sınıf lideri olan öğretmen; rehber ve yönlendirici konumuna geçmiştir. Görev tanımı değişime uğrayan öğretmenlerden, bilgi, bilgisayar, internet, teknoloji, medya ve görsel okuryazarlık gibi alanlarda kendisini geliştirmeyi istemektedir (Ceylan ve Yurdakul'dan aktaran Yaylak, 2017). İnternetin bir bileşeni olan sosyal medyanın eğitimde kullanılmasına ve etkisine dair

çeşitli çalışmalar bulunmaktadır (Carpenter ve Krutka, 2014; Carpenter, vd., 2020; Demir, 2020; Kaleci ve Alp, 2018; Schroeder, vd., 2019; Toğay, vd., 2013; Yaylak, 2017).

Eğitsel açıdan birçok fırsatın kapısını açan sosyal medya özel eğitim öğretmenlerine, bilgiye ulaşma, iletişim, kaynak paylaşma gibi fırsatlar sağlamaktadır. Bu bilgiler ışığında sosyal medyanın eğitim süreçlerine ve kişisel amaçlara hizmet edebilecek bir araç olduğunu, yüksek benlik saygısına sahip olan öğretmenlerin daha etkili bir şekilde eğitim öğretim süreçlerini gerçekleştirebileceğini söyleyebiliriz.

2.9. Öğretmenlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Benlik Saygıları

Web 2.0 teknolojileri yüksek etkileşim ve çok yönlü eğitim süreci oluşturulmasında etkili bir yapıdadır (Deperlioğlu ve Köse, 2010). Web 2.0. teknolojilerinin bir bileşeni olan ve hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline dönüşmüş olan sosyal medya platformları öğretmenler tarafından çeşitli amaçlar için kullanılmaktadır. Eğitim-öğretim hizmetlerinde kullanılan teknolojik araç gereçlerden verim alınabilmesi için onu kullanacak olan öğretmenlerin kendisini teknolojik araç ve uygulamalar konusunda bir şekilde kendisini çağın gereklerine uygun olarak yetiştirmesi gerekmektedir (Çelikten vd., 2005).

Yaylak (2017) sosyal bilgiler öğretmenin eğitimde sosyal medya kullanım düzeyleri ve görüşlerini araştırmak amacıyla yaptığı araştırmada 236 öğretmenden veriler toplamıştır. Araştırma sonuçlarında öğretmenlerin kendi istekleri doğrultusunda sosyal medya kullandığını ve sosyal medyanın eğitim amaçlı kullanılabileceği görüşünü benimsedikleri yer almaktadır.

Çağdaş yaşamda sosyal medyanın neredeyse her yerde bulunması dolayısıyla, sosyal medyanın öğretmenler tarafından etkili ve uygun kullanımını dikkate almaları gerektiği öne sürülmektedir (Carpenter ve Krutka 2014). Kılıç (2019) Aksaray'da ikamet eden çeşitli branşlara sahip 405 öğretmenin sosyal medya kullanım amaçlarını çeşitli değişkenler açısından incelemiştir. Gelecekte sosyal medya kullanımının öğretmenin performansına daha fazla etki edeceğini savunan Kılıç (2019) yapmış olduğu araştırmanın sonucunda

öğretmenlerin yarısından fazlasının günlük 1-3 saat arasında sosyal medya kullandığını ve çoğunun Instagram ve Facebook hesabına sahip olduğunu belirtmiştir. Öğretmenlerin interneti genel olarak sırasıyla bilgi edinme ve alışverişi, alışveriş/bankacılık, sosyal medyayı takip, eğlence ve oyun oynama gibi amaçlar için kullandığı çalışmanın bulguları arasında yer almaktadır.

Reisoğlu, Gedik ve Göktaş (2013), 11 üniversitenin eğitim fakültesinde okumakta olan 2200 öğretmen adayının özsaygı ve duygusal zekâ düzeylerinin problemli internet kullanımıyla ilişkisini incelemişlerdir. Katılımcıların 470'inin problemli internet kullandığını belirlemişlerdir. Öğretmen adaylarının sahip oldukları benlik saygısı düzeyinin cinsiyete göre bir farklılık göstermediği ve problemli internet kullanımıyla arasında zayıf bir ilişki olduğu çalışmanın bulguları arasındadır.

Carpenter ve Krutka (2014) 755 eğitimcinin katılımı ile yapmış oldukları çalışmalarında, eğitimcilerin, % 84'ünün Facebook, % 59'unun Pinterest, % 43'nün LinkedIn ve % 33'ünün de Instagram'ı aktif olarak kullandıklarını ve kullanım sürelerinin dünya ortalamasının üzerinde olduğu sonucuna ulaşmıştır. Aynı zamanda eğitimcilerin sosyal medya içerisinde yer alan Twitter'ı en sık meslektaşlarıyla iletişim kurmak ve profesyonel mesleki gelişim ile birlikte, kaynak edinme / paylaşma için de kullandıklarını belirtmişlerdir.

Demir (2020), öğretmenlerin sosyal medyada kendini açma davranışlarını 18 gönüllü öğretmen katılımcı görüşüne göre incelemiştir. Öğretmenlerin sosyal medya üzerinden yapmış oldukları akademik içerikli, kişisel ve özel bilgiler içeren, eğlenceli, güncel konularla ve sosyal içerikleri ilgili paylaşımlar ve etkileşimler yoluyla öğrencilerine kendilerini açtıkları sonucuna ulaşmıştır. Aynı zamanda öğretmenlerin, duyuru ve bilgilendirme yapma, katılımın artması, iletişimi güçlendirme ve içeriğin daha anlaşılır olması gerekçeleri ile kendilerini sosyal medya üzerinden öğrencilerine açtıklarını belirlenmiştir. Öğretmenlerin kendilerini öğrencilerine sosyal medya üzerinden açmaları sonucunda öğrencilerin olumlu duyuşsal öğrenmeler edindiği, derse katılımlarının arttığı, içeriğin daha anlaşılır olduğu ve öğrencilerin akademik başarılarının arttığı da ortaya çıktığını belirtmiştir.

Tutkun-Ünal ve Köroğlu (2013)'nın 428 öğretmen adayının katılımıyla yaptıkları çalışmada, öğretmen adaylarının % 92,3'ünün Facebook ve % 58'inin Twitter hesabı olduğu, sosyal medya ağlarını 3-5 yıldır kullanan öğretmen adaylarının, sosyal medya ağlarını daha kısa süredir kullanmakta olan öğretmen adaylarına göre daha fazla zaman geçirdiği bulunmuştur.

Karakoyun (2019), 469'u kadın, 191'i erkek olmak üzere toplam 660 öğretmen adayının kişilik özellikleri ile sosyal medya kullanım amaçlarını araştırmıştır. Araştırma sonucunda katılımcıların en fazla kullandıkları sosyal medya platformlarının sırasıyla Instagram (41%) YouTube (16%) ve Facebook (12%) olduğunu saptamıştır. Katılımcıların %42'sinin 1-3 saat ve %33'ünün de 4-6 saat arasında internette vakit geçirdiğini belirtmiştir. Dışadönüklük ile sosyal medyayı iletişim başlatma amaçlı kullanma arasında negatif yönde, içerik paylaşma amacıyla kullanma arasında pozitif yönde anlamlı ilişki olduğunu saptamıştır. Aynı zamanda uyumluluk ile sosyal medyanın iletişim sürdürme, kurma ve içerik paylaşma gibi amaçlarla kullanılması arasında pozitif yönde, iletişim başlatma amacıyla kullanılması arasında negatif yönde anlamlı ilişki olduğu sonuçlarına ulaşmıştır.

Kök (2019), beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin sosyal medya kullanımının mesleki gelişimlerine dair görüşlerini incelemiştir. Araştırma sonucunda öğretmenlerin sırasıyla en çok eğitim-öğretim (%86,2), araştırma yapma ve bilgi toplama (%83,7) ve iletişim kurmak (%81,3) için sosyal medya kullandıkları sonucuna ulaşmıştır. En çok kullanılan sosyal medya platformları arasında Facebook (%75,9), Youtube (%74,9) ve Instagram (%72,4) yer almaktadır. Öğretmenlerin cinsiyet, yaş ve branşları ile sosyal medyayı eğitim süreçlerinde ve genel kullanım amaçları arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığı çalışmanın sonuçları arasındadır.

Öğretmenler kendilerine, öğrencilerine ve uzun vadede topluma yeni becerilerin ve değerlerin kazandırılmasında çeşitli sorumluluklar üstlenmektedir. Literatürde öğretmenlerin sosyal medya kullanım amaçları ile benlik saygısı arasındaki ilişkiye dair yapılan araştırmaların sınırlı sayıda olduğu gözlemlenmiştir.

BÖLÜM III

YÖNTEM

Bu bölümde araştırmada kullanılacak olan araştırma modeli, araştırmada yer alacak katılımcıların seçimindeki ön koşullar ve veri toplama araçları ile ilgili açıklamalar yer alacaktır.

3.1. Araştırma Modeli

Bu araştırmada özel eğitim öğretmenlerinin demografik özelliklerine göre benlik saygıları ile sosyal medya kullanım amaçları arasında anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği belirlenmek amacıyla nicel araştırma yöntemlerinden, genel tarama modeli, genel tarama modelleri arasından ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modeli, günümüzde ya da geçmişteki, var olan ya da var olmuş bir durumu betimleyen bir araştırma türüdür. Genel tarama modeli dahilinde, çok sayıda elemanı bulunan bir evrende, evren hakkında genel bir yargıya ulaşmak için evrenin tümü ya da evrenden alınacak bir grup örnek ya da örneklem üzerinde tarama yapılmaktadır. İlişkisel tarama modelinde ise değişkenlerin birlikte değişip değişmediği; değişme varsa bunun nasıl olduğu saptanmaya çalışılır (Karasar, 2011) . Belirlenen iki ve daha çok sayıdaki değişken arasında birlikte değişimin varlığını belirlemeyi amaçlayan ilişkisel tarama modeli, iki ve daha çok sayıdaki değişken arasında birlikte değişim varlığı ve/veya derecesini belirlemeyi amaçlamaktadır. İlişkisel araştırma modeli dahilinde araştırmada önceden belirlenmiş olan alt amaçlar doğrultusunda birtakım değişkenler arasında ilişki ve farklılıklar betimlenmeye çalışılmaktadır (Karasar, 2012, s. 79-81). Bu ilişkiler korelasyon, t testi, varyans analizi ve çoklu regresyon gibi istatistiksel

yöntemler aracılığıyla belirlenebilir. Özel eğitim öğretmenlerinin demografik özelliklerine göre benlik saygıları ve sosyal medya kullanım amaçları arasındaki farklılıklar ve benzerliklerin incelenmesinde demografik özellikler bağımsız, benlik saygıları ve sosyal medya kullanım amaçları bağımlı değişken olarak belirlenmiştir.

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Türkiye’de yaşamakta olan ve YÖK’e bağlı üniversitelerden Özel Eğitim Öğretmenliği, Görme Engelliler Öğretmenliği, Zihinsel Engelliler Öğretmenliği, İşitme Engelliler Öğretmenliği ve Üstün Zekalılar Öğretmenliği bölümlerinin herhangi birinden mezun olmuş öğretmenler oluşturmaktadır. Özel eğitim öğretmenliğinin farklı anabilim dallarının herhangi birinden mezun olmuş 204 özel eğitim öğretmeni çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan özel eğitim öğretmenlerinin demografik özelliklerine göre hesaplanan frekans ve yüzde değeri Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1’de yer alan bilgiler doğrultusunda araştırmaya katılan özel eğitim öğretmenlerinin %70,1’inin (n=143) kadın, %29,9’unun (n=61) erkek olduğu belirlenmiştir. Araştırmaya katılan öğretmenlerin %27’si (n=55) 20-25, %45,1’i (n=92) 26-30, %14,2’si (n=29) 31-35 yaşları arasında bulunurken %13,7’si (n=28) 36 yaşının üstündedir. Araştırma dahilinde yer alan öğretmenlerin medeni durumuna bakıldığında %60,8’inin (n=124) evli, %39,2’sinin (n=80) bekar olduğu tespit edilmiştir. Öğretmenlerin %68,6’sı (n=140) devlette görevini sürdürürken, %31,4’inin (n=64) özel sektörde çalıştığı görülmüştür. Aynı zamanda araştırmada görüşleri alınan öğretmenlerin %69,6’sı (n=142) 0-5 yıl, %24’ü (n=49) 5-10 yıldır öğretmenlik görevi yaparken %6,4’ü (n=13) 10 yılı aşkın süredir öğretmenlik yapmaktadırlar. Örneklem içinde yer alan öğretmenlerin aylık harcama miktarı incelendiğinde %22,5’inin (n=46) aylık 0-2999 TL, %61,3’ünün (n=125) aylık 3000-5999 TL ve %16,2’sinin (n=33) aylık 6000 TL ve üzeri harcama miktarına sahip olduğu ulaşılan sonuçlar arasında yer almaktadır. Araştırmaya katılan özel eğitim öğretmenlerinin günlük sosyal medyada geçirdiği süreye bakıldığında %12,3’ünün (n=25) sosyal medyada yaklaşık olarak bir saat ve bir saatten daha az, %27’sinin (n=55) 2 saat, %28,9’unun (n=59) 3 saat,

%12,3'ünün (n=25) 4 saat ve %19,6'sının (n=40) 5 saat ve üzerinde sosyal medyada zaman geçirdiği tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan özel eğitim öğretmenlerinin %68'1 (n=139) en sık kullandıkları sosyal medya sitesinin Instagram olduğunu belirtirken, %13,2'si (n=27) en sık Twitter'ı kullandığını, %18,6'sı da (n=38) diğer sosyal medya sitelerini kullandığını belirtmiştir.

Tablo 1

Araştırmaya Katılan Özel Eğitim Öğretmenlerinin Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

Değişkenler	Kategoriler	n	%
Cinsiyet	Kadın	143	70,1
	Erkek	61	29,9
Yaş	20-25	55	27,0
	26-30	92	45,1
	31-35	29	14,2
	36 ve üzeri	28	13,7
Medeni Durum	Evli	124	60,8
	Bekar	80	29,2
Kurum Niteliği	Devlet	140	68,6
	Özel	64	31,4
Meslekte Çalışma Süresi	0-5 yıl	142	69,6
	5-10 yıl	49	24,0
	10 yıl ve üzeri	13	6,4
Aylık Harcama Miktarı	0-2999 TL	46	22,5
	3000-6000 TL	125	61,3
	6000 TL ve üzeri	33	16,2
Günlük Sosyal Medyada Geçirilen Süre	1 saat ve daha az	25	12,3
	2 saat	55	27,0
	3 saat	59	28,9
	4 saat	25	12,3
	5 saat ve üzeri	40	19,6
En Sık Kullanılan Sosyal Medya Sitesi	Instagram	139	68,1
	Twitter	27	13,2
	Diğer	38	18,6
Haberleri En Fazla Takip Ettiği Sosyal Medya Sitesi	Instagram	75	36,8
	Twitter	94	46,1
	Diğer	35	17,2

Özel eğitim öğretmenlerinin araştırma dahilinde haberleri takip etmek için kullandıkları sosyal medya sitesine bakıldığında %46,1'inin (n=94) Twitter, %36,8'inin (n=75) Instagram ve %17,2'sinin (n=35) diğer sosyal medya sitelerini kullandığı tespit edilmiştir.

3.3. Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada özel eğitim öğretmenlerinin kişisel bilgileri ve demografik özellikleri Kişisel Bilgi formu ile toplanmış, sosyal medya kullanım amaçlarını belirlemek için Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği (SMKAÖ) ve benlik saygısı düzeylerini belirlemek amacıyla Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği (RBSÖ) kullanılmıştır.

3.3.1. Kişisel Bilgi Formu

Araştırma kapsamında özel eğitim öğretmenlerinin cinsiyetlerine, yaşlarına, medeni durumlarına, çalıştıkları kurumun niteliğine, meslekteki çalışma sürelerine, aylık harcama miktarlarına, sosyal medyada geçirdikleri süreye, en sık kullandıkları sosyal medya sitesine, haberleri en sık takip ettikleri sosyal medya sitesine dair bilgilerin toplanması amacıyla araştırmacı kişisel bilgi formu oluşturulmuş, bu form katılımcılar tarafından doldurulmuştur.

3.3.2. Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği

Araştırmada özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçlarını ölçmek için. Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği (SMKAÖ) kullanılacaktır. SMKAÖ on sekiz yaş ve üstü yetişkin grubunun sosyal medya kullanım amaçlarını ölçmek için Demir, Herzem, Solmaz ve Tekin (2013) tarafından geliştirilmiştir. Çömlekçi ve Başol (2019) gençlerin sosyal medya kullanım amaçları ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiyi ölçmek için yaptıkları araştırmalarında SMKAÖ'ni kullanmış ve ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik çalışmalarını yapmışlardır. Ölçeğin Solmaz ve diğerleri (2013) tarafından geliştirilen ilk formunda 14 sorudan oluşan beşli likert tipi madde bulunmaktadır. Ancak Çömlekçi ve Başol (2019) yapmış oldukları geçerlilik-güvenilirlik çalışması neticesinde üç maddeyi değerlendirme dışı bırakmışlardır. Bunun sonucunda ölçüm aracı 11 maddelik hale gelmiştir. LISREL 8.71 programı ile doğrulayıcı faktör analizi işlemini gerçekleştirilen Çömlekçi ve Solmaz (2019) analiz sonuçlarında, ölçeğin standartlaştırılmış yüklerinin 0.57 ile 0.60 arasında olduğunu ve tüm değerlerin anlamlı olduğunu ($t > 1.96$), gerçekleştirilen analiz sonrasında ölçeğin geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğu da tespit etmişlerdir.

Güvenilirliğini belirlemek için ise Cronbach's Alpha kat sayısını hesaplamış ve 0,819 bulmuşlardır. Bu sonuç ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir. Ölçekteki maddeler 5'li likert tipi değerlendirme ile ölçülmüştür (1= Hiçbir zaman; 2= Nadiren; 3= Bazen; 4= Sıklıkla; 5= Her zaman). Bulgular kısmındaki verilerin analizi için SPSS 22.0 paket programı kullanılmıştır.

Araştırmada kullanılan bu ölçeğe ait yapı geçerliği hakkında kanıt sunmak adına doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Toplam 11 madde ile gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizinden elde edilen model uyum indeksleri aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 2

Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği Model Uyum İndeksleri ve İlgili Kestirimleri

Model Uyum İndeksi	Kestirim Değeri
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	0,062 (%90 GA ile 0,039-0,084)
X ² /sd	78,322/ 44
Comparative Fit Index (CFI)	0.97
Tucker- Lewis Index (TLI)	0.96
Standardized Root Mean Square (SRMR)	0,08

Tablo 2'de model uyum indeksleri verilmiştir. Tablo incelendiğinde, RMSEA değerinin 0.062 olarak kestirildiği ve bu değer %90 olasılıkla 0,039 ile 0,084 arasında değiştiği görülmektedir. Uyum indeksinin kestirilen aralıkları da model uyumu için yeterli olduğunun bir göstergesidir. Ki-kare değerinin serbestlik derecesine bölümü ile elde edilen diğer bir indeks sonucunda $78,322/44=1,78$ değeri elde edilmiştir. CFI ve TLI uyum indeksleri incelendiğinde, bu değerlerin sırasıyla 0,97 ve 0,96 olarak kestirilmiştir. Diğer bir uyum indeksi olan SRMR değeri incelendiğinde, analiz sonucunda elde edilen kestirim değerinin 0,08 olduğu görülmektedir. Genel olarak uyum indeksleri incelendiğinde, araştırma verisinin modele uyum sağladığı dolayısıyla model-veri uyumunun kabul edilebilir olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 3'de, tek boyuttan oluşan “*Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği’ne*” ait standartlaştırılmış yol katsayıları, bu katsayılar ait standart hatalar ve anlamlılık değerleri verilmiştir. Bu değerlere ait p değerleri incelendiğinde yol katsayılarının hepsinin anlamlı

olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, ölçekte yer alan maddelerin ilgili gizil faktörü yordadığı söylenebilir. Tek boyutta yer alan faktör yükleri yaklaşık olarak 0,42 ile 0,90 arasında değişmektedir. Bu standartlaştırılmış değerlerin hepsi 0,30 üzerinde yer aldığı ve istatistiksel olarak anlamlı olduğu için bu maddelerin ölçülmek istenilen özelliği ölçtüğü söylenebilir. Ayrıca, Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği'ne ait Cronbach alfa değeri hesaplanmış ve elde edilen güvenirlik katsayısının 0.83 olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 3

Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği'ne ait Standartlaştırılmış Faktör Yük Değerleri

Maddeler	Standart Kestirim Değeri	Standart Hata	z değeri	p	Cronbach Alfa
SMKA_m1	0.649	0.048	13.655	< .001	0.83
SMKA_m2	0.438	0.042	10.444	< .001	
SMKA_m3	0.540	0.047	11.360	< .001	
SMKA_m4	0.551	0.052	10.622	< .001	
SMKA_m5	0.803	0.054	14.900	< .001	
SMKA_m6	0.719	0.049	14.600	< .001	
SMKA_m7	0.419	0.041	10.133	< .001	
SMKA_m8	0.845	0.056	15.188	< .001	
SMKA_m9	0.787	0.052	15.074	< .001	
SMKA_m10	0.898	0.054	16.620	< .001	
SMKA_m11	0.552	0.043	12.908	< .001	

3.3.3. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği

Araştırmada özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygısını ölçmek için Rosenberg Benlik Saygısı ölçeğinin 'benlik saygısı' alt ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğin orijinali (Rosenberg Self-Esteem Scale) Rosenberg (1965) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek, Çuhadaroglu (1986) tarafından Türkçe'ye uyarlanıp güvenirlik-geçerlik çalışmaları yapılmıştır. RSBÖ 53 farklı ülkede 16.998 kişinin katılımı aracılığıyla test edilmiş ve evrensel bir ölçek olma özelliği sağlamıştır. (Schmitt ve Allik'den aktaran Sezgin ve Güler, 2019). Toplam 12 alt ölçek bulunmaktadır. Benlik saygısı alt ölçeğinde dörtlü likert tipinde (1:çok yanlış, yanlış, doğru, 4: çok doğru) 10 madde yer almaktadır. Olumsuz ifade taşıyan 5 madde (3, 5, 8, 9, 10) ters kodlanarak elde edilen ölçek toplam puanı 10 ile 40 aralığında olup yüksek skorlar, kişinin benlik saygısının yüksek olduğuna işaret etmektedir.

Ülkemizde katılımcıları ergenler ve yetişkinler olarak belirlenmiş birçok çalışmada, katılımcıların benlik saygısı düzeyini belirlemek için RBSÖ kullanıldığı ve ölçeğin güvenilirlik değerinin 0,75 ve 0,95 arasında değişen düzeylerde yüksek değerlere sahip olduğu görülmektedir (Akbulut, 2018; Aladwani ve Almarzoug, 2016; Büyük, 2017; Çınar ve Mutlu, 2019; Doğuş, 2016; Efilti ve Çıkılı, 2017; Reisoğlu vd., 2013; Sezgin ve Güler, 2019; Traş vd., 2011)

Araştırmada ölçeğin doğrulayıcı faktör analizine ilişkin model uyumu incelenirken şu kriterler göz önüne alınmıştır. RMSEA değeri $< .05$ ise iyi uyum, $.05 < \text{RMSEA}$ değeri $< .08$ ise yeterli uyum olarak değerlendirmiştir (Browne ve Cudeck, 1993). RMSEA için elde edilen güven aralığı bu uyum indeksinin gerçek değerinin evrende hangi aralıklarda yer alabileceğini göstermektedir (MacCallum, Browne ve Sugawara, 1996). SRMR değerinin $.05$ 'ten küçük olması iyi uyumun bir göstergesi iken, $.10$ 'dan küçük olması kabul edilebilir uyumun bir göstergesidir (Hu and Bentler, 1999; Schermelleh-Engel ve Moosbrugger, 2003). CFI ve TLI değerlerin sıfıra yakın olması iyi uyumu gösterirken, $0,95$ ile $0,97$ arasında olması kabul edilebilir model veri uyumunu ve $0,97-1,00$ arasında olması iyi uyumu göstermektedir (Bollen, 1990; Hu ve Bentler, 1995; Jöreskog ve Sörborn, 1993). χ^2/sd değerinin 2 'ten küçük olması iyi uyumun göstergesi iken $2-3$ arasında olması kabul edilebilir uyumun göstergesi olarak ele alınmaktadır (Browne ve Cudeck, 1993).

Toplam 10 madde ile gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizinden elde edilen model uyum indeksleri aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 4

Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği Model Uyum İndeksleri ve İlgili Kestirimleri

Model Uyum İndeksi	Kestirim Değeri
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	0,046 (%90 GA ile 0,006-0,073)
χ^2/sd	50,208/ 35

Comparative Fit Index (CFI)	0.99
Tucker- Lewis Index (TLI)	0.98
Standardized Root Mean Square (SRMR)	0,08

Tablo 4’de model uyum indeksleri verilmiştir. Tablo incelendiğinde, RMSEA değerinin 0.046 olarak kestirildiği ve bu değer %90 olasılıkla 0,006 ile 0,073 arasında değiştiği görülmektedir. Uyum indeksinin kestirilen aralıkları da model uyumu için yeterli olduğunun bir göstergesidir. Ki-kare değerinin serbestlik derecesine bölümü ile elde edilen diğer bir indeks sonucunda $50,208/35=1,43$ değeri elde edilmiştir. CFI ve TLI uyum indeksleri incelendiğinde, bu değerlerin sırasıyla 0,99 ve 0,98 olarak kestirilmiştir. Diğer bir uyum indeksi olan SRMR değeri incelendiğinde, analiz sonucunda elde edilen kestirim değerinin 0,08 olduğu görülmektedir. Genel olarak uyum indeksleri incelendiğinde, araştırma verisinin modele uyum sağladığı dolayısıyla model-veri uyumunun kabul edilebilir olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 5’de, tek boyuttan oluşan “*Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği’ne*” ait standartlaştırılmış yol katsayıları, bu katsayılar için standart hatalar ve anlamlılık değerleri verilmiştir. Bu değerlere ait *p* değerleri incelendiğinde yol katsayılarının hepsinin anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, ölçekte yer alan maddelerin ilgili gizil faktörü yordadığı söylenebilir. Tek boyutta yer alan faktör yükleri yaklaşık olarak 0,28 ile 0,67 arasında değişmektedir. Bu standartlaştırılmış değerlerin hemen hemen hepsi 0,30 üzerinde yer aldığı ve istatistiksel olarak anlamlı olduğu için bu maddelerin ölçülmek istenilen özelliği ölçtüğü söylenebilir. Araştırmada özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygısı düzeylerini ölçmek için kullanılan Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği’ne ait Cronbach alfa değeri hesaplanmış ve elde edilen güvenirlik katsayısının 0.89 olduğu tespit edilmiştir. Bu bulguya göre özel eğitim öğretmenlerinin ölçek maddelerine verdikleri cevapların güvenilir olduğu söylenebilir.

Tablo 5

Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği’ne ait Standartlaştırılmış Faktör Yük Değerleri

Maddeler	Standart Kestirim Değeri	Standart Hata	z değeri	<i>p</i>	Cronbach Alfa
RBS_m1	0.417	0.028	15.041	< .001	
RBS_m2	0.278	0.021	13.155	< .001	

RBS_m3	0.528	0.032	16.385	< .001	0.89
RBS_m4	0.352	0.025	14.172	< .001	
RBS_m5	0.498	0.032	15.416	< .001	
RBS_m6	0.543	0.032	17.160	< .001	
RBS_m7	0.538	0.031	17.595	< .001	
RBS_m8	0.407	0.033	12.334	< .001	
RBS_m9	0.671	0.036	18.709	< .001	
RBS_m10	0.682	0.037	18.625	< .001	

3.4. Verilerin Toplanma Süreci

Bu araştırmada Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği, Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği ve kişisel bilgi formunu özel eğitim öğretmenlerine uygulayabilmek için ölçekler ve form Google Formlar üzerinden dijital ortama aktarılmıştır. Dijital ortama aktarılan ölçekler ve form için bir link oluşturulmuştur. Ölçekleri ve formu yanıtlamaya başlamadan önce katılımcılardan, araştırmanın içeriği, verilerin gizli tutulacağı ve soruları cevaplarırken içten bir şekilde cevaplarının önem teşkil ettiğine dair bir bilgilendirme metni sunulmuştur. Bilgilendirme metnini okuyup çalışmaya katılmaya gönüllü olduğunu belirten katılımcılar formu ve ölçekleri sırasıyla doldurabilmiştir.

Özel eğitim öğretmenlerine ulaşmak için öncelikle 2020-2021 eğitim öğretim yılında kamuda ya da özel sektörde çalışmakta olan birinci dereceden yakınlıkta olan öğretmenlere ulaşılmıştır. Ulaşılan öğretmenlerin kamuda çalışanlarının bulunduğu il ve ilçelerin zümrelerine ait whatsapp gruplarına, özel sektörde olanların çalıştıkları rehabilitasyon merkezi whatsapp gruplarına çalışmanın form ve ölçeklerini içeren dijital linki atmaları istenmiştir.

3.5. Verilerin Analizi

Araştırmaya katılan özel eğitim öğretmenlerinden elde edilen cevaplar doğrultusunda hesaplanan istatistikler Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 6

Araştırma Problemlerine Göre Kullanılan İstatistikî İşlemler

Alt Problemler	İstatistikî İşlemler
----------------	----------------------

Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçları nelerdir?	Betimsel istatistikler (ortalama, standart sapma, minimum, maksimum)
Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçları demografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?	t-testi Varyans analizi
Özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygıları ne düzeydedir?	Betimsel istatistikler (ortalama, standart sapma, minimum, maksimum)
Özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygısı düzeyleri demografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?	Mann-Whitney U Kruskal-Wallis
Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçları ile benlik saygısı arasındaki ilişki ne düzeydedir?	Spearman korelasyon katsayısı



BÖLÜM IV

BULGULAR VE YORUM

Bu araştırmanın temel problemini “Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçları ile benlik saygıları arasında ilişki var mıdır” oluşturmaktadır. Bu temel problemin çözülmesi için çeşitli alt problemler oluşturulmuş ve araştırmanın bulgu ve yorumlarına alt problemler doğrultusunda yer verilmiştir.

4.1. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları Nelerdir?

Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçlarının ne olduğunu ortaya koymak adına, Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği’nde yer alan maddelere ilişkin betimsel istatistikler incelenmiştir. Elde edilen betimsel istatistikler Tablo 7’de sunulmuştur.

Tablo 7 incelendiğinde, ölçekten alınabilecek en düşük puanın 1 ve en yüksek puanın 5 olduğu görülmektedir. Her bir maddenin ortalaması incelendiğinde, sosyal medyayı insanları daha iyi tanımak için kullanan kişilerin ortalamasının ($\bar{x}=2,37$) düşük olduğu, dolayısıyla insanların diğer insanları daha iyi tanımak için sosyal medyayı çok tercih etmedikleri görülmektedir. Sosyal medyayı kişisel sunum ve bilgi paylaşımı için kullananların ve müzik dinlemek için kullananların ortalaması ise (sırasıyla, $\bar{x}=2,96$ ve $\bar{x}=3,01$) ölçek ortalamasına yakındır. Bu nedenle, kişilerin orta düzeyde sunum ve bilgi amaçlı ve müzik dinlemek için kullandıkları söylenebilir. Yine ortalamalar incelendiğinde, katılımcıların sosyal medyayı arkadaşlarıyla iletişim kurmak, eğlenmek, rahatlamak, gündemi takip etmek ve bilgiye erişim sağlamak için kullandıkları görülmektedir.

Tablo 7

Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarına İlişkin Betimsel İstatistikler

No	Minimum Değer	Maksimum Değer	Ortalama	Standart Sapma
----	------------------	-------------------	----------	-------------------

1	Sosyal medyayı arkadaşlarla iletişimde bulunmak için kullanırım.	1,00	5,00	3,53	1,08
2	Sosyal medyayı eğlenmek ve rahatlamak için kullanırım.	1,00	5,00	3,90	,99
3	Sosyal medyayı boş zamanları değerlendirmek için kullanırım.	1,00	5,00	3,51	1,18
4	Sosyal medyayı müzik dinlemek için kullanırım.	1,00	5,00	3,01	1,33
5	Sosyal medyayı mesaj göndermek ve almak için kullanırım.	1,00	5,00	3,58	1,26
6	Sosyal medyayı insanları daha iyi tanımak için kullanırım.	1,00	5,00	2,37	1,21
7	Sosyal medyayı olayları/gündemi takip etmek için kullanırım.	1,00	5,00	4,01	1,01
8	Sosyal medyayı kişisel sunum ve bilgi paylaşımı için kullanırım.	1,00	5,00	2,96	1,30
9	Sosyal medyayı kişi ve organizasyonlara ulaşmak için kullanırım.	1,00	5,00	3,40	1,18
10	Sosyal medyayı fikir alışverişinde bulunmak için kullanırım.	1,00	5,00	3,34	1,20
11	Sosyal medyayı bilgiye erişim amacıyla kullanırım.	1,00	5,00	3,97	1,01

4.2. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları, Öğretmenlerin Demografik Özelliklerine Göre Anlamlı Bir Farklılık Göstermekte Midir?

Çalışmanın bu bölümünde, araştırmaya katılan özel eğitim öğretmenlerinin cinsiyetlerine, yaşlarına, medeni durumlarına, çalıştıkları kurumun niteliğine, meslekteki çalışma sürelerine, aylık harcama miktarlarına, sosyal medyada geçirdikleri süreye, en sık kullandıkları sosyal medya sitesine, haberleri en sık takip ettikleri sosyal medya sitesine göre sosyal medya kullanım amaçlarının anlamlı bir değişiklik gösterip göstermediği incelenmiştir.

4.2.1. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları, Öğretmenlerin Cinsiyetlerine Göre Anlamlı Bir Farklılık Göstermekte Midir?

Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçlarının cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere bağımsız örneklem t-testi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 8’de yer almaktadır.

Tablo 8

Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Cinsiyetlerine Göre Hesaplanan T-Testi Sonuçları

Cinsiyet	N	$\bar{x}$	ss	sd	t	p
Kadın	143	37,62	7,73	202	,108	,914
Erkek	61	37,49	8,32			

Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçları cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($t(202) = ,108$, $p>.05$). Bu sonuca göre, Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçlarının kadınlar ve erkekler arasında benzerlik gösterdiği söylenebilir.

4.2.2. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları, Öğretmenlerin Yaşlarına Göre Anlamlı Bir Farklılık Göstermekte Midir?

Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçlarının belirlenen yaş gruplarına göre oluşturulan gruplar arasında farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere tek faktörlü varyans analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 9’da yer almaktadır.

Tablo 9

Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Yaşlarına Göre Hesaplanan Varyans Analizi Sonuçları

Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Farkı
Gruplar Arası	305,326	3	101,775	1,651	,179	-
Gruplar İçi	12328,257	200	61,641			
Toplam	12633,583	203				

Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçları yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($F(3,201) = 1,651, p>.05$). Bu sonuca göre, özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçlarının 20-25, 26-30, 31-35 ve 36 ve üzeri olmak üzere oluşturulan yaş grupları arasındaki öğretmenler arasında benzerlik gösterdiği söylenebilir.

4.2.3. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları, Öğretmenlerin Medeni Durumlarına Göre Anlamlı Bir Farklılık Göstermekte Midir?

Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçlarının katılımcıların medeni durumlarına göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere bağımsız örneklem t-testi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 10’da yer almaktadır.

Tablo 10

Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Medeni Durumlarına Göre Hesaplanan T-Testi Sonuçları

Medeni Durum	N	$\bar{x}$	ss	sd	t	p
Evli	124	38,30	8,33	202	1,618	,107
Bekar	80	36,48	7,05			

Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçları medeni duruma göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($t(202) = 1,618, p>.05$). Bu sonuca göre, Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçlarının evli ve bekarlar arasında benzerlik gösterdiği söylenebilir.

4.2.4. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları, Öğretmenlerin Çalıştıkları Kurumun Niteliğine Göre Anlamlı Bir Farklılık Göstermekte Midir?

Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçlarının çalıştığı kurumun özel ya da devlet olma durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere bağımsız örneklem t-testi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 11’de yer almaktadır.

Tablo 11

Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Çalıştıkları Kurum Niteliğine Göre Hesaplanan T-Testi Sonuçları

Kurum Niteliği	N	$\bar{x}$	ss	sd	t	p
Devlet	140	37,49	8,11	202	-,242	,809
Özel	64	37,78	7,44			

Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçları kurumun niteliğine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($t(202) = -,242, p>.05$). Bu sonuca göre, Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçlarının özelde ve kamuda görev yapan öğretmenler arasında benzerlik gösterdiği söylenebilir

4.2.5. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları, Öğretmenlerin Meslekteki Çalışma Sürelerine Göre Anlamlı Bir Farklılık Göstermekte Midir?

Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçlarının meslekteki çalışma süresine göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere tek faktörlü varyans analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 12’de yer almaktadır.

Tablo 12

Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Meslekte Çalışma Sürelerine Göre Hesaplanan Varyans Analizi Sonuçları

Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Farkı
Gruplar Arası	135,37	2	67,69	1,09	,339	-
Gruplar İçi	12498,21	201	62,18			
Toplam	12633,58	203				

Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçları meslekte çalışma süresine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($F(2,201) = 1,09, p>.05$). Bu sonuca göre, Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçlarının meslekte 0-5 yıl, 5-10 yıl ve 10 yıl üzeri görev yapan öğretmenler arasında benzerlik gösterdiği söylenebilir.

4.2.6. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları, Öğretmenlerin Aylık Harcama Miktarlarına Göre Anlamlı Bir Farklılık Göstermekte Midir?

Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçlarının aylık harcama miktarına göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere tek faktörlü varyans analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 13’de yer almaktadır.

Tablo 13

Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Aylık Harcama Miktarına Göre Hesaplanan Varyans Analizi Sonuçları

Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Farkı
Gruplar Arası	167,438	2	83,72	1,35	,262	-
Gruplar İçi	12466,15	201	62,02			
Toplam	12633,58	203				

Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçları aylık harcama miktarına göre oluşturulan gruplarda anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($F(2,201) = 1,35, p>.05$). Bu sonuca göre, Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçlarının 0-2999, 3000-5999, 6000 ve üzeri olmak üzere oluşturulan aylık harcama grupları arasında benzerlik gösterdiği söylenebilir.

4.2.7. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları, Öğretmenlerin Günlük Sosyal Medyada Geçirdikleri Süreye Göre Anlamlı Bir Farklılık Göstermekte Midir?

Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçlarının sosyal medyada harcanan zaman miktarına göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere tek faktörlü varyans analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 14’de yer almaktadır.

Tablo 14

Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Sosyal Medyada Harcadıkları Zaman Miktarına Göre Hesaplanan Varyans Analizi Sonuçları

Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Farkı
Gruplar Arası	810,93	4	202,73	3,41	,010	1 saat ve daha az- 5 saat ve daha fazla
Gruplar İçi	11822,66	199	59,41			
Toplam	12633,58	203				

Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçları sosyal medyada harcanan zaman miktarına göre oluşturulan gruplarda anlamlı bir farklılık göstermektedir ($F(4,199) = 35, p < .05$). Yapılan çoklu karşılaştırma testine (Tukey HSD) göre, 1 saat ve daha az zaman harcayan öğretmenler ile 5 saat ve üzeri zaman harcayan öğretmenler arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir. 5 saat ve daha fazla sosyal medyaya zaman harcayan öğretmenlerin ($\bar{x}=39,75$) sosyal medya kullanım amaçları puanları, 1 saat ve daha az sosyal medya kullanan öğretmenlerinkinden ($\bar{x}=33,72$) daha fazladır.

4.2.8. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları, Öğretmenlerin En Sık Kullandıkları Sosyal Medya Sitesine Göre Anlamlı Bir Farklılık Göstermekte Midir?

Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçlarının en sık kullanılan sosyal medya sitesine göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere tek faktörlü varyans analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 15’de yer almaktadır.

Tablo 15

Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının En Sık Kullandıkları Sosyal Medya Sitesine Göre Hesaplanan Varyans Analizi Sonuçları

Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Farkı
Gruplar Arası	162,010	2	81,01	1,31	,273	-
Gruplar İçi	12471,57	201	62,05			
Toplam	12633,58	203				

Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçları en sık kullanılan sosyal medya sitesine göre oluşturulan gruplarda anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($F(2,201) = 1,31$, $p>.05$). Bu sonuca göre, Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçlarının İnstagram, Twitter ve diğer sosyal medya sitelerini kullanan öğretmenler arasında benzerlik gösterdiği söylenebilir.

4.2.9. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları, Öğretmenlerin Haberleri En Fazla Takip Ettiği Sosyal Medya Sitesine Göre Anlamlı Bir Farklılık Göstermekte Midir?

Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçlarının haberleri en fazla takip ettiği sosyal medya sitesine göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere tek faktörlü varyans analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 16’da yer almaktadır.

Tablo 16

Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Haberleri En Fazla Takip Ettikleri Sosyal Medya Sitesine Göre Hesaplanan Varyans Analizi Sonuçları

Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Farkı
Gruplar Arası	206,32	2	103,16	1,67	,191	-
Gruplar İçi	12427,26	201	61,83			
Toplam	12633,58	203				

Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçları haberleri en fazla takip ettiği sosyal medya sitesine göre oluşturulan gruplarda anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($F(2,201) = 1,67$, $p>.05$). Bu sonuca göre, Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçlarının İnstagram, Twitter ve diğer sosyal medya sitelerini haber amaçlı kullanan öğretmenler arasında benzerlik gösterdiği söylenebilir.

4.3. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygıları Ne Düzeydedir?

Özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygısı düzeylerini ortaya koymak adına, Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği'nde yer alan maddelere ilişkin betimsel istatistikler incelenmiştir. Elde edilen betimsel istatistikler Tablo 17'de sunulmuştur.

Tablo 17 incelendiğinde, ölçekten alınabilecek en düşük puanın 1 ve en yüksek puanın 4 olduğu görülmektedir. Her bir maddeye ait ortalamalar incelendiğinde, en düşük ortalamanın “kendime karşı daha fazla saygı duyabilmeyi isterdim” ($\bar{x}=2,25$) maddesine ait olduğu görülmektedir. Bu da araştırmada yer alan Özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygılarının yüksek olduğunu göstermektedir. Ortalamalar açısından en yüksek maddeler incelendiğinde ise, “kendimi en az diğer insanlar kadar değerli buluyorum”, “bazı olumlu özelliklerimin olduğunu düşünüyorum”, Ben de diğer insanların birçoğunun yapabildikleri kadar bir şeyler yapabilirim”, bu maddelerin ortalamasının maksimum puana yakın olduğu ve dolayısıyla Özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygılarının yüksek olduğunu söyleyebiliriz.

Tablo 17

Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygılarına İlişkin Hesaplanan Betimsel İstatistikler

No		Minimum Değer	Maksimum Değer	Ortalama	Standart Sapma
1	Kendimi en az diğer insanlar kadar değerli buluyorum.	1,00	4,00	3,50	,63
2	Bazı olumlu özelliklerim olduğunu düşünüyorum.	2,00	4,00	3,59	,53
3	Genelde kendimi başarısız bir kişi olarak görme eğilimindeyim.	1,00	4,00	3,16	,69
4	Ben de diğer insanların birçoğunun yapabildiği kadar birşeyler yapabilirim	1,00	4,00	3,45	,56
5	Kendimde gurur duyacak fazla bir şey bulamıyorum.	1,00	4,00	3,17	,72
6	Kendime karşı olumlu bir tutum içindeyim.	1,00	4,00	3,24	,65
7	Genel olarak kendimden memnunum.	1,00	4,00	3,20	,65
8	Kendime karşı daha fazla saygı duyabilmeyi isterdim..	1,00	4,00	2,25	,97
9	Bazen kesinlikle kendimin bir işe yaramadığımı düşünüyorum	1,00	4,00	3,10	,85
10	Bazen kendimin hiç de yeterli bir insan olmadığını düşünüyorum.	1,00	4,00	2,89	,87

Tablo 18'deki bilgiler incelendiğinde b özel eğitim öğretmenlerinin %4,4'ünün (n=9) düşük, %29,9'unun (n=61) orta ve %65,7'sinin (n=134) yüksek benlik saygısına sahip olduğu görülmektedir. Diğer bir anlatımla araştırmaya katılan özel eğitim öğretmenlerinden düşük benlik saygısına sahip olanlarının sayısının az olduğu, özel eğitim öğretmenlerinin çoğunun benlik saygısının yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 18

Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygısı Düzeylerine İlişkin Hesaplanan Frekans ve Yüzde Değerleri

	Frekans	Yüzde	Yığılmalı Yüzde
Düşük	9	4,4	4,4
Orta	61	29,9	34,3
Yüksek	134	65,7	100,0
Toplam	204	100,0	

4.4. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygıları, Öğretmenlerin Demografik Özelliklerine Göre Anlamlı Bir Farklılık Göstermekte Midir?

Çalışmanın bu bölümünde, araştırmaya katılan özel eğitim öğretmenlerinin cinsiyetlerine, yaşlarına, medeni durumlarına, çalıştıkları kurumun niteliğine, meslekteki çalışma sürelerine, aylık harcama miktarlarına, sosyal medyada geçirdikleri süreye, en sık kullandıkları sosyal medya sitesine, haberleri en sık takip ettikleri sosyal medya sitesine göre benlik saygılarının anlamlı bir değişiklik gösterip göstermediği incelenmiştir.

4.4.1. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygıları, Öğretmenlerin Cinsiyetlerine Göre Anlamlı Bir Farklılık Göstermekte Midir?

Özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygısı düzeylerinin cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere Mann-Whitney U testi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 18’de yer almaktadır.

Tablo 19

Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygısının Cinsiyetlerine Göre Hesaplanan Mann-Whitney U Sonuçları

Cinsiyet	N	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	Z	p
Kadın	143	100,58	14383,50	4087,5	-,7400	,459
Erkek	61	106,99	6526,50			

Özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygısı düzeyleri cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($U = 4087,5$, $p > .05$). Bu sonuca göre, Özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygısı düzeylerinin kadınlar ve erkekler arasında benzerlik gösterdiği söylenebilir.

4.4.2. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygıları, Öğretmenlerin Yaşlarına Göre Anlamlı Bir Farklılık Göstermekte Midir?

Özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygısı düzeylerinin yaşa göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere Kruskal-Wallis analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 19’da yer almaktadır.

Tablo 20

Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygılarının Yaşlarına Göre Hesaplanan Kruskal-Wallis Analizi Sonuçları

Gruplar	N	Sıra Ort.	χ^2	sd	p	Anlamlı Fark
20-25	55	99,79	4,438	3	,218	-
26-30	92	98,43				
31-35	29	100,43				
36 ve üzeri	28	123,34				

Özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygısı düzeyleri yaşa göre oluşturulan gruplarda anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($\chi^2 (3) = 4,438, p>.05$). Bu sonuca göre, Özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygısı düzeylerinin 20-25, 26-30, 31-35 ve 36 ve üzeri olmak üzere oluşturulan yaş grupları arasında benzerlik gösterdiği söylenebilir.

4.4.3. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygıları, Öğretmenlerin Medeni Durumlarına Göre Anlamlı Bir Farklılık Göstermekte Midir?

Özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygısı düzeylerinin katılımcıların medeni durumlarına göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere Mann-Whitney U testi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 20’de yer almaktadır.

Tablo 21

Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygılarının Medeni Durumlarına Göre Hesaplanan Mann-Whitney U Sonuçları

Medeni Durum	N	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	Z	p
Evli	124	99,07	12285,0	4535	-1,077	,281
Bekar	80	107,81	8625,0			

Özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygısı düzeyleri medeni duruma göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($U = 4535$, $p > .05$). Bu sonuca göre, Özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygısı düzeylerinin evli ve bekarlar arasında benzerlik gösterdiği söylenebilir.

4.4.4. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygıları, Öğretmenlerin Çalıştıkları Kurumun Niteliğine Göre Anlamlı Bir Farklılık Göstermekte Midir?

Özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygısı düzeylerinin çalıştığı kurumun özel ya da devlet olma durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere Mann-Whitney U yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 21’de yer almaktadır.

Tablo 22

Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygılarının Çalıştıkları Kurumun Niteliğine Göre Hesaplanan Mann-Whitney U Sonuçları

Kurum Niteliği	N	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	Z	p
Devlet	140	100,70	14098,0	4228	-,672	,502
Özel	64	106,44	6812,0			

Özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygısı düzeyleri kurumun niteliğine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($U = -,672$, $p > .05$). Bu sonuca göre, Özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygısı düzeylerinin özelde ve kamuda görev yapan öğretmenler arasında benzerlik gösterdiği söylenebilir.

4.4.5. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygıları, Öğretmenlerin Meslekteki Çalışma Sürelerine Göre Anlamlı Bir Farklılık Göstermekte Midir?

Özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygısı düzeylerinin meslekteki çalışma süresine göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere Kruskal-Wallis analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 22’de yer almaktadır.

Tablo 23

Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygılarının Meslekteki Çalışma Sürelerine Göre Hesaplanan Kruskal-Wallis Analizi Sonuçları

Gruplar	N	Sıra Ort.	χ^2	sd	p	Anlamlı Fark
0-5 yıl	142	101,84	4,427	2	,109	-
5-10 yıl	49	96,28				
10 yıl ve üzeri	13	133,15				

Özel eğitim öğretmenlerinin sahip oldukları benlik saygısı düzeyleri meslekteki çalışma süresine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. ($\chi^2(2) = 4,427$, $p > .05$). Bu sonuca göre, Özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygısı düzeylerinin meslekte 0-5 yıl, 5-10 yıl ve 10 yıl üzeri görev yapan öğretmenler arasında benzerlik gösterdiği söylenebilir.

4.4.6. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygıları, Öğretmenlerin Aylık Harcama Miktarlarına Göre Anlamlı Bir Farklılık Göstermekte Midir?

Özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygısı düzeylerinin aylık harcama miktarına göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere Kruskal-Wallis analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 23’de yer almaktadır.

Tablo 24

Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygılarının Aylık Harcama Miktarlarına Göre Hesaplanan Kruskal-Wallis Analizi Sonuçları

Gruplar	N	Sıra Ort.	χ^2	sd	p	Anlamlı Fark
0-2999	46	94,21	1,807	2	,405	-
3000-5999	125	106,60				
6000 ve üzeri	33	98,53				

Özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygısı düzeyleri aylık harcama miktarına göre oluşturulan gruplarda anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($\chi^2 (2) = 1,807$, $p > .05$). Bu sonuca göre, Özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygısı düzeylerinin 0-2999, 3000-5999, 6000 ve üzeri olmak üzere oluşturulan aylık harcama grupları arasında benzerlik gösterdiği söylenebilir.

4.4.7. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygıları, Öğretmenlerin Günlük Sosyal Medyada Geçirdikleri Süreye Göre Anlamlı Bir Farklılık Göstermekte Midir?

Özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygısı düzeylerinin sosyal medyada harcanan zaman miktarına göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere Kruskal-Wallis analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 24'te yer almaktadır.

Tablo 25

Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygılarının Sosyal Medyada Harcadıkları Zaman Miktarına Göre Hesaplanan Kruskal-Wallis Analizi Sonuçları

Gruplar	N	Sıra Ort.	χ^2	sd	p	Anlamlı Fark
1 saat ve daha az	25	116,02	5,797	4	,215	-
2 saat	55	106,86	59,41			
3 saat	59	105,76				
4 saat	25	99,50				
5 saat ve üzeri	40	85,11				

Özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygısı düzeyleri sosyal medyada harcanan zaman miktarına göre oluşturulan gruplarda anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($\chi^2 (4) = 5,797$, $p>.05$). Bu sonuca göre, Özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygısı düzeylerinin sosyal medyada az ya da fazla zaman harcayan kişiler arasında benzerlik gösterdiği söylenebilir.

Buna ek olarak özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medyada geçirdikleri süre ile benlik saygısı düzeyleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Tablo 25'e bakarak Rosenberg Benlik saygısı ölçeğinden günlük 1 saat ve daha az sosyal medyada zaman harcayan özel eğitim öğretmenlerinin aldığı puanların ortalaması yaklaşık 5,12, günlük 2 saat sosyal medyada zaman harcayan öğretmenlerin ortalaması 4,73, günlük 3 saat sosyal medyada zaman harcayan öğretmenlerin aldığı puanların ortalaması 4,78, günlük 4 saat sosyal medyada zaman harcayan öğretmenlerin ortalaması 4,60 ve günlük 5 saat ve üzerinde sosyal medyada zaman harcayan öğretmenlerin ortalaması 4,40 olduğunu söyleyebiliriz. Bu sonuca göre,

günlük 1 saat ve daha az sosyal medyada zaman harcayan özel eğitim öğretmenlerinin diğer gruplara göre benlik saygısı puanlarının biraz daha yüksek olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 26

Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygılarının Sosyal Medyada Geçirdikleri Süreye Göre Hesaplanan Betimsel İstatistikleri

Sos saat		N	Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart Sapma
1 saat ve daha az	RBSO	25	3,00	6,00	5,1200	,88129
2 saat	RBSO	55	,00	6,00	4,7273	1,52090
3 saat	RBSO	59	,00	6,00	4,7797	1,37800
4 saat	RBSO	25	,00	6,00	4,6000	1,58114
5 saat ve üzeri	RBSO	40	,00	6,00	4,4000	1,37375

4.4.8. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygıları, Öğretmenlerin En Sık Kullandıkları Sosyal Medya Sitesine Göre Anlamlı Bir Farklılık Göstermekte Midir?

Özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygısı düzeylerinin en sık kullanılan sosyal medya sitesine göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere Kruskal-Wallis analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 27’de yer almaktadır.

Tablo 27

Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygılarının En Sık Kullanıldıkları Sosyal Medya Sitesine Göre Hesaplanan Kruskal-Wallis Analizi Sonuçları

Gruplar	N	Sıra Ort.	χ^2	sd	p	Anlamlı Fark
Instagram	139	98,82	1,905	2	,386	-
Twitter	27	108,26				
Diğer	38	111,86				

Özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygısı düzeyleri en sık kullanılan sosyal medya sitesine göre oluşturulan gruplarda anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($\chi^2(2) = 1,905$, $p>.05$). Bu sonuca göre, Özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygısı düzeylerinin instagram, twitter ve diğer sosyal medya sitelerini kullanan öğretmenler arasında benzerlik gösterdiği söylenebilir.

4.4.9. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygıları, Öğretmenlerin Haberleri En Fazla Takip Ettiği Sosyal Medya Sitesine Göre Anlamlı Bir Farklılık Göstermekte Midir?

Özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygısı düzeylerinin haberleri en fazla takip ettiği sosyal medya sitesine göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere Kruskal-Wallis analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 28’de yer almaktadır.

Tablo 28

Özel Eğitim Öğretmenlerinin Benlik Saygılarının Haberleri En Fazla Takip Ettiği Sosyal Medya Sitesine Göre Hesaplanan Kruskal-Wallis Analizi Sonuçları

Gruplar	N	Sıra Ort.	χ^2	sd	p	Anlamlı Fark
Instagram	75	97,94	2,457	2	,293	-
Twitter	94	101,20				
Diğer	35	115,76				

Özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygısı düzeylerinin haberleri en fazla takip ettiği sosyal medya sitesine göre oluşturulan gruplarda anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($\chi^2 (2) = 2,457, p>.05$). Bu sonuca göre, Özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygısı düzeylerinin Instragram, Twitter ve diğer sosyal medya sitelerini haber amaçlı kullanan öğretmenler arasında benzerlik gösterdiği söylenebilir.

4.5. Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Benlik Saygısı Arasındaki İlişki Ne Düzeydedir?

Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçları ile benlik saygısı arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere Spearman korelasyon katsayısı hesaplanmış ve raporlanmıştır. Bu iki özellik arasındaki ilişki $r=.007$ ($p=.924$) olarak kestirilmiş olup, özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçları ile benlik saygısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

BÖLÜM V

SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu araştırmanın temel amacı özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçları ile benlik saygısı düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda özel eğitim öğretmenlerine Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği ve Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği uygulanmıştır. Demografik özellikleri belirlemek amacıyla kişisel bilgi formu kullanılmış ve elde edilen veriler istatistiksel olarak hesaplanmıştır.

İnternetin kullanım alanının genişlemesi ile, sosyal medya platformları düşünceleri öğrenme, film seyretme, bilgi paylaşımı yapma, yayınlara ulaşma, oyun oynama, haberleşme, müzik dinleme, sohbet etme gibi pek çok amaca yönelik kullanım sağlamaktadır (Çemrek vd., 2014). Araştırma dahilinde özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medyayı kullanım amaçları incelenmiş ve özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medyayı diğer insanları daha iyi tanımak için kullanım ortalamasının ($\bar{x}=2,37$) düşük olduğu, dolayısıyla özel eğitim öğretmenlerinin diğer insanları daha iyi tanımak için sosyal medyayı çok tercih etmedikleri görülmüştür. Sosyal medyayı kişisel sunum ve bilgi paylaşımı için kullananların ve müzik dinlemek için kullananların ortalaması ise (sırasıyla, $\bar{x}=2,96$ ve $\bar{x}=3,01$) ölçek ortalamasına yakındır. Bu nedenle, kişilerin orta düzeyde sunum ve bilgi amaçlı ve müzik dinlemek için kullandıkları söylenebilir. Yine ortalamalar incelendiğinde, özel eğitim öğretmenlerinin en çok olayları ve gündemi takip etmek ($\bar{x}=4,01$), bilgiye erişim sağlamak ($\bar{x}=3,97$), eğlenmek ve rahatlamak ($\bar{x}=3,90$) ve arkadaşlarıyla iletişim kurmak ($\bar{x}=3,53$) için sosyal medyayı kullandıkları görülmektedir. Alan yazındaki sosyal medya kullanım amaçlarından bazılarının sosyal etkileşim (Akbulut, 2018; Bostancı, 2010; Boyd ve Ellison, 2007; Joinson,

2004; Liu ve Baumeister 2016; Savcı ve Aysan, 2017; Tektaş, 2011) bilgiye ulaşma (Bayyar; 2019; Kılıç, 2019; Carpenter, vd., 2020; Hazar, 2011; Yaylak, 2017; Yıldırım ve İpek, 2020) ve eğlenme-boş zaman geçirme (Çemrek vd., 2013; Lin, Hoffman ve Borengasser, 2013) olduğu bilgisi ile araştırma sonuçları örtüşmekte olsa da İnternetin ve dolayısıyla sosyal medyanın hızlıca erişebilir nitelikte olması ve bireylerin karşılaştığı zorluklardan kaçış amacına hizmet etmesi kullanımın çeşitlenmesine neden olan unsurlar arasında gösterilebilir (Armstrong, Phillips, ve Saling, 2000). Bu nedenden dolayı özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medyayı farklı amaçlar için kullansa da en çok gündemi takip etmek ve bilgiye erişim sağlamak için kullandıklarını söyleyebiliriz.

Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçlarında cinsiyet değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gözlemlenmemiştir. Bu sonuç literatürdeki bazı çalışmaları destekler nitelikte (Kök, 2019) olsa da sosyal medyayı kullanım amaçlarının, kullanıcının cinsiyetine göre değişiklik gösterebileceğini belirten çalışmalar da bulunmaktadır (Akyürek, Kars ve Bumin, 2020). Kök (2019), beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin sosyal medya kullanımının mesleki gelişimlerine dair görüşlerini incelemiş ve cinsiyet, yaş ve branşları ile sosyal medyayı eğitim süreçlerinde ve genel kullanım amaçları arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığı sonucuna ulaşmıştır. Kılıç (2019), çeşitli branşlara sahip 405 öğretmen ile yaptığı çalışmasında erkekler ve kadınlarsın sosyal medyayı kullanım amaçlarının değişiklik gösterdiğini, alışveriş/bankacılık ve oyun oynamak için erkeklerin sosyal medyayı daha fazla kullandığını belirtmiştir. Sczesny ve Kaufman (2018), kadınların ve erkeklerin sosyal medyayı farklı şekillerde kullandığını ve kadınların fotoğraf paylaşımlarını daha fazla yaptığını saptamışlardır.

Özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçları, yaşlarına göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Bunun nedenlerinden biri araştırmaya katılan özel eğitim öğretmenlerinin büyük kısmının (%45,1) 26-30 yaş aralığında olması olabilir. Sosyal medya kullanım amaçlarının bireylerin yaşlarına göre değişiklik göstermediği sonucu ile paralel çalışmalar bulunmaktadır (Kök, 2019). Üniversite öğrencileri ile yapılan bazı araştırmalarda, sosyal medyanın daha çok iletişim ve eğlence amaçlı kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır

(Akyürek vd., 2020; Bostancı, 2010; Çemrek vd., 2013; Özer, 2019; Tektaş, 2011). Yetişkinlerin de sosyal medyayı iletişim için kullandığını destekleyen nitelikte çalışmalar bulunsa da (Akbulut, 2018), eğitimcilerin ve akademisyenlerin sosyal medyayı daha çok bilgiye erişme amacı ile kullanıldığı görülmektedir (Kılıç, 2019; Meishar-Tal ve Pieterse, 2017). Kılıç (2019) öğretmenlerin sosyal medyayı iletişim amaçlı kullanımlarını incelemiş ve 41 yaş üzeri katılımcıların, daha küçük yaşlardaki katılımcılara kıyasla sosyal medyayı iletişim amaçlı daha az kullandıklarını görmüştür. Bu çerçeveden bakıldığında, araştırmada 26-30 yaş aralığında yığılma olduğu için sosyal medya amaçları ile yaş değişkeni arasında bir farklılık olmadığı, daha geniş bir yaş aralığı ele alındığında sosyal medya kullanım amaçlarının farklılaşabileceğini söyleyebiliriz.

Diğer demografik özellikler arasında yer alan özel eğitim öğretmenlerinin medeni durumu, çalıştıkları kurumun niteliği, meslekte geçirilen çalışma süresi ve aylık harcama miktarı ile sosyal medya kullanım amaçları arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medyada geçirilen süre arasındaki ilişki incelendiğinde, 5 saat ve daha fazla sosyal medyaya zaman harcayan öğretmenlerin ($\bar{x}=39,75$) sosyal medya kullanım amaçları puanları, 1 saat ve daha az sosyal medya kullanan öğretmenlerinkinden ($\bar{x}=33,72$) daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Bu veri ışığında sosyal medyada geçirilen süre arttıkça, sosyal medyayı kullanımın çeşitlenebileceğini söyleyebiliriz.

Araştırmaya katılan özel eğitim öğretmenlerinin büyük çoğunluğu (%55,9) günlük ortalama 2-3 saatini sosyal medyada geçirmektedir. 2020 yılında yayınlanan Sosyal Medya Kullanım Kılavuzuna göre 2 saat 51 dakika olan Türkiye’de günlük sosyal medya kullanımı ortalaması ile araştırma sonuçlarının uyumlu olduğunu ve literatür bulguları ile uyumlu olduğunu söyleyebiliriz (Çemrek vd., 2013; Digital 2020 Turkey, 2020; Güleriyüz, 2020; Kılıç, 2019, Sigeze, 2020;).

Sosyal medyayı farklı amaçlar için kullanan özel eğitim öğretmenleri, farklı amaçlar için de farklı sosyal medya sitelerini kullanmaktadır. Öğretmenlerinin %68,1’i (n=139) en sık

kullandıkları sosyal medya sitesinin Instagram olduğunu belirtirken, yalnızca %36,8'si (n=75) Instagram'dan haberleri takip etmektedir. Haberleri takip etmek için özel eğitim öğretmenlerinin %46,1'i (n=94) en sık kullandığı platform olan Twitter, yalnızca %13,2'sinin (n=27) en sık kullandığı sosyal medya sitesi niteliğindedir. Bu bilgiler ışığında farklı amaçlar için farklı sosyal medya sitelerinin kullanıldığını söylemek mümkündür. Carpenter ve Krutka (2014) yapmış oldukları çalışmalarında, eğitimcilerin Twitter'ı en sık meslektaşlarıyla iletişim kurmak ve profesyonel mesleki gelişim ile, kaynak edinme / paylaşma amacıyla kullandıkları sonucuna ulaşmışlardır. Bu sonuçlar araştırma bulguları ile paralel olmakla birlikte özel eğitim öğretmenlerinin Twitter'ı bilgi edinme amaçları ile kullandıklarını söyleyebiliriz. Carpenter, Morrison, Craft ve Lee'nin (2020) eğitimcilerin Instagram kullanım amaçlarını inceledikleri araştırmalarında, eğitimcilerin %45'inden fazlasının Instagram'ı kişisel amaçları için kullandığını ve kişisel içerikler paylaştığını, %9,2'i profesyonel bir şekilde kullanım yaparak kişisel içerik paylaşmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Araştırma sonuçlarında özel eğitim öğretmenlerinin en sık kullanılan sosyal medya sitesinin Instagram olduğu bulgusu ile Instagram'ın en çok kişisel amaçlar için kullanıldığını söyleyebiliriz. Toplamda 928,5 milyon kullanıcısı bulunan (We Are Social, 2020) ve 38 milyon kullanıcı sayısı ile dünya genelinde Instagram kullanımında 6. Sırada yer alan ülkemizde (Digital 2020 Turkey, 2020), özel eğitim öğretmenlerinin kullanmayı tercih ettikleri sosyal medya sitesinin Instagram olması araştırma sonuçlarını destekler niteliktedir. Digital in 2021 raporuna göre Instagram kullanıcılarının %62,8'ini 18-34 yaş aralığındaki bireyler oluşturmaktadır. Çalışmanın katılımcılarının %86,3'ünün 20-35 yaş aralığına dahil olmasından dolayı, araştırma sonuçlarında özel eğitim öğretmenlerinin en sık kullandığı sosyal medya sitesinin Instagram olması, ilgili rapor ile örtüşür niteliktedir.

Bostancı (2010) üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçlarını incelemiş ve en çok kullanılan sosyal medya sitesinin Facebook olduğu ve katılımcıların sosyal medya kullanım amaçlarına bakıldığında en yüksek ortalamaya sahip ifadenin Sosyal Medya'yı arkadaşlarımla iletişim kurmak amacıyla kullanırım" ifadesi olduğu sonucuna ulaşır. En çok kullanılan sosyal medya sitesinin Facebook olmasının nedeni 2004 yılında kurulan (Boyd ve

Ellison, 2007), dünya genelinde 2,18 milyar (We Are Social, 2021), ülkemizde 37 milyon kullanıcısı (Digital 2020 Turkey, 2020) olduğu saptanmış ve dünya genelinde en fazla ziyaret edilen dördüncü web sitesi olduğu belirtilen Facebook'un kuruluşundan altı yıl sonra Bostancı (2010) tarafından yapılan çalışmada Facebook'un popülerliği elinde tutarak, günümüze kıyasla o dönemde daha az sosyal medya sitesinin var olması gösterilebilir. 2019 yılında Çınar ve Mutlu tarafından yapılan araştırmada en fazla zaman harcanan sosyal medya sitesinin (%84) Instagram olması sosyal medya sitelerinin popülerliğinin zamanla değişkenlik gösterdiğini ve bu araştırmanın sonuçlarını destekler niteliktedir. Yine 2019 yılında Kılıç öğretmenlerle yapmış olduğu çalışmasında, öğretmenlerin beş yıl önce en fazla kullandığı sosyal medya sitesinin Facebook olduğu sonucuna ulaşmıştır. Sizege (2020) Facebook'un popüleritesini yitirdiği ve yerini Instagram, Twitter gibi sosyal medya platformlarına bıraktığı görüşünü savunmaktadır. Günümüzde Facebook'un popüleritesini giderek yitirildiği düşünülse de hala en sık kullanılan sosyal medya platformu olduğunu gösteren güncel çalışmalar da bulunmaktadır (Çemrek vd., 2013; Kök, 2019; Özer, 2019).

Araştırma dahilinde özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygısı düzeylerinin %4,4'ünün (n=9) düşük, %29,9'unun (n=61) orta ve %65,7'sinin (n=134) yüksek benlik saygısına sahip olduğu belirlenmiştir. Diğer bir anlatımla araştırmaya katılan özel eğitim öğretmenlerinden düşük benlik saygısına sahip olanlarının sayısının az olduğu, özel eğitim öğretmenlerinin çoğunun benlik saygısının yüksek olduğu tespit edilmiştir. Dünyayı nasıl görüp algıladığımızı belirleyen, varoluşumuzun temelini oluşturarak her türlü duygu, düşünce Benliğimizin yapısı, dünyayı, başkalarını ve kendimizi nasıl görüp algıladığımızı belirler, varoluşumuzun temelini oluşturur ve her türlü duygu düşünce ve davranışımızı etkileyen benliğimizin yapısı (Kağıtçıbaşı, 2005) ve benliğin yapıtaşlarından biri olan bireyin kendisi ile ilgili yaptığı ve sonrasında benimsediği değerlendirmeleri (Rosenberg, 1965) şeklinde tanımlayabileceğimiz benlik saygısı bireyin hayatının her bölümünde önemli bir etkiye sahiptir. Benlik saygısı yüksek öğretmenlerin, gelecek kuşaklara olumlu yönde katkılar sağlayabileceğini söyleyebiliriz. Öğretmenlerin öğretim işinde etkili bir rol üstlenip, bu işi

etkili bir şekilde gerçekleştirebilmeleri, kendileri hakkındaki yetenekleri ve başarabileceklerine olan inancı ile doğrudan ilişki halindedir (Karahan ve Balat, 2011).

Özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygısı düzeylerinin cinsiyete, yaşa, medeni duruma, çalıştığı kurumun niteliğine, meslekte çalışma süresine, aylık harcama miktarına, en çok kullandıkları sosyal medya sitesine ya da haberleri takip ettikleri sosyal medya sitesine göre anlamlı bir farklılık göstermediği görülmüştür. Bununla birlikte farklı demografik özelliklerdeki bireylerin benlik saygısı düzeylerinde az da olsa farklılıklar olduğu da gözlemlenmiştir. Benlik saygısı düzeyi katılımcıların cinsiyetine göre incelendiğinde erkek katılımcıların benlik saygısı düzeyleri ($x=4,80$), kadın katılımcıların benlik saygısı düzeyinden az bir farkla yüksek olduğu sonucuna ulaşılsa da aralarında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Benlik saygısının cinsiyete göre farklılaşmadığı bulgusu alanyazındaki bazı çalışmalarla örtüşmektedir (Efilti ve Çıkılı 2017; Reisoğlu vd., 2013; Sezgin ve Güler, 2019; Traş vd., 2020)

Katılımcıların benlik saygısı düzeyleri yaşa göre ele alındığında 20-25 yaş arasındaki özel eğitim öğretmenlerinin aldığı puanların ortalamasının yaklaşık 4,71, 26-30 yaş arasındakilerinin 4,57, 31-35 yaş aralığındakilerin 4,72 ve 36 üzeri yaşa sahip olanlarınkinin ise 5,18 olduğu görülmüştür. Bu sonuca göre, yaş aralıklarına göre belirlenen gruplarda öğretmenlerin benlik saygısı puanlarının birbirlerine yakın olduğu en yüksek ortalamaya sahip olan grubun 36 yaş üzeri olan grup olduğu söylenebilir. Literatürde benlik saygısı ile yaş arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığını belirten çalışmalar olsa da (Efilti ve Çıkılı, 2017) yaş ile benlik saygısı arasında pozitif yönlü ilişki bulunduğunu söyleyen çalışmalar (Sezgin ve Güler, 2019) çalışmalar da bulunmaktadır. Yaşın ilerledikçe, benlik saygısı düzeyinin az da olsa artması, bireyin olgunlaşarak yaş aldıkça kendini tanıması ve kabul etmesiyle ilişkilendirilebilir.

Bireylerin bilgi, kanaat tutum, duygu ve davranışları üzerinde büyük oranda bir etkileme gücüne sahip olan medyanın (Arslan, 2004) bir bileşeni olarak yer alan sosyal medyada geçirilen süre ile benlik saygısı düzeyi arasındaki ilişki incelendiğinde günlük 1 saat ve daha az sosyal medyada zaman harcayan özel eğitim öğretmenlerinin aldığı puanların ortalaması

yaklaşık 5,12, günlük 2 saat sosyal medyada zaman harcayan öğretmenlerin ortalaması 4,73, günlük 3 saat sosyal medyada zaman harcayan öğretmenlerin aldığı puanların ortalaması 4,78, günlük 4 saat sosyal medyada zaman harcayan öğretmenlerin ortalaması 4,60 ve günlük 5 saat ve üzerinde sosyal medyada zaman harcayan öğretmenlerin ortalaması 4,40'dır. Bu sonuca göre, günlük 1 saat ve daha az sosyal medyada zaman harcayan özel eğitim öğretmenlerinin diğer gruplara göre benlik saygısı puanlarının biraz daha yüksek olduğunu söylemek mümkündür. Başka bir deyişle, sosyal medyada geçirilen zaman ile benlik saygısı düzeyi arasında negatif yönde bir ilişki olduğunu söyleyebiliriz. Bu bulgular sosyal medyanın kullanım süresi ile benlik saygısı arasında negatif yönde bir ilişki bulunduğunu belirten (Armstrong vd., 2000; Gentile vd., 2012; Jan, Somroo & Ahmad 2017; Kırkoyun, 2019; Liu ve Baumeister 2016) çalışmalar ile örtüşmektedir.

Kişinin kendine dair değerlendirmelerini ve tutumlarını içeren benlik saygısının şekillenmesinde önemli bir role sahip olduğunu söyleyebileceğimiz sosyal medya bireyin ihtiyaçları ve istekleri doğrultusunda çeşitli amaçlara hizmet etmektedir. Çağdaş yaşamda sosyal medyanın neredeyse her yerde bulunması dolayısıyla, sosyal medyanın öğretmenler tarafından etkili ve uygun kullanımını dikkate almaları gerektiği öne sürülmektedir (Carpenter ve Krutka 2014). Günümüzde teknoloji, eğitimde aktif olarak kullanılmakta ve öğretmenlerden bu süreci gerçekleştirmeleri beklenmektedir. (Sarıçayır, 2019). PAndemi süreci boyunca teknolojiyi verimli kullanan öğretmenlere duyulan ihtiyaç çok daha belirgin bir şekilde görülmüştür. Araştırma problemleri dahilinde özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçları ile benlik saygıları arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere Spearman korelasyon katsayısı hesaplanmış ve raporlanmıştır. Bu iki özellik arasındaki ilişki $r=,007$ ($p=,924$) olarak kestirilmiş olup, özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçları ile benlik saygısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Bu durum Caplan (2002)'ın bazı bireylerin internet kullanımı sonucunda düşük benlik saygısına sahip olabilecekken, diğerlerinin öz saygılarında bir değişim olmayabileceği görüşü ile açıklanabilir.

Pandemi süreci boyunca eğitimde sosyal medya kullanımı kaçınılmaz bir hal almış ve sosyal medyayı etkin kullanan öğretmenlerin, uzaktan eğitim süreçlerini kontrol etmede ve verimli bir şekilde gerçekleştiremede daha olumlu sonuçlar alındığı görülmüştür. Özel gereksinimli çocukların ızaktan eğitim süreçlerinde öğretmenler çeşitli problemler yaşamaktadır (Mengi ve Alpdoğan, 2020; Şenol ve Can Yaşar, 2020). Öğretmenler yaşadıkları sorunların bazılarının uzaktan eğitimde teknik aksaklıklar yaşamaları, teknoloji konusundaki bilgi eksiklikleri ve ebevyenler ile iletişim kuramamaları olduğunu belirtmişlerdir (Şenol ve Can Yaşar, 2020). Özel eğitim öğretmenlerin sosyal medyayı kullanım şekilleri ve yeterliliklerinin, özel gereksinimli çocukların eğitim-öğretim süreçlerinde önem arz ettiğini söyleyebiliriz.

Düşük benlik saygısına sahip olan bireylerin sosyal medya platformlarında kendilerini başkaları ile kıyaslamaları, sosyal ortamdan kaçınmaları ile sosyal medyayı diğer insanlarla iletişime geçmek için bir araç olarak gördüklerini ele alırsak, özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medyayı kullanma amaçlarının gündemi takip etmek ve bilgiye erişmek olması dolayısıyla, sosyal medyayı kullanma amaçlarının benlik saygıları üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığını söyleyebiliriz. Özel eğitim öğretmenlerinin yüksek benlik saygısına sahip olmaları dolayısıyla, sosyal medyayı bir problemlerinden ve sosyal ortamdan kaçış aracı olarak görmedikleri ve sosyal medyadan gelen geri bildirimlerin benlik saygıları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadıklarını da söylemek de mümkün olabilir.

Öneriler

Bu bölümde ileriki araştırmalara ve uygulamalara yönelik öneriler bulunmaktadır.

İleriki Araştırmalara Yönelik Öneriler

1. Bu araştırmada özel eğitim öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçlarını belirlemek için Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği, benlik saygılarını değerlendirmek için de Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği kullanılmıştır. İleriki araştırmalarda farklı ölçekler kullanılarak uygulamalar yapılabilir.

2. Bu araştırmada özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygıları ile sosyal medya kullanım amaçları arasındaki ilişki incelenmiştir. İleriki çalışmalarda özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygıları ile başka değişkenler arasındaki ilişki incelenebilir.
3. Özel eğitim öğretmenlerinin mesleki benlik saygıları değerlendirerek, sosyal medyaya dair değişkenler ile arasındaki ilişki incelenebilir.
4. Sosyal medya kullanan öğretmenler ile sosyal medya kullanmayan öğretmenlerinin benlik saygısı düzeylerini karşılaştırmaya yönelik araştırma yapılabilir.
5. Özel eğitim öğretmenlerinin benlik saygısı düzeyleri ile mesleki doyum ve iş yükleri arasındaki ilişki araştırılabilir.
6. Eğitim süreçlerinde sosyal medyanın öğretmenler tarafından ne şekilde kullanıldığı incelenebilir.

İleriki Uygulamalara Yönelik Öneriler

1. Özel eğitim öğretmenlerine sosyal medya okuryazarlığı eğitimi verilip, eğitimin etkililiği ve sosyal medya kullanımı üzerindeki etkisi araştırılabilir.
2. Özel eğitim öğretmenleri için sosyal ve sportif etkinlikler planlanıp, bu etkinliklerin benlik saygıları üzerindeki etkileri incelenebilir.
3. Kişisel ve mesleki gelişim eğitimleri ile özel eğitim öğretmenlerinin olumlu benlik saygılarını destekleyici programlar oluşturulabilir.
4. Sosyal medyanın eğitimde kullanılmasını teşvik edici eğitimler ve programlar gerçekleştirerek, bu eğitimler ve programların etkililiği araştırılabilir.

KAYNAKLAR

- Acar, S. Sami., Gürsoy, H., & Ünsal, N. Ö. (2014). İlişkisel toplumda sosyal iş ağlarının kariyer gelişimi açısından önemi: LinkedIn örneği. *Ejovoc (Electronic Journal Of Vocational Colleges)*, 4(3), 17-34.
- Adler, A. (2005). *Kusursuzluk çabası yetersizlik duygusu*. (A. Aydoğan, Çev.) İstanbul: İz.
- Ajjan, H., & Hartshorne, R. (2008). Investigating faculty decisions to adopt Web 2.0 technologies: Theory and empirical tests. *The internet and higher education*, 11(2), 71-80.
- Akbulut, S. (2018). *Erişkinlerde sosyal medya bağımlılığı, beden imajı, sosyal anksiyete ve benlik saygısı arasındaki ilişkinin incelenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> sayfasından erişilmiştir.
- Akın, A., & Akın, Ü. (2019). *Pisikolojide güncel kavramlar benlik*. Ankara: Nobel.
- Akyürek, G., Kars, S. & Bumin, G. (2020) Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları: Ergoterapi bölümü örneği. *Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 7(2), 108-122.
- Aladwani, A. M., & Almarzouq, M. (2016). Understanding compulsive social media use: The premise of complementing self-conceptions mismatch with technology. *Computers in Human Behavior*, 60, 575-581.
- Andreassen, C.S (2012). Development of a facebook addiction scale. *Psychological Reports*, 110(2), 501-517.

- Armstrong, L., Phillips, J. G., & Saling, L. L. (2000). Potential determinants of heavier Internet usage. *International journal of human-computer studies*, 53(4), 537-550.
- Arseven, A. D. (1986). Çocukta benlik gelişimine ailenin etkisi ve çocuğun okuldaki başarısı. *Eğitim ve Bilim*, 10(60), 11-17.
- Arslan, A. (2004). Medyanın birey, toplum ve kültür üzerine etkileri. *Journal of Human Sciences*, 1(1).
- Aryana, M. (2010). Relationship between self-esteem and academic achievement amongst preuniversity students. *Journal of Applied Sciences*, 2474-2477.
- Aslan, T. (2020). *Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kaygılarının sosyal medya bağımlılıklarını yordayıcı rolünün incelenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi) <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> sayfasından erişilmiştir.
- Ataman, A. (2003). *Özel eğitime muhtaç çocuklar ve özel eğitime giriş* (A. Ataman Ed.). Ankara: Gündüz
- Aydın, B. (1996). Benlik kavramı ve ben şemaları. *M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, (8), 41-47.
- Bacanlı, H. (1990). *Kendini ayarlama becerisinin çeşitli değişkenlerle ilişkisi*. (Doktora Tezi) <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> sayfasından erişilmiştir.
- Bahceci, B. (2019). *Özel eğitim alanında çalışan öğretmenlerin yardımcı teknolojilere yönelik tutumlarının ve bireysel yenilikçilik düzeylerinin incelenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi) <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> sayfasından erişilmiştir.
- Balat, G. U., & Akman, B. (2004). Farklı sosyo-ekonomik düzeydeki lise öğrencilerinin benlik saygısı düzeylerinin incelenmesi. *Journal Of Social Science*, 175.
- Balcı, Ş., Bekiroğlu, O. & Yeles-Karaman, S. (2019). Sosyal medya bağımlılığının bir belirleyicisi olarak öz saygı: Konya örneğinde bir araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (48).

- Balcı, Ş., Karakoç, E., & Öğüt, N. (2020). Sağlık çalışanları arasında sosyal medya bağımlılığı: İki boyutlu benlik saygısının rolü. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (33), 296-317.
- Basalla, G. (1996). *Teknolojinin evrimi*. (C. Soydemir, Çev.) Ankara: Tübitak.
- Başlar, G. (2013). Yeni medyanın gelişimi ve dijitalleşen kapitalizm. *Akademik Bilişim*, 823-831.
- Bat, M. & G, Kayacan. (2016). A case study on social media games, candy crush game, for internet addicted adults. *Karadeniz Technical University E-Journal of Faculty of Communication*, 3(12), 20-46.
- Bayad, A. (2016). Erving Goffman'ın benlik kavramı ve insan doğası varsayımı. *Psikoloji Çalışmaları Dergisi*, 36(1), 65-80.
- Bayat, B. (2003). Bireylerin benlik algısı sistemi ve bu sistemin davranışları üzerindeki rolü. *Ankara Kamu Dergisi*, 7, 2-11.
- Baykoç Dönmez, N. ve Şahin, S. (2014). *Özel eğitimin tarihi gelişimi. özel gereksinimli çocuklar ve özel eğitim*. N. Baykoç (Ed.). (İkinci Baskı), s. 31- 68. Ankara: Eğiten.
- Bingöl, C., & Alpkaya, U. (2016). Spor yapan ve spor yapmayan lise öğrencilerinin özsaygı düzeylerinin incelenmesi. *Marmara Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 1(1), 31-37.
- Bollen, K. A. (1990). Overall fit in covariance structure models: Two types of sample size effects. *Psychological Bulletin*, 107, 256–259.
- Bostancı, M. (2010). *Sosyal medyanın gelişimi ve iletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları*. (Yüksek Lisans Tezi) <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> sayfasından erişilmiştir.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated communication*, 13(1), 210-230.
- Browne, M. W. (1993). Alternative ways of assessing model fit. *Testing structural equation models*.

- Burke, S. C. ve Snyder, S. L. (2008). Youtube: An innovative learning resource for college health education courses. *International Electronic Journal of Health Education*, 11, 39-46.
- Büyük, Ö. (2017). *Benlik saygısı, yalnızlık ve sosyal medya kullanımı arasındaki ilişki*. (Yüksek Lisans Tezi) <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> sayfasından erişilmiştir.
- Büyükşener, E. (2009). *Türkiye’de sosyal ağların yeri ve sosyal medyaya bakış*. XIV. Türkiye’de İnternet Konferansı’nda sunulmuş bildiri, Bilgi Üniversitesi, İstanbul. http://inet-tr.org.tr/inetconf14/kitap/buyuksener_inet09.pdf sayfasından erişilmiştir.
- Caplan, S. E. (2002). Problematic internet use and psychosocial well-being: development of a theory-based cognitive-behavioral measurement instrument. *Computers in human behavior*, 18(5), 553-575.
- 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.
- Carpenter, J. P., Morrison, S. A., Craft, M., & Lee, M. (2020). How and why are educators using Instagram?. *Teaching and teacher education*, 96, 103-149.
- Cascio, W. F. & Montealegre, R. (2016). How technology is changing work and organizations. *The Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 3, 349-375
- Cevizoğlu, H. (2019). *Kitle psikolojisi*. Ankara: Bilim ve Sanat.
- Chadwick, D., Wesson, C. & Fullwood, C. (2013). Internet access by people with intellectual disabilities: Inequalities and opportunities. *Future Internet*, 5, 376-397. doi:10.3390/fi5030376.
- Coşkun, İ., & Erdin, G. (2014). Hafif düzeyde zihinsel yetersizliği olan kaynaştırma öğrencilerinin dinlediğini anlama becerilerinin incelenmesi. *Akademik Bakış Dergisi*, 41, 111-128.

- Crowley, D. & Heyer, P. (2014). *İletişim tarihi; teknoloji, kültür, toplum* (B. Ersöz, Çev.), Ankara: Siyasal.
- Cunningham, C. & Glenn, S.(2004). Self-awareness in young adults with down Syndrome:i.awareness of down syndrome and disability. *International Journal of Disability, Development and Education*, 51, 335–361.
- Çalık, D., & Çınar, Ö. P. (2009). *Geçmişten günümüze bilgi yaklaşımları bilgi toplumu ve internet*. XIV. Türkiye'de İnternet Konferansı'nda sunulmuş bildiri, Bilgi Üniversitesi,İstanbul.http://osmansezgin.com/assets/felsefe_makale_bilgitoplumuveinternet.pdf sayfasından erişilmiştir.
- Çalık, T., & Sezgin, F. (2005). Küreselleşme, bilgi toplumu ve eğitim. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 13(1), 55-66.
- Çam, E. & İşbulan, O. (2012). A new addiction for teacher candidates: Social networks. *The Turkish Online Journal of Educational Technology (TOJET)*, 11(3), 14-19.
- Çankaya, B. (2007), *Lise 1. ve 2. sınıf öğrencilerinin algılanan benlik saygısının bazı değişkenlere göre incelenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi) <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> sayfasından erişilmiştir.
- Çelik, Ç. B., & Odacı, H. (2012). Kendilik algısı ve benlik saygısının problemli internet kullanımı üzerindeki yordayıcı rolü. *Education Sciences*, 7(1), 433-441.
- Çelikten, M., Şanal, M. & Yeni, Y. (2005). Öğretmenlik mesleği ve özellikleri. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(19), 207-237.
- Çemrek, F., Baykuş, H., & Özaydın, Ö. (2014). Sosyal medya kullanım ve davranışlarının kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında incelenmesi: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi örneği. *Alphanumeric Journal*, 2(2), 61-76.
- Çıkılı-Uytun, M., Öztop, DB. & Eşel, E. (2013) Ergenlikte ve erişkinlikte bağlanma davranışının değerlendirilmesi. *Düşünen Adam The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences*, 26, 177-189.

- Çınar, Ç. Y., & Mutlu, E. (2019). İnternet bağımlılığının benlik saygısı, dikkat, gelişmeleri kaçırma korkusu, yaşam doyumu ve kişilik özellikleri ile ilişkisi. *Bağımlılık Dergisi*, 20(3), 133-142.
- Çömlekçi, M. F., & Başol, O. (2019). Gençlerin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), 173-188.
- Dağtaş, E., & Yıldırım, O. (2015). İnternet ve sosyal ağlar dolayımı gündelik yaşam pratikleri: Anadolu Üniversitesi öğrencileri üzerine mikro alan araştırması. *Folklor/Edebiyat*, (83), 149.
- Demir, M. (2020). Öğretmenlerin sosyal medya üzerinden kendilerini açmalarına ilişkin görüşlerinin incelenmesi. *Inonu University Journal of the Faculty of Education (INUJFE)*, 21(1).
- Demir, M., Herzem, Z., Solmaz, B., & Tekin, G. (2013). İnternet ve sosyal medya kullanımı üzerine bir uygulama. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7 (4), 23-32.
- Demir, M., Herzem, Z., Solmaz, B., & Tekin, G. (2013). İnternet ve sosyal medya kullanımı üzerine bir uygulama. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7 (4), 23-32.
- Demir-Türkdoğan, R. (2019). *Sosyal medya bağımlılığı ve gençlik: Cumhuriyet Üniversitesi örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> sayfasından erişilmiştir.
- Deniz, A. (2012). *Sosyal ağ kullanımı ve sosyal ağlarda benlik algısı: Muğla ili örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> sayfasından erişilmiştir.
- Deperlioğlu, Ö., & Köse, U. (2010). Web 2.0 teknolojilerinin eğitim üzerindeki etkileri ve örnek bir öğrenme yaşantısı. *Akademik Bilişim*, 10, 10-12.

- Diken, H. İ. (2011). *Özel eğitime gereksinimi olan çocuklar ve özel eğitim*. Ankara: Pegem.
- Doğuş, M. (2016). *Görme yetersizliği olan öğrencilerin benlik saygısı düzeyleri ve sosyal becerileri arasındaki ilişkinin incelenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi).
<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> sayfasından erişilmiştir.
- Donohue, D., Wise J., Romsı, M., Henrichi, C. & Sevcik, A. (2010). Self-concept development and measurement in children with mild intellectual disabilities. *Developmental Neurorehabilitation*, 13(5), 322–334.
- Duffy, P. (2008). Using Youtube: Strategies for using new media in teaching and learning. In *Enhancing learning through technology: research on emerging technologies and pedagogies* (pp. 31-43).
- Düvenci, A. (2012). *Ağ neslinin internet kullanımı üzerindeki sosyal medya etkisinin sosyal sapma yaklaşımı ile incelenmesi* (Doktora Tezi).
<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> sayfasından erişilmiştir.
- Echeburua, E. & de Corral, P. (2010). Addiction to new technologies and to online social networking in young people: A new challenge. *Adicciones*, 22, 91-95.
- Efiliti, E., & Çıkılı, Y. (2017). Özel eğitim bölümü öğrencilerinin benlik saygısı ile mesleki benlik saygısının incelenmesi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17(1).
- Efron, M. (2010). Hashtag retrieval in a microblogging environment. In *Proceedings of the 33rd international ACM SIGIR conference on Research and development in information retrieval* (pp. 787-788).
- Egger, O., & Rauterberg, M. (1996). *Internet behaviour and addiction*. Zürich: Swiss Federal Institute of Technology.
- Fromm, E. (1955). *Sağlıklı toplum*. (Y. Salman, ve Z. Tanırisever, Çev.). İstanbul: Payel.
- Genç, H. (2010). İnternetteki etkileşim merkezi sosyal ağlar ve e-iş 2.0 uygulamaları, *Akademik Bilişim*, 481-487.

- Gentile, B., Twenge, J. M., Freeman, E. C., & Campbell, W. K. (2012). The effect of social networking websites on positive self-views: An experimental investigation. *Computers in Human Behavior*, 28(5), 1929-1933.
- Girgin, G., & Baysal, A. (2005). Zihinsel engelli öğrencilere eğitim veren öğretmenlerin mesleki Tükenmişlik Düzeyi ve Bazı Değişkenler. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(18), 1-10.
- Gligorić, K., Anderson, A., & West, R. (2018). How constraints affect content: The case of Twitter's switch from 140 to 280 characters. *arxiv preprint arxiv:1804.02318*.
- Goffman, E. (2004) *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu* (Cezar. B, Çev.) İstanbul: Metis.
- Göktaş, M. (2008). *İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin akademik benlik saygısı düzeyleri ile ders başarıları arasındaki ilişki* (Yüksek Lisans Tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/sayfasından> erişilmiştir.
- Gunelius, S. (2011). *Content marketing for dummies*. New York: John Wiley & Sons.
- Güçdemir, Y. (2003). Bilgisayar ağları internetin gelişimi ve bilgi kirlenmesi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi| Istanbul University Faculty Of Communication Journal*, (17).
- Güleryüz, S., Esentaş, M., Yıldız, K., & Güzel, P. (2020). Sosyal izolasyon sürecindeki bireylerin serbest zaman değerlendirme biçimleri: Sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi. *Focuss Spor Yönetimi Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 31-45.
- Gürsakar, N. (2009). *Sosyal ağ analizi*. Bursa: Dora.
- Gürsoy, A., Köksal, K., & Yapar, H. (2018). Özgeciliği ve çalışan performansı arasındaki ilişki: Kamu sektöründe bir inceleme. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 22(4), 783-796.

- Hamm, M. P., Shulhan, J., Williams, G., Milne, A., Scott, S. D. & Hartling, L. (2014). A systematic review of the use and effectiveness of social media in child health. *BMC Pediatrics*, 14, 138.
- Harter, S. (2019). Benliğin İnşası. M. Kandemir, & C. Çetiner (Ed.), *Benliğin gelişimine dair güncel yaklaşımlar* (M. Boyacı, Çev) içinde (s. 1-29). Ankara: Pegem.
- Harter, S. (2019). Benliğin İnşası. M. Kandemir, & C. Çetiner (Ed.), *Benliği yeniden ele almak: Özgünlük arayışında* (Z. Tonga, Çev) içinde (s. 353-404). Ankara: Pegem.
- Hazar, Ç. M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı-bir alan çalışması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (32), 151-175.
- Hou, Y., Xiong, D., Jiang, T., Song, L. & Wang, Q. (2019). Social media addiction: Its impact, mediation, and intervention. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 13(1). Doi: 10.5817/CP2019-1-4.
- Hu, L. ve Bentler, P. (1995). Evaluating model fit. In R. H. Hoyle (Ed.), *Structural equation modeling. Concepts, issues, and applications* (pp. 76–99). London: Sage.
- İşlek, M. S. (2012). *Sosyal medyanın tüketici davranışlarına etkileri: türkiye'deki sosyal medya kullanıcıları üzerine bir araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/sayfasından> erişilmiştir.
- Jan, M., Soomro, S., & Ahmad, N. (2017). Impact of social media on self-esteem. *European Scientific Journal*, 13(23), 329-341.
- Joinson, A. N. (2004). Self-esteem, interpersonal risk, and preference for e-mail to face-to-face communication. *CyberPsychology & Behavior*, 7(4), 472-478.
- Jöreskog, K. G. ve Sörbom, D. (1993). *Structural equation modeling with the SIMPLIS command language*. Chicago: Scientific Software.
- Kağıtçıbaşı, Ç., & Cemalcılar, Z. (2014). *Dünden bugüne insan ve insanlar sosyal psikolojiye giriş*. İstanbul: Evrim.

- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2009). The fairyland of Second Life: Virtual social worlds and how to use them. *Business horizons*, 52(6), 563-572.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
- Kara, T. (2013). *Sosyal medya endüstrisi*. İstanbul: Beta.
- Karabulut-Vazgeçer, E. (2013). *Beden eğitimi derslerinde uygulanan macera temelli öğretim uygulamalarının 11-12 yaş grubu öğrencilerin benlik saygısı ile problem çözme becerilerine etkisinin incelenmesi* (Doktora Tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> sayfasından erişilmiştir.
- Karadağ, E. ve Mutaftçılar, I. (2009). Prososyal davranış ekseninde özgecilik üzerine teorik bir çözümleme. *Flsf Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 8, 41-69.
- Karahan, Ş., & Balat, G. U. (2011). Özel eğitim okullarında çalışan eğitimcilerin öz-yeterlik algılarının ve tükenmişlik düzeylerinin incelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(29), 1-14.
- Karakoyun, F. (2019). Preservice teachers' personality traits and social network use purposes. *Contemporary Educational Technology*, 10(4), 399-415.
- Karasar, N. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel.
- Keskin, M., & Özer, D. (2020). Covid-19 sürecinde öğrencilerin web tabanlı uzaktan eğitime yönelik geri bildirimlerinin değerlendirilmesi. *İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 5(2), 59-67.
- Kılıç, V. (2019). *Öğretmenlerde sosyal ağ kullanımı ile performans arasındaki ilişki üzerine bir araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> sayfasından erişilmiştir.
- Kılıçarslan, E. (2016). İlköğretim 6., 7. ve 8. sınıf öğrencilerinin benlik saygıları ile matematik kaygıları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 6(10), 156-180.

- Kırcaburun, K. (2016). Self-esteem, daily internet use and social media addiction as predictors of depression among Turkish adolescents. *Journal of Education and Practice*, 7(24), 64-72.
- Kırık, A. M., Arslan, A., Çetinkaya, A., & Gül, M., (2015). A quantitative research on the level of social media addiction among young people in Turkey. *International Journal of Science Culture and Sport (IntJSCS)*, 3(3), 108-122.
- Kırtış, K. & Karahan, F. (2011). To be or not to be in social media arena as the most cost-efficient marketing strategy after the global recession. *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 24, 260-268.
- Kobak, K. ve Biçer, S. (2008). *Facebook sosyal paylaşım sitesinin kullanım nedenleri*. 8th International Education Technology Conference (s. 567-571).
- Kök, A. (2019). *Sosyal medya kullanımının beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin mesleki gelişimlerine yönelik görüşlerinin incelenmesi (Tokat İl Örneği)* (Yüksek Lisans Tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/sayfasından> erişilmiştir.
- Kulga, E. C. (2014). *Günlük yaşamda benlik sunumları üzerine bir inceleme*. (Yüksek Lisans Tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/sayfasından> erişilmiştir.
- Kuss, D. J. & Griffiths, M. D. (2011). Addiction to social networks on the Internet: A literature review of empirical research. *International Journal of Environmental and Public Health*, 8, 3528-3552.
- Kuss, D. J. & Griffiths, M. D. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health* 14(3), 311.
- Kuzgun, Y. (1985). Psikolojide insancı yaklaşım. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 18(1,2), 5-6.

- Küçükvardar, M. (2019). *Bilişim çağında teknoloji bağımlılığı ve dijital istila üzerine bir çalışma* (Doktora Tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> sayfasından erişilmiştir.
- Lee, S. Y. (2014). How do people compare themselves with others on social network sites?: The case of Facebook. *Computers in Human Behavior*, 32, 253-260.
- Lenhart, A., Smith, A., Anderson, M., Duggan, M. & Perrin, A. (2015). Teens, technology and friendships. Pew research center. <http://www.pewinternet.org/2015/08/06/teens-technology-and-friendships> sayfasından erişilmiştir.
- Lin, M. F. G., Hoffman, E. S., & Borengasser, C. (2013). Is social media too social for class? A case study of Twitter use. *TechTrends*, 57(2), 39-45.
- Liu, D., & Baumeister, R. F. (2016). Social networking online and personality of self-worth: A meta-analysis. *Journal of Research in Personality*, 64, 79-89.
- MacCallum, R. C., Browne, M. W. ve Sugawara, H. M. (1996). Power analysis and determination of sample size for covariance structure modeling. *Psychological Methods*, 1, 130–149.
- May, R. (1975). *Yaratma cesareti*. (A. Oysal, Çev.) İstanbul: Metis.
- Meishar-Tal, H., & Pieterse, E. (2017). Why do academics use academic social networking sites?. *International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 18(1), 1-22.
- Meyvacıoğlu, Y. K. (1983). Benlik ve ideal benlik kavramlarının" tercih edilen meslek" kavramı ile ilişkisi. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 16(1), 1-10.
- Miller, P. J., Potts, R., Fung, H., Hoogstra, L., & Mintz, J. (1990). Narrative practices and the social construction of self in childhood. *American ethnologist*, 17(2), 292-311.

- Millî Eğitim Bakanlığı, (2015). *Çocuk gelişimi ve eğitimi, Zihinsel Engelliler*.
http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Zihinsel%20Engelliler.pdf sayfasından erişilmiştir.
- Millî Eğitim Bakanlığı, (2017). Öğretmenlik mesleği genel yeterlilikleri.
<https://oygm.meb.gov.tr/www/ogretmenlik-meslegi-genel-yeterlikleri/icerik/39> sayfasından erişilmiştir.
- Oktan, V., & Şahin, M. (2010). Kız ergenlerde beden imajı ile benlik saygısı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 7(2), 543-556.
- Otu, A. A. (2015) *Social media addiction among students of the University of Ghana*. Available at: <http://ugspace.ug.edu.gh>
- Özen, Y. & Gülaçtı, F. (2010). Benlik-kavramı ve benliğin gelişimi bilen benliğe gereksinim var mı?. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12(2), 20-38.
- Özer, M. A. (2019). *Eğitimde sosyal medyanın kullanımı*. (Yüksek Lisans Tezi).
<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> sayfasından erişilmiştir.
- Özkan, İ. (1994). Benlik saygısını etkileyen etkenler. *Düşünen Adam*, 7(3), 4-9.
- Özoğlu, S. Ç. (1976). Psikolojik danışmada benlik kavramı. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 8(1), 93-111.
- Öztoprak, Ö., & Yüksel-Şahin, F. (2019). Ergenlerin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin benlik saygısına göre incelenmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 363-377
- Pantic, I., Damjanovic, A., Todorovic, J., Topalovic, D., Bojovic-Jovic, D., Ristic, S. & Pantic, S. (2012). Association between online social networking and depression in high school students: Behavioral physiology viewpoint. *Psychiatria Danubina*, 24(1), 90-93.
- Park, C. H., & Kim, Y. J. (2013). Intensity of social network use by involvement: A study of young Chinese users. *International Journal of Business and Management*, 8(6), 22-33.

- Pişkin, M. (2003). *Özsaygı geliştirme eğitimi*. Y. Kuzgun (Ed.), (s. 95-123). Ankara: Nobel.
- Razı, G. S., Kuzu, A., Yıldız, A. N., Ocakçı, A. F., & Arifoğlu, B. Ç. (2009). Çalışan gençlerde benlik saygısı, iletişim becerileri ve stresle baş etme. *TAF Preventive Medicine Bulletin*, 8(1).
- Reisoğlu, İ., Gedik, N., & Göktaş, Y. (2013). Öğretmen adaylarının özsaygı ve duygusal zekâ düzeylerinin problemleri internet kullanımıyla ilişkisi. *Eğitim ve Bilim*, 38(170).
- Rosenberg, M. (1965). *Society And The Adolescent Self-Image*. New Jersey: Princeton University.
- Sadler, I. (2013). The role of self-confidence in learning to teach in higher education. *Innovations in Education and Teaching International*, 50(2), 157-166.
- Salend, S. J. (1998). *Effective mainstreaming: Creating inclusive classrooms*. (3rd Edition). New Jersey: Merrill Prentice Hall.
- Saptır, A. B. (2020). *Sosyal medya bağımlılığı ve kendini sansürleme: Bazı değişkenler açısından incelenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/sayfasından> erişilmiştir.
- Saraç, N. (2014). *8. sınıf öğrencilerinin benlik saygıları ile sosyal medyaya ilişkin tutumları arasındaki ilişki (Beykoz İlçesi Örneği)*. (Yüksek Lisans Tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/sayfasından> erişilmiştir.
- Sarıçayır, D. (2019). *Öğretmenlerin ve öğrencilerin bilişim teknolojileri yeterlikleri ile internet bağımlılığının incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/sayfasından> erişilmiştir.
- Savcı, M. & Aysan, F. (2017). Technological addictions and social connectedness: predictor effect of internet addiction, social media addiction, digital game addiction and smartphone addiction on social connectedness. *Dusunen Adam The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences* 30, 202-216.

- Schalock, R. L., Luckasson, R., Bradley, V., Buntinx, W., Lachapelle, Y., Shogren, K., et al. (2012). *User's guide to accompany the 11th edition of intellectual disability: definition, classification, and systems of supports*. Washington, DC: American Association on Intellectual and Developmental Disabilities.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H. ve Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of psychological research online*, 8(2), 23-74.
- Schroeder, S., Curcio, R., & Lundgren, L. (2019). Expanding the learning network: How teachers use Pinterest. *Journal of Research on Technology in Education*, 51(2), 166-186.
- Sczesny, S., & Kaufmann, M. C. (2018). Self-presentation in online professional networks: men's higher and women's lower facial prominence in self-created profile images. *Frontiers in psychology*, 8, 2295.
- Sezgin, M., & Güler, Ş. (2019). *Akademisyenlerin benlik saygılarının bazı demografik faktörler bağlamında incelenmesi*. Uluslararası Eğitimde ve Kültürde Akademik Çalışmalar Sempozyumu'nda sunulmuş bildiri, Pamukkale Üniversitesi, Denizli. https://www.researchgate.net/publication/337144134_Akademisyenlerin_Benlik_Saygilarinin_Bazi_Demografik_Faktorler_Baglaminda_Incelenmesi_A_Study_On_SelfEsteem_Of_The_Academists_In_The_Context_Of_Some_Demographic_Factors#Read_sayfasından erişilmiştir.
- Shaffer, H. J. (1999). On the nature and meaning of addiction. *National Forum*, 79(4), 9-14.
- Sigeze, Ç. (2020). Adana ilindeki üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ve yaşam memnuniyeti ilişkisi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (52), 136-149.
- Silon, EL. & Harter, S. (1985). Assessment of perceived competence, motivational orientation, and anxiety in segregated and mainstreamed educable mentally retarded children. *Journal of Educational Psychology*, 77, 217-230.

- Sosyal Medya Kullanım Kılavuzu. (2020). Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Bakanlığı, <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/duyurular/detay/iletisim-baskanligi-sosyal-medya-kullanim-kilavuzu-hazirladi> adresinden erişildi.
- Stipek, DJ., Gralinski, H. & Kopp, CB. (1990). Self-concept development in the toddler years. *Developmental Psychology*, 26, 972–997.
- Şener, G. & Özkoçak, Y. (2013). Sosyal medya ve ağ toplumu - II: Kültür, kimlik, siyaset. Bilgili C. (Ed) & Şener G. (Ed). *Sosyal Ağlarda Görünür Olmak: Facebook Fotoğraflarında Bireyin Kendisini Sunum Stratejileri* içinde (s. 121-155). İstanbul: Grafik Tasarım.
- Şenol, F. B., & Yaşar Can, C. (2020) Covid-19 pandemisi sürecinde öğretmen ve ebeveyn gözünden “özel eğitim”. *Milli Eğitim Dergisi*, 49(1), 439-458.
- T.C. Sağlık Bakanlığı, Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü. (2020). Covid-19 (Sars-Cov-2 Enfeksiyonu) rehberi, genel bilgiler, epidemiyoloji ve tanı, Erişim Adresi: <https://covid19bilgi.saglik.gov.tr/tr/covid-19-rehberi.html> Erişim Tarihi: 22.10.2020
- Tafarodi, R. W., & Swann Jr, W. B. (1995). Self-linking and self-competence as dimensions of global self-esteem: initial validation of a measure. *Journal of personality assessment*, 65(2), 322-342.
- Taş, İ. (2017). Ergenler için sosyal medya bağımlılığı ölçeği kısa formunun (SMBÖ-KF) geçerlik ve güvenirlik çalışması,[The Study of Validity And Reliability of The Social Media Addiction Scale Short Form For Adolescents]. *Online Journal of Technology Addiction & Cyberbullying*, 4(1), 27-40.
- Taşdemir, O. (2020). *Öğretmenlerde prososyal davranışların iş doyumu ve mesleki tükenmişlik ile ilişkisinin incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> sayfasından erişilmiştir.

- Tekin, İ. Ç., Erdoğan, P., & Şanlı, Y. (2021). Sosyal medya tutumunu öz-yeterlilik etkiler mi? bir alan araştırması, *Turkish Studies*, 16(1), 538-551.
- Tektaş, N. (2014). Üniversite öğrencilerinin sosyal ağları kullanımlarına yönelik bir araştırma. *Tarih Okulu Dergisi*, 2014(XVII).
- Toğay, A., Akdur, T. E., Yetişken, İ. C., & Bilici, A. (2013). *Eğitim süreçlerinde sosyal ağların kullanımı: Bir MYO deneyimi. XIV. Akademik Bilişim Konferansı'nda sunulmuş bildiri*, Akdeniz Üniversitesi, Antalya. https://ab.org.tr/ab13/kitap/togay_akdur_AB13.pdf sayfasından erişilmiştir.
- Taş, Z., Arslan, C., & Taş, A. M. (2011). Öğretmen adaylarında mizah tarzları, problem çözme ve benlik saygısının incelenmesi. *Uluslararası insan bilimleri dergisi*, 8(2), 716-732.
- Turunç, Ö. (2006). *Bilgi teknolojileri kullanımının işletmelerin örgütsel performansına etkisi* (Doktora Tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> sayfasından erişilmiştir.
- Tutgun-Ünal, A. (2015). *Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma* (Doktora Tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> sayfasından erişilmiştir.
- Ulay, G. (2018). *Özel eğitim öğretmenliği lisans programının zihin engelliler öğretmenliği yeterlikleri açısından incelenmesi: Sakarya ili örneği* (Yüksek Lisans Tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> sayfasından erişilmiştir.
- Uzun, Ö., Yıldırım, V. & Uzun, E. (2016). Dikkat eksikliği ve hiperaktivite bozukluğu olan ergenlerde sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve sosyal medya bağımlılığı, *Benlik saygısı ve algılanan sosyal destek ilişkisi*. 10(3), 142-147.
- Üstün, B. (1990). Ergenlik dönemi ve aile ilişkileri. *Türk Hemşireler Dergisi* 3, 29-30.

- Walker, L (2011). *What Is social networking addiction?* Retrieved September 2, 2015 from <http://personalweb.about.com/od/socialmediaaddiction/a/Social-NetworkingAddiction.htm>
- We Are Social, (2019). *The global state of digital in october 2019*. <https://wearesocial.com/blog/2019/10/the-global-state-of-digital-in-october-2019> sayfasından erişilmiştir.
- We Are Social, (2019). *Digital in 2019*. <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019> sayfasından erişilmiştir.
- We are Social, (2020). *Digital in 2020*. <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-socialmedia> sayfasından erişilmiştir.
- We Are Social, (2020). *We are social, social media users pass the 4 billion mark as global adoption soars*. <https://wearesocial.com/blog/2020/10/social-media-users-pass-the-4-billion-mark-as-global-adoption-soars> sayfasından erişilmiştir.
- We Are Social. (2020). *Digital 2020 Turkey*. https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2020-turkey-january-2020-v01?from_action=save sayfasından erişilmiştir.
- We Are Social. (2021). *Digital in 2021*. Digital 2021- We Are Social sayfasından erişilmiştir.
- Yalçın, Ş. (2011). Ben neyim. *An International Journal of Philosophy*, 1, 29-38.
- Yaşar, (2020). İ. H. iletişim tarihine kısa bir bakış: Analogdan dijitale iletişim araçlarının gelişimi ve bireye yansması. *Ufuk Ötesi Bilim Dergisi*, 20(1), 173-207.
- Yaylak, E. (2017) *Sosyal bilgiler öğretmenlerinin eğitimde sosyal medyayı kullanım düzeyleri ve görüşleri* (Doktora Tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> sayfasından erişilmiştir.

- Yenipazar, E., & (2017). *Son kullanıcı bilgi teknolojileri tatmini sakarya üniversitesi sabis örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> sayfasından erişilmiştir.
- Yetim, A. A., & Göktaş, Z. (2004). Öğretmenin mesleki ve kişisel nitelikleri. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 12(2), 541-550.
- Yıldırım, O., & İpek, İ. (2020). Yeni koronavirüs salgını dolayısıyla gündeme gelen sosyal izolasyon ve gönüllü karantina döneminde internet ve sosyal medya kullanımı. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (52), 69-94.
- Young K. S., Yue X. D., & Ying, L. (2011). *Internet addiction: A handbook and guide to evaluation and treatment*. New York: John Wiley & Sons.
- Yörükoğlu, A. (1985). *Gençlik çağı*. Ankara: Türkiye İş Bankası.
- Yörükoğlu, A. (1989). *Değişen toplumda aile ve çocuk*. İstanbul: Özgür.
- Yunus, A. L. P., & Kaleci, D. (2018). YouTube sitesindeki videoların eğitim materyali olarak kullanımına ilişkin öğrenci görüşleri. *International Journal of Active Learning*, 3(1), 57-68.
- Zeldin, T. (1998). *İnsanlığın mahrem tarihi*. (E. Özsayar, Çev.). İstanbul: Ayrıntı.
- Zeke, S. (2004). Self-concepts of students with learning disabilities and their normally achieving peers: A review. *European Journal of Special Needs Education*, 19, 144–147.
- Zydzianaite, V., Kontrimiene, S., Ponomarenko, T., & Kaminskiene, L. (2020). Challenges in teacher leadership: Workload, time allocation, and self-esteem. *European Journal of Contemporary Education*, 9(4), 948-962.



EKLER



EK-1. Kişisel Bilgi Formu

KİŞİSEL BİLGİ FORMU

Sevgili öğretmenler, online olarak yürütülen bu çalışma Özel Eğitim Öğretmenlerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Benlik Saygısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi" yüksek lisans tezi kapsamında hazırlanmıştır. Formlar Kişisel Bilgi Formu, Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği ve Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği'nden oluşmaktadır. Görüşlerinizi içten bir şekilde yansıtarak soruları cevaplamanız araştırma açısından önem teşkil etmektedir. Verdiğiniz bilgiler sadece bilimsel araştırma için kullanılacak ve tamamen gizli tutulacaktır. Çalışmaya katkılarınızdan dolayı şimdiden çok teşekkür ederiz.

Doç. Dr. Salih ÇAKMAK

Öğr.Dilara ULU

Yukarıdaki bilgilendirmeyi okudum ve çalışmaya katılmayı kabul ediyorum. (Evet)

- 1) Cinsiyetiniz: K() E()
- 2) Yaşınız?
- 3) Medeni durumunuz nedir? Evli () Bekar ()
- 4) Hangi kurumda çalışıyorsunuz? Kamu () Özel () Herhangi bir kurumda çalışmıyorum. ()
- 5) Kaç yıldır aktif olarak özel eğitim öğretmenliği yapıyorsunuz? 1-5() 5-10 ()10 yıl ve üzeri ()
- 6) Lütfen aylık harcama miktarınızı belirtiniz. _____
- 7) Lütfen sosyal medyada günde ortalama kaç saat geçirdiğinizi belirtiniz. _____

8) En sık kullandığınız sosyal medya hesabını belirtiniz. (Yalnızca bir tercihte bulununuz).

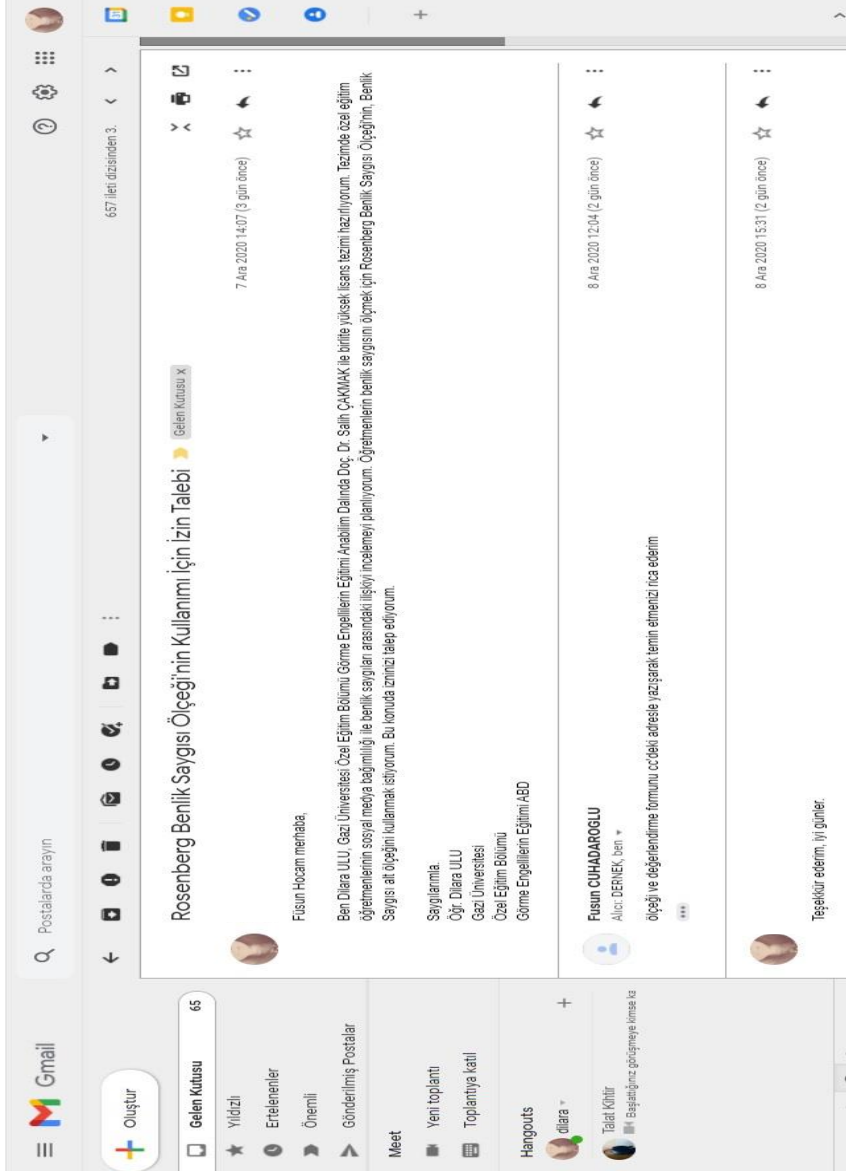
(☐)Instagram (☐)Twitter (☐)Facebook (☐) Youtube (☐) Diğer

9) Haberleri en çok hangi sosyal medya mecrasından aldığınızı belirtiniz (Yalnızca bir tercihte bulununuz).

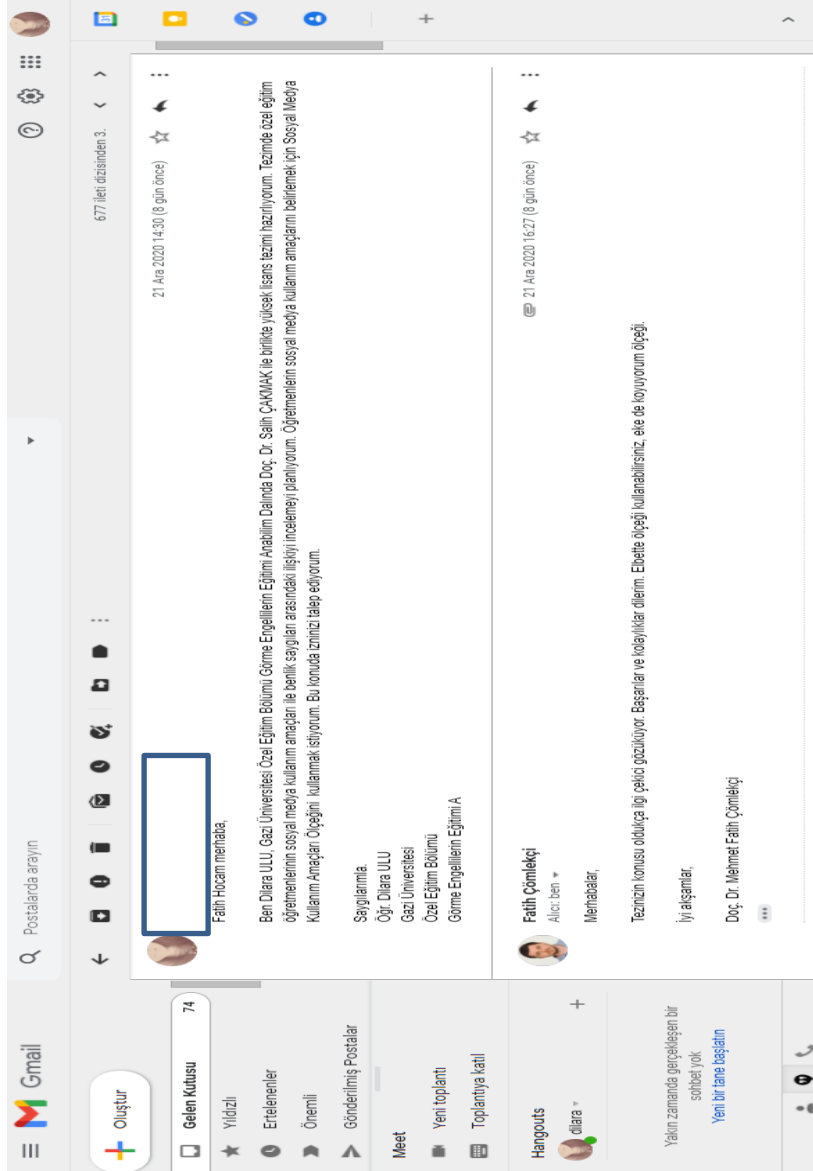
10)(☐)Instagram (☐)Twitter (☐)Facebook (☐) Youtube (☐) Diğer

Çalışmaya katıldığınız için teşekkürler.

EK-2. Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği İzin Yazısı



EK-3. Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği İzin Yazısı





GAZİLİ OLMAK AYRICALIKTIR..