

**T.C.**  
**BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ**  
**LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**  
**TÜRKÇE VE SOSYAL BİLİMLER EĞİTİMİ ANABİLİM DALI**  
**SOSYAL BİLGİLER EĞİTİMİ BİLİM DALI**

**SOSYAL MEDYADAKİ SOSYAL BİLGİLER ÖĞRETMEN**  
**GRUPLARINA YÖNELİK BİR İNCELEME**

**BERDEL ÖZCANDAN**

**BOLU, 2020**

**T.C.**  
**BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ**  
**LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**  
**TÜRKÇE VE SOSYAL BİLİMLER EĞİTİMİ ANABİLİM DALI**  
**SOSYAL BİLGİLER EĞİTİMİ BİLİM DALI**

**SOSYAL MEDYADAKİ SOSYAL BİLGİLER ÖĞRETMEN**  
**GRUPLARINA YÖNELİK BİR İNCELEME**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Hazırlayan**  
**Berdel ÖZCANDAN**

**Danışman**  
**Doç. Dr. Adnan ALTUN**

**BOLU, EYLÜL - 2020**

## YÜKSEK LİSANS TEZİ ONAY FORMU

**Berdel ÖZCANDAN** tarafından hazırlanan “**Sosyal Medyadaki Sosyal Bilgiler Öğretmen Gruplarına Yönelik Bir İnceleme**” başlıklı çalışma jüri tarafından Türkçe ve Sosyal Bilimler Anabilim Dalı Sosyal Bilgiler Eğitimi Bilim Dalında **Yüksek Lisans Tezi** olarak kabul edilmiştir.

### Jüri Üyeleri

**Akademik Unvan, Adı ve SOYADI**

**İmza**

Üye ( Tez Danışmanı ) : Doç. Dr. Adnan ALTUN

.....

Üye :

.....

Üye :

.....

**Lisansüstü Eğitim Enstitüsünün Onayı**

**Prof. Dr. Osman GÖRÜR**

**Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü**

## ETİK İLKELERE UYULDUĞUNA İLİŞKİN BEYAN

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum, “*Sosyal Medyadaki Sosyal Bilgiler Öğretmen Gruplarına Yönelik Bir İnceleme*” başlıklı çalışmanın yazılmasında bilimsel ve etik kurallara uyduğumu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda atıfta bulunduğumu, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı, tezin tamamının ya da bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitede bir tez çalışması olarak sunulmadığını beyan ederim. 04/09/2020

Berdel ÖZCANDAN

Eylül 2020

16.10.2017 tarihinde aramızdan ayrılan çok değerli babaanneme  
ve küçük kırmızı balıklara...



## TEŞEKKÜR

Lisans ve yüksek lisans eğitimim boyunca sahip olduğu insani değerlerle ve etik anlayışıyla her zaman herkese eşit yaklaşan, her öğrencisine maddi ve manevi desteğini sonuna kadar hissettiren ve çalışma süreci boyunca takıldığım her konuda bana güvendiğini belirterek “yapabilirsin” duygusunu aşılayan değerli danışmanım Sayın Doç. Dr. Adnan ALTUN’a,

Maddi ve manevi her türlü desteği benden esirgemeyen, bilgi birikimlerini paylaştan ve güler yüzleriyle yolumu aydınlatan değerli hocalarım Doç. Dr. Fahri KILIÇ’a, Dr. Öğretim Üyesi Azize Yasa’ya ve Doç. Dr. Binali TERCAN’a,

Öğrenme azmiyle büyük hayranlık duyduğum, bana okuma kültürünü kazandıran ve kabuklarımı kırmama yardımcı olan değerli hocam Doç. Dr. Yahya ARAZ’a

Üniversite hayatı boyunca arkadaş olduğum, aynı sıraya oturduğum, benimle silgisini, kalemini ve notlarını var yok demeden paylaştan arkadaşlarıma, AİBÜ Vakıf Yurdunun 113 nolu oda sakinlerine ve olumlu tutumlarıyla bu sürecin tüm stresini benimle paylaşan Şahin ÖNER’e,

Bir ömür boyu desteklerini benden esirgemeyen değerli annem Zeynep ÖZCANDAN ve kıymetli babam Hıdır ÖZCANDAN başta olmak üzere ablam Gülşah ve kardeşim Can’a, sevgili dedeme, başka bir dünyanın hayaliyle beni kasıp kavuran ve gönlümde yer edinen Küçük Kırmızı Balık’a, tüm aile üyelerime ve aramızda olmasa da her zaman varlığına duacı olduğum, iyi ki hayatımdan geçti dediğim biricik neneme teşekkür ederim.

Hatırda kalmak ve unutulmamak dileğiyle...

Berdel ÖZCANDAN

## İÇİNDEKİLER

|                                                               |      |
|---------------------------------------------------------------|------|
| ETİK İLKELERE UYULDUĞUNA İLİŞKİN BEYAN .....                  | i    |
| TEŞEKKÜR.....                                                 | iii  |
| İÇİNDEKİLER .....                                             | iv   |
| TABLolar DİZİNİ .....                                         | vii  |
| GÖRSELLER DİZİNİ.....                                         | viii |
| KISALTMALAR .....                                             | ix   |
| ÖZET.....                                                     | x    |
| ABSTRACT.....                                                 | xii  |
| I. BÖLÜM.....                                                 | 1    |
| 1. Giriş .....                                                | 1    |
| 1.1. Problem Durumu.....                                      | 1    |
| 1.2. Araştırmanın Amacı .....                                 | 3    |
| 1.3. Araştırmanın Önemi .....                                 | 3    |
| 1.4. Problem Cümlesi.....                                     | 4    |
| 1.4.1 Alt problemler.....                                     | 4    |
| 1.5. Varsayımlar.....                                         | 4    |
| 1.6. Sınırlılıklar .....                                      | 5    |
| 1.7. Tanımlar.....                                            | 5    |
| II. BÖLÜM .....                                               | 7    |
| 2. Kuramsal Çerçeve ve İlgili Literatür .....                 | 7    |
| 2.1. Dijital Medya .....                                      | 7    |
| 2.1.1. Sosyal medya .....                                     | 8    |
| 2.1.2. Dünyada sosyal medya kullanımına dair veriler.....     | 12   |
| 2.1.3. Türkiye’de sosyal medya kullanımına dair veriler ..... | 14   |
| 2.1.4. Sosyal ağlar.....                                      | 18   |
| 2.1.5. Facebook.....                                          | 22   |
| 2.2. Sosyal Medya ve Eğitim.....                              | 26   |
| 2.2.1. Eğitim ortamı olarak sosyal medya.....                 | 27   |
| 2.2.2. Sosyal medya eğitim politikaları .....                 | 30   |
| 2.2.3. Eğitim ortamı olarak Facebook.....                     | 32   |

|          |                                                            |     |
|----------|------------------------------------------------------------|-----|
| 2.2.3.1. | Sosyal ağ toplulukları.....                                | 35  |
| 2.2.3.2. | Sosyal ağ topluluklarının özellikleri .....                | 37  |
| 2.2.3.3. | Sosyal ağ topluluklarının türleri .....                    | 39  |
| 2.2.4.   | Çevrimiçi mesleki gelişim aracı olarak ağlar .....         | 40  |
| 2.3.     | İlgili Çalışmalar.....                                     | 43  |
| 2.3.1.   | Sosyal medya ve eğitim bağlamında yapılan çalışmalar ..... | 43  |
| 2.3.2.   | Netnografi yöntemiyle ilgili yapılan çalışmalar .....      | 47  |
| III.     | BÖLÜM .....                                                | 51  |
| 3.       | <b>Yöntem</b> .....                                        | 51  |
| 3.1.     | Araştırma Modeli .....                                     | 51  |
| 3.2.     | Çalışma Grubu .....                                        | 54  |
| 3.3      | Veri Toplama Aracı .....                                   | 57  |
| 3.4      | Verilerin Analizi .....                                    | 58  |
| 3.5.     | Geçerlik ve Güvenirlik .....                               | 59  |
| 3.6.     | Araştırmacının Rolü .....                                  | 60  |
| 3.7.     | Araştırmanın Etiği.....                                    | 60  |
| IV.      | BÖLÜM.....                                                 | 62  |
| 4.       | <b>Bulgular</b> .....                                      | 62  |
| 4.1.     | Birinci Alt Probleme İlişkin Bulgular .....                | 62  |
| 4.2.     | İkinci Alt Probleme İlişkin Bulgular .....                 | 63  |
| 4.2.1.   | Grubun yazılı normlarına dair bulgular.....                | 63  |
| 4.2.2.   | Grubun yazısız normlarına dair bulgular.....               | 65  |
| 4.3.     | Üçüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular .....                 | 67  |
| 4.4.     | Dördüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular .....               | 81  |
| V.       | BÖLÜM .....                                                | 86  |
| 5.       | <b>Tartışma ve Sonuç</b> .....                             | 86  |
| 5.1.     | Amaç .....                                                 | 86  |
| 5.2.     | Norm.....                                                  | 87  |
| 5.3.     | Tipoloji .....                                             | 91  |
| 5.4.     | Dijital Kültür İzleri.....                                 | 96  |
| 5.5.     | Öneriler .....                                             | 101 |
| 5.5.1.   | Uygulamaya Dönük Öneriler.....                             | 101 |

|                                          |     |
|------------------------------------------|-----|
| 5.5.2. Yönteme Dönük Öneriler .....      | 101 |
| 5.5.3. Araştırmacıya Dönük Öneriler..... | 102 |
| KAYNAKÇA.....                            | 104 |
| EKLER .....                              | 116 |
| ÖZGEÇMİŞ .....                           | 118 |



## TABLOLAR DİZİNİ

|                    |                                                                                       |    |
|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tablo 2.1.</b>  | Küresel dijital veriler.....                                                          | 12 |
| <b>Tablo 2.2.</b>  | Dünyadaki internet kullanıcılarına genel bakış .....                                  | 13 |
| <b>Tablo 2.3.</b>  | Dünyadaki sosyal medya kullanıcıları .....                                            | 13 |
| <b>Tablo 2.4.</b>  | Dünyada En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları .....                             | 13 |
| <b>Tablo 2.5.</b>  | Türkiye dijital verileri .....                                                        | 14 |
| <b>Tablo 2.6.</b>  | Türkiye’de sosyal medyaya genel bakış.....                                            | 15 |
| <b>Tablo 2.7.</b>  | Türkiye’de sosyal medya davranışları .....                                            | 15 |
| <b>Tablo 2.8.</b>  | Türkiye’de internet kullanımı .....                                                   | 16 |
| <b>Tablo 2.9.</b>  | Türkiye’de medyada bir günde geçirilen zaman.....                                     | 16 |
| <b>Tablo 2.10.</b> | Türkiye’de web trafiğinin cihazlara göre dağılımı .....                               | 16 |
| <b>Tablo 2.11.</b> | Türkiye’de mobil internet kullanımı .....                                             | 17 |
| <b>Tablo 2.12.</b> | Türkiye’de mobil uygulamaların indirilme sıralaması.....                              | 17 |
| <b>Tablo 2.13.</b> | Dünyada en çok kullanılan sosyal medya platformları .....                             | 24 |
| <b>Tablo 2.14.</b> | Türkiye’de en çok kullanılan sosyal medya platformları.....                           | 24 |
| <b>Tablo 2.15.</b> | Türkiye’de en çok ziyaret edilen web siteleri.....                                    | 24 |
| <b>Tablo 2.16.</b> | Facebook Türkiye kitlesine genel bakış .....                                          | 25 |
| <b>Tablo 3.1.</b>  | Farklı Ülkelerin Sosyal Bilgiler Öğretmen Grupları.....                               | 56 |
| <b>Tablo 3.2.</b>  | Ülkemizde Kurulmuş Olan Sosyal Bilgiler Öğretmen Grupları.....                        | 57 |
| <b>Tablo 4.1.</b>  | Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubu Paylaşım Türleri .....                   | 67 |
| <b>Tablo 4.2.</b>  | Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubu yöntem teknik paylaşımları.....          | 68 |
| <b>Tablo 4.3.</b>  | Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubu ölçme ve değerlendirme paylaşımları..... | 69 |
| <b>Tablo 4.4.</b>  | Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubu materyal paylaşımları .....              | 71 |
| <b>Tablo 4.5.</b>  | Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubu rehberlik paylaşımları .....             | 73 |
| <b>Tablo 4.6.</b>  | Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubu bürokratik paylaşımları.....             | 74 |
| <b>Tablo 4.7.</b>  | Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubu mesleki paylaşımları.....                | 75 |
| <b>Tablo 4.8.</b>  | Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubu güncel paylaşımları .....                | 77 |
| <b>Tablo 4.9.</b>  | Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubu genel kültür paylaşımları ....           | 78 |
| <b>Tablo 4.10.</b> | Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubu genel paylaşımları .....                 | 80 |

## GÖRSELLER DİZİNİ

|                     |                                                                                          |    |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Görsel 2.1.</b>  | 2004 yılında Facebook giriş sayfası görüntüsü .....                                      | 23 |
| <b>Görsel 2.2.</b>  | 2014 yılında Facebook giriş sayfası görüntüsü .....                                      | 23 |
| <b>Görsel 4.1.</b>  | Sosyal bilgiler bilgi ve görsel arşivi grubunun profil bilgilerine dair bir görüntü..... | 63 |
| <b>Görsel 4.2.</b>  | Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubunun grup kurallarına ait bir görseli .....   | 64 |
| <b>Görsel 4.3.</b>  | Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubunun grup kurallarına ait bir görseli .....   | 65 |
| <b>Görsel 4.4.</b>  | Anektod ve Drama Paylaşımı Görselleri .....                                              | 69 |
| <b>Görsel 4.5.</b>  | Canlandırma ve Eğitsel Oyun Paylaşım Görselleri .....                                    | 69 |
| <b>Görsel 4.6.</b>  | Test ve performans ödevi paylaşım görselleri.....                                        | 71 |
| <b>Görsel 4.7.</b>  | İstatistik ve deneme sınavı paylaşım görselleri .....                                    | 71 |
| <b>Görsel 4.8.</b>  | Görsel materyal paylaşım görselleri .....                                                | 73 |
| <b>Görsel 4.9.</b>  | Gerçek nesne ve dijital materyal paylaşım örnekleri.....                                 | 73 |
| <b>Görsel 4.10.</b> | Öğrenciler ve öğretmenler için rehberlik paylaşım görselleri.....                        | 74 |
| <b>Görsel 4.11.</b> | Yer Değiştirme ve evrak kategorilerinde bürokratik paylaşım örnekleri ..                 | 75 |
| <b>Görsel 4.12.</b> | Mesleki Paylaşım Görselleri .....                                                        | 77 |
| <b>Görsel 4.13.</b> | Güncel paylaşım örnekleri .....                                                          | 78 |
| <b>Görsel 4.14.</b> | Genel kültür paylaşımları örnekleri .....                                                | 80 |
| <b>Görsel 4.15.</b> | Genel paylaşım örnekleri .....                                                           | 81 |
| <b>Görsel 4.16.</b> | Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubu Hakkında Bilgileri.....                     | 82 |
| <b>Görsel 4.17.</b> | Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubu profil fotoğrafı.....                       | 83 |
| <b>Görsel 4.18.</b> | Emojileri kullandıklarına dair görseller .....                                           | 84 |
| <b>Görsel 4.19.</b> | Noktalama kullandıklarına dair görseller .....                                           | 85 |
| <b>Görsel 4.20.</b> | Karekod kullandıklarına dair bir görsel .....                                            | 85 |

**KISALTMALAR**

|        |                                                           |
|--------|-----------------------------------------------------------|
| A      | : Araştırmacı                                             |
| AA     | : Anadolu Ajansı                                          |
| ADNKS  | : Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi                       |
| BM     | : Birleşmiş Milletler                                     |
| BC     | : British Columbia                                        |
| CALL   | : Bilgisayar Destekli Dil Öğrenimi                        |
| EBA    | : Eğitim Bilişim Ağı                                      |
| EC     | : European Comission                                      |
| EF     | : Education Foundation                                    |
| EGÜ    | : Engellenen Grup Üyesi                                   |
| FB     | : Facebook                                                |
| GÜ     | : Grup Üyesi                                              |
| İTÜ    | : İstanbul Teknik Üniversitesi                            |
| KPSS   | : Kamu Personeli Seçme Sınavı                             |
| MEB    | : Millî Eğitim Bakanlığı                                  |
| ÖSDGM  | : Ölçme Değerlendirme ve Sınav Hizmetleri Genel Müdürlüğü |
| TDK    | : Türk Dil Kurumu                                         |
| UNESCO | : Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü      |
| Y      | : Yönetici                                                |

## ÖZET

### SOSYAL MEDYADAKİ SOSYAL BİLGİLER ÖĞRETMEN GRUPLARINA YÖNELİK BİR İNCELEME

ÖZCANDAN, Berdel

Yüksek Lisans Tezi

TÜRKÇE ve SOSYAL BİLİMLER ANABİLİM DALI  
SOSYAL BİLGİLER EĞİTİMİ BİLİM DALI

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Adnan ALTUN

(Eylül) – 2020, xiii + 119

Bu çalışmanın temel amacı sosyal bilgiler öğretmenlerinin sosyal ağlar üzerinde oluşturdukları öğretmen topluluklarındaki etkileşimlerinin hangi boyutlarda meydana geldiğini ortaya koymak ve sosyal bilgiler alanında yapılan çalışmalara katkıda bulunmaktır. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan etnografinin internet sahasına uyarlanmış hali olan netnografi kullanılmıştır.

Araştırmanın çalışma grubunu 16.10.2019 tarihinde Facebook üzerinden üye olunan ve Türkiye’de Facebook üzerinde en kalabalık üye sayısına (24.190) sahip olan Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubu oluşturmaktadır. Araştırmada çalışma grubunun 1 Ocak 2020 ile 29 Şubat 2020 arasında paylaştıkları tüm içerikler veri olarak kabul edilmiştir. Bu veriler sosyal bilgiler öğretmenlerinin Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubunda paylaştıkları her türlü görsel – işitsel medyayı ve matbu çalışmaları kapsamaktadır. Çalışma sonunda üye kontrollerinin yapıldığı netnografi yönteminde elde edilen bulgular üyelere Google Form üzerinden sunulmuş ve çalışma sonuçlarıyla üyelerin verdikleri cevaplar karşılaştırılmıştır.

Elde edilen tüm bulguların ışığında çalışma sonucunda Facebook Sosyal Bilgiler öğretmen gruplarının yazılı olan ve olmayan belli kurallar içerisinde ortak bir amaç etrafında bir araya geldikleri, dijital kültür izlerine sahip oldukları ve bu izleri paylaştıkları içeriklerle ve bir araya geldikleri Facebook platformuyla pekiştirdikleri

sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca sosyal bilgiler öğretmenlerinin Facebook üzerinden etkileşim sağlarken bu etkileşimleri her türlü görsel-işitsel medya sahasına ait paylaşımlarla meydana getirdikleri de ulaşılan bir başka sonuçtur.

**Anahtar Kelimeler:** Facebook, Sanal Topluluklar, Öğretmen Grupları, Sosyal Bilgiler, Netnografi.



## ABSTRACT

### A STUDY OF SOCIAL STUDIES TEACHER GROUPS ON SOCIAL MEDIA

ÖZCANDAN, Berdel

Master Thesis

Department of Turkish And Social Sciences Education

Department of Social Studies Education

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Adnan ALTUN

(September) – 2020, xiii + 119

The main purpose of this study is to reveal the dimensions of social studies teachers interactions in teacher communities on social networks and to contribute to the studies in the field of social studies. The method of this study is netnography, which is one of the qualitative research methods.

The Social Studies Information and Visual Archive group constitutes the sample of this research. This group is a teacher group with the highest number of members in the field of Social Studies. The number of members at the time the researcher became a member is 24,190. In this research, all the content shared by the working group between January 1, 2020 and February 29, 2020 were considered as data.

The result of the study was explained to the members via Google Form. The results of the study and the answers given by the members were compared. In the light of all the findings, social studies teacher groups in Facebook have rules. these rules are written rules and unwritten rules. These groups come together for a common purpose, there are traces of digital culture and they create traces of digital culture with content. Moreover, Facebook reinforces this situation. Finally, social studies teachers interact with visual and audio media posts.

**Keywords:** Facebook, Virtual Communities, Teacher Groups, Social Studies, Netnography.



## I. BÖLÜM

### 1. Giriş

Bu bölümde problem durumu, araştırmanın amacı, araştırmanın önemi, problem cümlesi, alt problemler, sınırlılıklar ve tanımlara yer verilmiştir.

#### 1.1. Problem Durumu

İnternetin ortaya çıkmasıyla birlikte sosyal hayatta meydana gelen değişimler ve bu değişimlerin paralelinde birtakım yenilikler ve imkânların hayatımıza girmesi kaçınılmaz olmuştur. İnternette meydana gelen gelişmelerden en bilineni sosyal medyadır. Sosyal medya bireylerin duygu ve düşüncelerini paylaştığı, çalışmalarını sergilediği ve kullanıcı eksenli etkileşimli bir alan olduğu için beraberinde çok sayıda imkân getirmiştir (Kulak ve Ayparçası, 2019). Özellikle bilgisayarların eğitimde kullanılmaya başlanması daha sonrasında da internetin yaygınlaşarak eğitime farklı alternatifleri kazandırması yaşanan önemli değişimlerden biridir. İnternet eğitim alanında araştırma yapmak ve farklı kaynaklara erişim sağlayabilmek amacıyla kullanılırken günümüzde eğitimin doğrudan verildiği ortamlar olarak eğitim sürecine büyük yararlar sağlamıştır (Güneş, 2016).

Sosyal medya teknoloji sayesinde toplulukları birbirine bağlayan iletişim, aktarım ve paylaşımı çevrimiçi araçlarla sağlayan platform olarak tanımlanmaktadır (Kulak ve Ayparçası, 2019). İnternetin gelişmesinin bir sonucu olarak sosyal medya platformlarının ortaya çıkması eğitim ve öğretim sürecinde büyük değişimlerin yaşanmasına sebep olmuştur. Bu sosyal medya platformlarından biri de sosyal ağ siteleridir. Sosyal ağ siteleri insanların kullanıcılar tarafından hazırlanan içerikleri interaktif bir şekilde birbirlerine iletebildikleri internet siteleri olarak tanımlanabilir

(Solmaz, Tekin, Herzem ve Demir, 2013). Eğitimde sosyal ağların kullanılmaya başlanması eğitim ortamından öğretmenlerin eğitim sürecindeki rollerine kadar farklı değişimlerin yaşanmasını kaçınılmaz kılmıştır. Öğrenme ve öğretme sürecinde sosyal ağların kullanılması sosyal medya platformlarından iletişim gücünün yüksek, alternatif araçları ve milyonlarca üyeyi bir araya getirmesiyle bilinen Facebook sosyal ağının öne çıkmasına neden olmuştur (Tınmaz ve Çağıltay, 2012). Sosyal ağların eğitim ve öğretim sürecinde etkileşimi ve iletişimi arttırdığı unutulmaması gereken bir boyuttur (Öztürk ve Talas, 2015). Sosyal ağların eğitim sürecindeki başka bir boyutu ise öğretmenlerin mesleki gelişimlerinde etkili olmasıdır. Öğretmenler için her ne kadar Millî Eğitim Bakanlığı tarafından hizmet içi eğitimler verilmeye devam edilse de öğretmenlerin sosyal ağları kullanmalarıyla birlikte bu ortam üzerinden meslektaşlarıyla iletişime geçmeleri ve etkileşimde bulunmaları mesleki gelişim açısından büyük bir avantaj sağlamaktadır. Çevrimiçi ve çevrimdışı sosyal ağlar, çevrimiçi konferanslar, forumlar ve bloglar gibi çok sayıda iletişim ortamı ve bilgi paylaşımı için oluşturulan platformlar bulunmaktadır. Bu platformların en popülerlerinden biri olan Facebook öğretmenlerin mesleki gelişimlerinde önemli bir yere sahiptir (K. Büyükimdat, Albayrak, Erdoğmuş, Yıldırım, Eryol ve Ataman, 2011).

Mesleki gelişim öğretmenlerin sınıf uygulamalarıyla birlikte öğrencilerin tutum, inanış ve öğrenme çıktılarında değişiklik yaratmaya yönelik eğitim ve aktivite merkezli sistematik çabalardır (Guskey, 2002). Mesleki gelişimin günümüzde boyut değiştirerek çevrimiçi bir şekilde gelişmesi çevrimiçi uygulama topluluklarını ortaya çıkarmıştır. Benzer ilgiler, ortak amaçlar, kaynak paylaşılması, çalışma yöntemlerinin geliştirilmesi, varsa sorunların çözülmesi ve bireysel hatta örgütsel bağlamda hareket edilmesi gibi öğretmenlerin mesleki gelişimlerini sağlayan bu boyutlardaki iletişim ve etkileşimler uygulama topluluklarında meydana gelmektedir (Tseng ve Kuo, 2014). Çevrimiçi mesleki gelişimin sosyal medya platformlarında bir yandan sürmesi diğer yandan da bu topluluklarda binlerce öğretmenin meslektaşlarıyla bir araya gelmesi çevrimiçi mesleki gelişim üzerinde çalışmaların arttırılması gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bir başka nokta ise çok sayıda eğitimcinin bulunduğu sosyal medya üzerinde oluşturulan toplulukların belli bir kimlik yaratarak üyelerine bu kimliği ne kadar nüfuz ettirdiği, dijital kültür açısından sosyal medya öğretmen topluluklarında

oluşan bir kültürün var olup olmadığı, özelde ise sosyal medya platformları üzerinde sosyal bilgiler öğretmenlerinin iletişimlerini anlamak ve hangi amaçlarla bir araya geldiklerini çözümlmek önemlidir.

Alan yazın incelendiğinde sosyal bilgiler ve sosyal medya bağlamlarını birlikte ele alan farklı çalışmalara rastlamak mümkündür. Ancak sosyal bilgiler öğretmenlerinin daha genel anlamıyla öğretmenlerin sosyal medyada oluşturdukları gruplar üzerindeki çalışmalar azdır. Aynı zamanda netnografi yönteminin de alandaki pratiklerine rastlamak pazarlama, müzik ve sağlık alanlarında her ne kadar mümkün görünse de eğitim alanındaki uygulama çalışmaları yoktur. Bu çerçevede alan yazındaki bu boşluklar giderilmeye çalışılacaktır. Facebook üzerinde oluşturulmuş olan bir öğretmen topluluğunu inceleyerek öğretmen etkileşiminin hangi boyutlarda meydana geldiğini anlamaya çalışan bu çalışma netnografi yönteminin de sunmuş olduğu avantajlardan yararlanarak bu topluluklardaki kültürel ayak izlerini ortaya koymayı amaçlamıştır.

## 1.2. Araştırmanın Amacı

Çalışmanın amacı, öğretmen etkileşiminin Facebook'taki Sosyal Bilgiler öğretmen gruplarında hangi boyutlarda meydana geldiğini ortaya koymak ve Sosyal Bilgiler alanında yapılan çalışmalara katkıda bulunmaktır.

## 1.3. Araştırmanın Önemi

Netnografi yöntemi kullanılarak son yıllarda gerçekleşen çok sayıda araştırma bulunmaktadır. Yapılan araştırmalar her ne kadar iletişim, turizm, pazarlama, işletme, hemşirelik, antropoloji, sosyoloji alanlarında yoğunluk gösterse de netnografi eğitim alanında nispeten yeni bir metodolojik yaklaşımdır. Netnografi yönteminin eğitim alanında uygulama pratiklerini gösteren, eğitimin dijital kültürünü ortaya koyan, öğretmenlerin Facebook üzerindeki etkileşimlerinin boyutlarında dijital izlerin etkisini anlayan, öğretmen etkileşimini irdeleyen araştırmalar sınırlı düzeydedir. Aynı zamanda

Türkçe literatürde netnografi araştırma metodolojisini uygulama sahası olarak eğitim alanında gerçekleştiren bir çalışmaya da rastlanılmamıştır. Sosyal Bilgiler ve Facebook bağlamlarında yapılan çalışmalara bakıldığında zaman çalışmaların daha çok odaklandığı noktalar Facebook'un öğretim yöntemi, eğitim ortamı, motivasyon aracı olarak kullanılması, öğrencilerin bu bağlamlarla ilgili tutumları ve öğretmen gruplarının incelenmesine dayalıdır. Bu çalışmada ise Facebook'taki bir öğretmen grubu incelenerek kültürel izlerinin neler olduğu, bu kültürel izlerin öğretmen etkileşimine nasıl katkıda bulunduğu ve etkileşimin hangi boyutlarda gerçekleştiği ortaya konulacaktır. Çalışma Türkçe literatürde yöntem itibarıyla hem eğitim alanında hem de branş olarak Sosyal Bilgiler eğitimi alanında ilktir ve alandaki bir açığı kapatmayı amaçlamaktadır.

#### 1.4. Problem Cümlesi

Öğretmen etkileşimi Facebook Sosyal Bilgiler Öğretmen Gruplarında hangi boyutlarda meydana gelmektedir?

##### 1.4.1 Alt problemler

1. Sosyal bilgiler öğretmenleri Facebook gruplarında hangi amaçlar için bir araya gelmektedirler?
2. Sosyal bilgiler öğretmenlerinin Facebook gruplarındaki yazılı ve yazısız normları nelerdir?
3. Sosyal bilgiler öğretmenleri Facebook gruplarında ne tür paylaşım yapmaktadırlar?
4. Sosyal bilgiler öğretmenlerinin Facebook gruplarında dijital kültüre ait izleri nelerdir?

#### 1.5. Varsayımlar

Bu çalışma aşağıda belirtilen varsayımlara göre yürütülmüştür:

1. Araştırmanın veri elde etme tekniğinin araştırmanın konusuna, amacına ve yöntemine uygun olduğu kabul edilmiştir.
2. Grupla iki aylık etkileşim netnografi yöntemi bağlamında yeterli kabul edilmiştir.
3. Katılımcılar verilerin incelenmesini kabul etmişlerdir.

#### 1.6. Sınırlılıklar

Çalışmada boyutu büyük ve depolaması zor olduğu için videolar veri havuzuna dahil edilmemiş ancak saha üzerinden analizleri yapılmıştır.

Çalışma grubunun incelenmesi iki ay ile sınırlandırılmıştır.

Farklı ülkelerin öğretmen grupları araştırmacının araştırma kapsamında gerekli görülen dil hâkimiyetine sahip olmamasından dolayı dâhil edilmemiştir.

#### 1.7. Tanımlar

Sosyal Medya: Bireylerin profil oluşturup bu profiller aracılığıyla kullanıcılarla arasındaki ilişkileri web tabanlı hizmetler aracılığıyla sürdürdüğü uygulamalar bütününe sosyal medya denir (Boyd ve Ellison, 2007).

Topluluk: Ortak bir alanda yaşayan ya da ortak bir özelliğe sahip insanların oluşturduğu grup (Çetin, 2019).

Çevrimiçi Topluluk: Ağlar üzerinde çeşitli amaçlarla bir araya gelen topluluklara çevrimiçi topluluk denir (Sarıdaş, 2017).

Kültür: Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü, hars, ekin (TDK, 2020).

Dijital Kültür: Hızlanmış bilgi üretiminin bilgisayar, internet ve akıllı telefonlar aracılığıyla gelişmesi ve bu gelişmenin bir sonucu olarak yeni yaşam ve yaklaşım biçimlerinin ortaya çıkmasına dijital kültür denir (Karagözoğlu Aslıyüksek, 2016).



## II. BÖLÜM

### 2. Kuramsal Çerçeve ve İlgili Literatür

Bu bölümde sosyal medyanın eğitimde kullanılması ile ilgili kuramsal temellere ve ilgili literatüre yer verilmiştir.

#### 2.1. Dijital Medya

Yeni medya kavramı olarak 1970’li yıllarda bilgi ve iletişim alanında sosyal, kültürel, psikolojik, politik ve ekonomik çalışmalar yürüten araştırmacılar tarafından ortaya atılmıştır. Bu çalışmalar sayesinde günümüzde yeni iletişim ortamlarında meydana gelen gelişmeler yeni medya olarak adlandırılmaktadır (Dilmen, 2007). Yeni medya multimedia, dijital medya ve interaktif medya olarak da adlandırılmaktadır (Dijk, 2018).

İnternet, akıllı telefon, tablet, kişisel bilgisayar ve elektronik kitap okuyucular gibi çevrimiçi ve çevrimdışı iletişim araçlarından oluşan yeni medya kavramı metin, görüntü ve/veya sesle dolu yapay hafızaların birleşimidir (Dijk, 2018). Yeni medya kavramı özellikle son yıllarda her yerde duyulmuştur. Web 4.0’ın adımlarının atılacağı şu zamanlarda sanayi ve yapay zekâ alanlarındaki yeni gelişmeler yeni medyada değişim ve gelişmelere neden olmuştur. Campbell, Martin ve Fabos (2005) yeni medyayı medyanın dijitalleşmesi olarak tanımlamaktadırlar.

İnternet bulunmadan önce var olan radyo, televizyon, gazete ve dergi gibi geleneksel medya araçlarına alternatif olarak internetin bulunması ve gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan yeni medya araçları geleneksel medyadan birçok konuda farklılığını ortaya koymaktadır (Özer, 2019). Geleneksel medya gazete, dergi ve

televizyonlardan meydana gelirken yeni medya sosyal ağlardan meydana gelmektedir. Yeni medyada sosyal ağlar sayesinde bireyler geleneksel medya araçları olmadan internet bağlantısının olduğu her yerde haber alma ve bilgi edinme özgürlüğüne sahip olmuşlardır (Şeker, 2005). Yeni medya teknoloji ve iletişim alanında öne çıkan bir kavram olsa da toplumda da birtakım değişikliklere neden olmaktadır. Yeni medya kavramının hayatımıza girmesiyle toplumsal alışkanlıklar değişmiş ve bu değişimler sayesinde toplumsal anlayışların da farklılaşmasına neden olmuştur (Jones, 2009).

Yang ve Yu'ya göre (2016), bilişim teknolojilerindeki gelişmelerin 21. yüzyılda ortaya çıkmasıyla internet hâkimiyetini eğitimde de göstermiş ve geleneksel eğitimde kullanılan ansiklopedi, kitap vb. yazılı kaynaklardan ziyade slayt, sunum, e-kaynaklar gibi kaynaklar kullanılmaya başlanmıştır. Yeni medya sayesinde bilgi kaynakları boyut değiştirerek küçülmüş, yer ve zaman sınırlarından arınarak bireylerin her yerde ulaşabileceği bir kaynak haline almıştır (Özer, 2019).

Yeni medya olarak nitelenen kavram teknolojinin gelişmesiyle birlikte iletişim alanındaki dönüşümü ifade etse de aslında bu kavram her dönemde içeriği değişiklik gösteren bir kavram haline gelmiştir. Yeni medya araçları bugün her ne kadar akıllı telefonlar, tabletler, bilgisayarlar vb. birçok aracı içine alıyorsa da geçmişte televizyon yeni bir medya aracıydı ancak bugün geleneksel medya araçları arasında yerini almış durumdadır. Buradan hareketle yeni medya kavramının geleneksel ve yeni olarak ifade edilmesinin nitelediği araca göre değişiklik gösterdiği varsayımında bulunulabilir. Geleneksel kavramı günbegün genişliyoruzken yeni medya kavramının da kapsam olarak değiştiği düşünülebilir. Sonuçta döneme göre nitelenen yeni medya kavramı dijital medya kavramı olarak bu başlık altında irdelenmiştir.

### 2.1.1. Sosyal medya

Yeni iletişim teknolojileriyle beraber hali hazırda var olan teknolojilerin sürekli gelişmesiyle yaşadığımız çağ iletişim veya bilgi çağı olarak kavramsallaştırılmıştır. İletişim çağının gelişmesini sağlayan en önemli faktör internetin bulunması olmuştur.

Timothy Berners-Lee tarafından 1989 yılında geliştirilmeye başlanan World Wide Web (www) 'in 1991 yılında kullanıma açılmasıyla birlikte sosyal medyanın temeli atılmıştır. İlk kullanıma açıldığı zamanlarda internet bilgilerin kaydedildiği ve uzak mesafelere ulaştırılması işlevini görüyordu. Sosyal medya ile ilgili ilk karşılaşılan kavram etkileşimli ve kullanıcı tabanlı bir yapıyı işaret eden Web 2.0'dır. Web 2.0 internet kullanıcılarının birlikte yarattığı çevrimiçi platformları (wikiler, iletişim araçları ve iletişim siteleri) ifade etmektedir. Sosyal medya Web 2.0 teknolojisiyle birlikte kullanıcının içerik üretip paylaşabildiği internet temelli uygulamalar olmasının yanı sıra aynı zamanda bireylerin ortak bir platform sayesinde birbiriyle bilgi paylaştığı ve iletişim kurduğu pasif ve aktif kullanıma uygun olan dijital mekanlardan bir araya gelmektedir. Sixdegrees.com 1997 yılında ortaya çıkmış ve sosyal ağların ilk örneğini oluşturmuştur. Sosyal medyanın bu ilk örneğinden sonra Twitter, My Space, Youtube ve Facebook gibi web sitelerinin ortaya çıkmasıyla birlikte sosyalleşme biçimi değişme göstermiştir. Sosyal medya platformları bugün iki milyarı bulan kullanıcı sayısı ile yaşamımızın bir parçası olarak hızla yaygınlaşmaktadır (Güzel, 2016; Vural ve Bat, 2010; Özer, 2019). Durum böyle olunca internetin bulunmasıyla birlikte sosyal ilişki bağları farklılaşmış ve internet teknolojileri sayesinde ilişkiler yeniden sorgulanmaya başlanmıştır. İnsan ilişkilerinde iletişim yüz yüze yapılan ilişkilerin yerine uygulama kanalları aracılığıyla gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Dolayısıyla sosyal medya denilen kavram sanal ortamdaki ilişki yapılarının merkezine oturmuş durumdadır (Özer, 2019). Sosyal medya bir bütün olarak mesafeden bağımsız bir şekilde insanlar arasında iletişim sağlayarak, böylece bilgilerin, dosyaların, resimlerin ve videoların kolayca paylaşılabilirdiği, blogların oluşturulduğu, mesaj gönderilebilen ve gerçek zamanlı konuşmalar yapılabilen ortam özelliklerine sahiptir. Bu özellikleriyle sosyal olarak adlandırılır, çünkü ailemizle ve iş arkadaşlarımızla çok kolay ve etkili bir şekilde iletişimi olanaklı kılar (Devi, Gouthami ve Lakshmi, 2019).

Literatürde sosyal medyanın birçok tanımı bulunmaktadır. Kaplan ve Haenlein (2010) sosyal medyayı Web 2,0 teknolojisinin temel alındığı, bireylerin kullanıcı olarak içeriği oluşturduğu ve çeşitli değişimlerin yapılabilirdiği internet destekli uygulama olarak ifade etmişlerdir. Dabner (2012), sosyal medyayı telekomünikasyon, sosyal etkileşim ve teknolojinin entegre edilerek internet ve mobil tabanlı araçlarla kelimelerin,

görüntülerin ve seslerin inşasına ve yayılmasına olanak sağlayan bir araç olarak ifade etmiştir. Rao ve Shalini (2013) kullanıcının geliştirdiği içerikleri dağıtan, çevrimiçi topluluklara katılım sağlamayı olanaklı hale getiren internet ve mobil hizmetleri, sosyal ağ siteleri, medya paylaşımı ve bloglar gibi servislerle sosyal medyayı tanımlarken, Laird (2014) fikir alışverişi, bilgi ve içerik paylaşımı, yorum ve kişisel iletilerle zaman geçirmeyi sağlayan sosyal medyanın topluluk kurmayı hedefleyen yapısı olduğuna değinmiştir (Sarsar ve diğerleri, 2015). Çalışkan ve Mencik (2015) ise sosyal medyayı zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın tartışma, diyalog ve paylaşımın gerçekleştiği bir iletişim şekli olarak tanımlamaktadır. Özetle sosyal medya iletişim şekillerini çeşitlendirerek barındırdığı uygulamalar sayesinde etkileşimi gerçekleştiren, içerik üretimini ve paylaşımını olanaklı kılan, zamansal ve mekânsal olarak sınırları olmayan internet destekli uygulamalar bütünüdür diyebiliriz.

Sosyal medya denildiği zaman akla ilk olarak Facebook, Twitter vb. mecralar gelmektedir. Ancak bilgilerin paylaşıldığı ve fikir alışverişinin yapılabildiği her alan sosyal medya olarak ifade edilebilir. Sosyal medya platformlarını sınıflandırmak çok kolay olmasa da ana bir şablon çıkarılabilir. Sosyal medya platformları bloglar, mikrobloglar (Twitter gibi), internet forumları (Google Grupları gibi), inceleme ve değerlendirme siteleri (Yelp gibi), sosyal haber ve sosyal işaretleme siteleri (Digg, Pinterest gibi), sosyal ağ kurma siteleri (Facebook, LinkedIn gibi) ve sanal dünyalar (Second Life gibi) olmak üzere sekiz ana başlık altında toplanabilir (Yaylak, 2017). En bilinen sosyal medya araçları arasında Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal ağ siteleri, video paylaşmak amacıyla kullanılan Youtube, Vimeo, Dailymotion; fotoğraf paylaşmak amacıyla kullanılan Picasa ve Flickr, yer bildirimi amacıyla kullanılan Swarm, sosyal arama için kullanılan Google, Yahoo, Yandex; kısa videoların paylaşılması amacıyla oluşturulan Vine ve Scorp yer almaktadır (Yılmazsoy, 2018).

Sosyal medya iletişime büyük bir ivme kazandırmıştır. Sosyal medyanın çift taraflı iletişim ve etkileşim özelliğine sahip olması, kullanıcıların kendilerini daha rahat hissedebilecekleri bir alanda kişisel alanlarını genişletebilme olanağına sahip olmaları, aktif katılım, dönüt alıp verme sürecini bireylere sunması bu ilerlemenin sebepleri arasındadır (McLoughlin ve Lee, 2007). Sosyal medya sitelerinin öne çıkan özellikleri

arasında içerik paylaşımı için uygun bir ortam olması, sosyal medya platformları sayesinde sosyal etkileşimin gelişmesini sağlaması, sosyal medya kullanıcılarının içeriği oluştururken paylaşım dağıtılabilmesi, üretilen ve paylaşılan içeriklerin diğer ağlara bağlantı olarak aktarılabilmesi ve sosyal medya kullanıcılarının aktif katılımı kullanıcıların kendilerine ait hesaplarıyla yapıyor olmaları sosyal medyanın öne çıkan özellikleri arasındadır (Lietsala ve Sirkkunen, 2008).

Sosyal medya bu özelliklerinin yanı sıra aşağıda belirtilen bazı özelliklere de sahiptir (Mayfield, 2008). Bunlar:

1. Katılım: Sosyal medya ilgilenen her kullanıcının katkılarını ve geri bildirimlerini teşvik eder. Medya ile kullanıcı arasındaki çizgi sosyal medyada bulanıklaşır.
2. Açıklık: Sosyal medya uygulamalarının neredeyse hepsi geri bildirim verme ve kullanıcı katılımına açıktır. İçerik erişiminin önünde nadiren engeller vardır.
3. Konuşma: Geleneksel medya ile yeni sosyal medyanın en önemli farkı çift taraflı iletişime olanak vermesidir.
4. Topluluk: Sosyal medyada topluluklar hızlı bir şekilde oluşur ve etkili bir şekilde iletişim kurulmasına olanak verir. Topluluklar ortak bir ilgi çerçevesinde ilgi alanlarını paylaşır.
5. Bağlanabilirlik: Sosyal medya sunduğu yenilikler ve imkânlarla farklı sitelere de aynı anda geçebilme imkânı tanımaktadır. Sosyal medya kullanıcıları hesaplarında herhangi bir şey paylaşırken bir başka sitenin linkini de verebilmektedir.

Sosyal medyanın düşük maliyetle kullanılabilmesi, erişimin kolay olması, maliyetinin az olması, kullanımının kolay ve mekâna bağlı olmaması sosyal medyanın avantajları arasında gösterilebilir. Kullanıcılar her an her yerde ağ üzerinden haberleşmeyi sağlayabilirler. Sosyal medyada iletişim görüntü, metin ve ses aracılığıyla gerçekleşirken, zaman ve mekân açısından günlük hayattaki birçok kısıtlamayı ortadan kaldırmıştır. Böyle bir araç dolayısıyla kullanıcının kendi mahrem dünyasından çıkmadan diğer dünyalara açılmasına imkân vermiş ve katılımcıları iletişim kurma yönünde cesaretlendirmiştir. Sosyalleşmenin giderek farklılaştığı bu alanda günlük

hayattaki kısıtlamalardan ziyade özgürlük duygusu ve çevrimiçi ortamdaki statü değişimlerinin kolayca göz ardı edilmesi sosyal medyanın en önemli özelliği olarak karşımıza çıkmaktadır (Özdemir, 2012). Sosyal medya sürekli güncellenebilir, sanal paylaşımına açık ve çoklu kullanıma uygun bir ortam olduğu için bireyler bu mecrada fikirlerini paylaşır, bu fikirler ve düşünceler üzerine tartışmakta ve yeni düşünceler ortaya koymaktadırlar. Kişisel bilgilerin yanı sıra çeşitli fotoğraf ve videolar paylaşır, iş arayabilir ve bulunabilir bir ortam olduğu için gerçek dünya sanal ortamda yaşanabilmektedir. Dolayısıyla bu ortam günbegün dikkatlerin yoğun olarak toplandığı bir alan haline gelmekte ve yenilenen sanal dünyaya da kavramsal bir çerçeve getirmektedir (Vural ve Bat, 2010).

#### 2.1.2. Dünyada sosyal medya kullanımına dair veriler

Dünya nüfusu Birleşmiş Milletler Nüfus Fonu tarafından 2019 yılında 7,71 milyar olarak ilan edilmiştir (BM, 2019). We are Social ve Hootsuite'in 2020 yılında yayımlanmış olduğu veriler aşağıda tablolar halinde verilmektedir (WeareSocial, 2020). We are Social verilerine göre ise dünya nüfusu 7,75 milyardır ve bu sayı kentsel nüfusa oranlandığında nüfusun %55'ine denk düşmektedir. Dünya nüfusunun sadece 5,19 milyarı cep telefonu kullanıcılarını, 4,54 milyarı internet kullanıcılarını ve 3,80 milyarı aktif sosyal medya kullanıcılarından bir araya gelmektedir (Tablo 2.1.).

**Tablo 2.1. Küresel dijital veriler**

| <b>Küresel Dijital Veriler</b>                    |             |
|---------------------------------------------------|-------------|
| <b>Dünya Nüfusu</b>                               | 7,75 milyar |
| <b>Toplam Cep Telefonu Kullanıcı Sayısı</b>       | 5,19 milyar |
| <b>Toplam İnternet Kullanıcı Sayısı</b>           | 4,54 milyar |
| <b>Toplam Aktif Sosyal Medya Kullanıcı Sayısı</b> | 3,80 milyar |

Dünyada internet kullanım istatistiklerine bakıldığında internet kullanıcılarının sayısı 4,54 milyardır. Bu rakam dünya toplam nüfusuna oranlandığında nüfusun % 59'u

internet kullanıcılarından oluşmaktadır. Kullanıcılar bir günde 6 saat 43 dakika interneti kullanmaktadırlar (Tablo 2.2.).

**Tablo 2.2.** Dünyadaki internet kullanıcılarına genel bakış

| <b>Dünyada İnternet Kullanım İstatistikleri</b> |                  |
|-------------------------------------------------|------------------|
| <b>İnternet Kullanıcılarının Sayısı</b>         | 4,54 milyar      |
| <b>Toplam Nüfusa Oranı</b>                      | 59%              |
| <b>Bir Günde İnternette Geçirilen Süre</b>      | 6 Saat 43 Dakika |

Dünyada toplam aktif sosyal medya kullanıcılarının sayısı 3,80 milyardır. Bu sayı kentsel nüfusun % 49' unu oluşturmaktadır. Sosyal medya kullanıcılarının 3,75 milyarı sosyal medyaya giriş yaparken cep telefonlarını kullanırken bu sayı toplam kullanıcıların %99'unu oluşturmaktadır (Tablo 2.3.).

**Tablo 2.3.** Dünyadaki sosyal medya kullanıcıları

| <b>Dünyadaki Sosyal Medya Kullanıcı İstatistikleri</b>                                                    |             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>Aktif Sosyal Medya Kullanıcı Sayısı</b>                                                                | 3,80 Milyar |
| <b>Kentsel Nüfusa Oranı</b>                                                                               | 49%         |
| <b>Sosyal Medyaya Cep Telefonları İle Giriş Yapan Kullanıcı Sayısı</b>                                    | 3,75 Milyar |
| <b>Sosyal Medyaya Cep Telefonları İle Giriş Yapan Kullanıcı Sayısının Toplam Kullanıcı Sayısına Oranı</b> | 99%         |

Dünyada en çok kullanılan sosyal medya platformu 2020 verilerine göre 2,44 milyar kullanıcısıyla Facebook'tur. Araştırma sonuçlarına göre Facebook'u 2 milyar kullanıcısıyla Youtube izlemektedir. WhatsApp bu araştırmada en çok kullanılan sosyal medya platformu olarak üçüncü, Facebook Messenger dördüncü ve WeChat beşinci olarak yer almaktadır (Tablo 2.4.).

**Tablo 2.4.** Dünyada En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

| <b>Dünyada En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları</b> |
|------------------------------------------------------------|
|------------------------------------------------------------|

|                           |             |
|---------------------------|-------------|
| <b>Facebook</b>           | 2,44 milyar |
| <b>Youtube</b>            | 2,00 milyar |
| <b>WhatsApp</b>           | 1,60 milyar |
| <b>Facebook Messenger</b> | 1,30 milyar |
| <b>We Chat</b>            | 1,15 milyar |

### 2.1.3. Türkiye’de sosyal medya kullanımına dair veriler

We are Social ve Hootsuite’in 2020 de yaptığı araştırma raporuna bakıldığında Türkiye’de sosyal medya kullanımı ve sosyal medya platformları hakkında edinilen bilgiler dolayısıyla şaşırtmamaktadır. 2019 Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi (ADNKS) ’ne göre Türkiye nüfusu 83 milyon 154 bin 997 kişidir (AA, 2020). We Are Social 2020 Ocak verilerine göre Türkiye nüfusu 83.88 milyondur ve bu sayı kentsel nüfusun %75 ini oluşturmaktadır. Nüfusun 77.39 milyonu cep telefonu bağlantılarını, 62.07 milyonu internet kullanıcılarını ve 54 milyonu aktif sosyal medya kullanıcılarını oluşturmaktadır (Tablo 2.5.).

**Tablo 2.5. Türkiye dijital verileri**

| <b>Türkiye Dijital Verileri</b>                   |              |
|---------------------------------------------------|--------------|
| <b>Türkiye Nüfusu</b>                             | 83,88 milyon |
| <b>Toplam Cep Telefonu Kullanıcı Sayısı</b>       | 77,39 milyon |
| <b>Toplam İnternet Kullanıcı Sayısı</b>           | 62,07 milyon |
| <b>Toplam Aktif Sosyal Medya Kullanıcı Sayısı</b> | 54 milyon    |

Türkiye’de sosyal medyaya genel olarak bakıldığında aktif sosyal medya kullanıcılarının sayısı 54 milyondur. Bu kullanıcı sayısı toplam nüfusla karşılaştırıldığında nüfusun %64’ü sosyal medyayı kullanmaktadır. Nisan 2019 ile Ocak 2020 arasında sosyal medya kullanıcı sayısı 2.2 milyon kişiyle artmıştır. Mobil üzerinden sosyal medyaya erişim sağlayan kullanıcı sayısı ise nüfusun %99’udur (Tablo 2.6.).

**Tablo 2.6.** Türkiye’de sosyal medyaya genel bakış

| <b>Türkiye’deki Sosyal Medya Kullanıcı İstatistikleri</b>                                                 |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Aktif Sosyal Medya Kullanıcı Sayısı</b>                                                                | 54 milyon  |
| <b>Sosyal Medya Kullanıcılarının Toplam Nüfusa Oranı</b>                                                  | 64%        |
| <b>2019 Nisan - 2020 Ocak Arasında Sosyal Medyaya Katılan Kullanıcı Sayısı</b>                            | 2,2 milyar |
| <b>Sosyal Medyaya Cep Telefonları İle Giriş Yapan Kullanıcı Sayısının Toplam Kullanıcı Sayısına Oranı</b> | 99%        |

Türkiye’de 16 ile 64 yaş arasındaki sosyal medya kullanıcılarının yüzde 96’sı geçen aylarda sosyal ağ ve sosyal mesajlaşma uygulamalarını ya kullandı ya da ziyaret etti. Sosyal medyaya aktif olarak katılanların sayısı geçen aylarda %88 ve sosyal medyada günlük olarak 2 saat 51 dakika harcanmaktadır (Tablo 2.7.).

**Tablo 2.7.** Türkiye’de sosyal medya davranışları

| <b>Türkiye’deki Sosyal Medya Kullanıcılarının Hareketleri</b>                             |                  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| <b>Sosyal Ağ Mesajlaşma Servislerini Kullanan Kullanıcı Sayısının Toplam Nüfusa Oranı</b> | 96%              |
| <b>Sosyal Medyayı Aktif Kullanan Kullanıcı Oranı</b>                                      | 88%              |
| <b>Aktif Kullanıcıların Sosyal Medyada Geçirdikleri Süre</b>                              | 2 Saat 51 Dakika |
| <b>Sosyal Medya Üzerinden Çalışan İnternet Kullanıcılarının Oranı</b>                     | 44%              |

We are Social 2020 Ocak verilerine göre ise Türkiye’de internet kullanımı 62 milyondur. Bu oran yüzdelik olarak nüfusun %74 ünü oluşturmaktadır. Türkiye’de her internet kullanıcısı ortalama olarak bir günde 7 saat 29 dakika interneti kullanmaktadır (Tablo 2.8.).

**Tablo 2.8.** Türkiye’de internet kullanımı

| <b>Türkiye’de İnternet Kullanım İstatistikleri</b> |                  |
|----------------------------------------------------|------------------|
| <b>İnternet Kullanıcılarının Sayısı</b>            | 62,07 milyon     |
| <b>Toplam Nüfusa Oranı</b>                         | 74%              |
| <b>Bir Günde İnternette Geçirilen Süre</b>         | 7 Saat 29 Dakika |

Türkiye’de 16 ile 64 yaş arasında kullanıcıları bulunan internet aşağıdaki infografikte belirtildiği gibi internet kullanıcıları tarafından bir günde 7 saat 29 dakika kullanılmaktadır. Bu zaman diliminin ortalama 2 saat 51 dakikasını sosyal medya oluştururken kalan kısmını televizyon izlemek, müzik dinlemek ve oyun oynamak oluşturmaktadır (Tablo 2.9.).

**Tablo 2.9.** Türkiye’de medyada bir günde geçirilen zaman

| <b>Türkiye’de Medyada Bir Günde Geçirilen Zamana Dair İstatistikler</b> |                  |
|-------------------------------------------------------------------------|------------------|
| <b>Bir Günde İnternette Geçirilen Süre</b>                              | 7 Saat 29 Dakika |
| <b>Sosyal Medyada Geçirilen Süre</b>                                    | 2 Saat 51 Dakika |
| <b>Televizyon İzleyerek Geçirilen Süre</b>                              | 3 Saat 4 Dakika  |
| <b>Müzik Dinleyerek Geçirilen Süre</b>                                  | 1 Saat 21 Dakika |
| <b>Oyun Oynayarak Geçirilen Süre</b>                                    | 58 Dakika        |

İnternet kullanım araçlarına bakıldığında ise Türkiye’de nüfusun %74.8 ‘i cep telefonlarını kullanırken, %24.3 ‘ü dizüstü ve masaüstü bilgisayarları, %0.9 ‘u tablet bilgisayarları ve %0.03’ü diğer araçları kullanmaktadır (Tablo 2.10.).

**Tablo 2.10.** Türkiye’de web trafiğinin cihazlara göre dağılımı

| <b>Türkiye’de Web Trafiğinin Cihazlara Göre Dağılım Oranları</b> |        |
|------------------------------------------------------------------|--------|
| <b>Cep Telefonları</b>                                           | 74,80% |
| <b>Dizüstü ve Masaüstü Bilgisayarlar</b>                         | 24,30% |

|                      |       |
|----------------------|-------|
| <b>Tablet</b>        | 0,90% |
| <b>Diğer Araçlar</b> | 0,03% |

Türkiye’de mobil internet kullanıcılarının sayısı 58.23 milyondur. İnternet kullanıcıları içinde mobil internet kullanıcılarının oranı %94 ‘tür. Bu sayının %93 ‘ü akıllı telefonları kullanırken, %2’si özellikli telefonları kullanmaktadır. Mobil araçlarla internet kullanımı ortalama olarak 4 saattir (Tablo 2.11.).

**Tablo 2.11.** Türkiye’de mobil internet kullanımı

| <b>Türkiye’de Mobil İnternet Kullanımına Dair İstatistikler</b>     |              |
|---------------------------------------------------------------------|--------------|
| <b>Mobil İnternet Kullanıcı Sayısı</b>                              | 58,23 milyon |
| <b>İnternet Kullanıcılarının Mobil İnternet Kullanıcılara Oranı</b> | 94%          |
| <b>Akıllı Telefonlarla Mobil İnternet Kullananların Oranı</b>       | 93%          |
| <b>Özel Akıllı Telefonlarla Mobil İnternet Kullananların Oranı</b>  | 2%           |
| <b>Mobil Araçlarla Ortalama İnternet Kullanım Süresi</b>            | 4 Saat       |

Türkiye’de mobil uygulamaların indirilme sıralamasına bakıldığında ise birinci Whatsapp Messenger, ikinci Instagram ve üçüncü olarak Facebook Messenger yer almaktadır. Facebook ise en çok indirilen uygulamalar arasında beşinci sırada yer almaktadır (Tablo 2.12.).

**Tablo 2.12.** Türkiye’de mobil uygulamaların indirilme sıralaması

| <b>En Çok İndirilen Mobil Uygulamalar</b> |                    |
|-------------------------------------------|--------------------|
| <b>1.</b>                                 | WhatsApp Messenger |
| <b>2.</b>                                 | Instagram          |
| <b>3.</b>                                 | Facebook Messenger |
| <b>4.</b>                                 | Tiktok             |
| <b>5.</b>                                 | Facebook           |

Sosyal medya ortamlarının bilinirliğinin arttıran ve kullanıcı sayısının büyük rakamlarla ifade edilmesini sağlayan husus sosyal medyanın iletişim ve bilgi paylaşımının yanı sıra bireylerin bu ortamda kendilerini rahat ifade edebilmeleri, kendileriyle benzer ilgi ve ihtiyaçlara sahip bireylerle bir araya gelmeleri olarak ifade edilebilir. Dolayısıyla bilinirliği ve kullanıcı sayısının yüksek olduğu bu mecraların eğitim ve öğretim süreçlerinde kullanılır olması kaçınılmazdır (Özer, 2019).

Gelişmiş toplumlarda bireyler bir günde serbest zamanlarının beş ile yedi saati arasını yayın ağları, internet ve telefon ile geçirmektedirler. Ancak bu zaman dilimine işe ve okula ayrılan zaman dilimi de eklenmelidir. Bireylerin sosyal medya paylaşımları incelendiğinde mesajlaşma (SMS), blog tutma, anlık mesajlaşma, e-posta yazışmaları, sosyal paylaşım siteleri (SPS) ve sohbet odalarında geçirilen zaman da buna eklenebilir. Her ne kadar bireyselleşme ve teknoloji ile donatılan daha minimal haneler ortaya çıkıp bizi diğerlerinden daha özgür yapsa da daha az sosyal insanlar haline getirmemiştir (Dijk, 2018). Sosyal medyayla birlikte kültürler, toplumlar ve bireyler arasında iletişim ve etkileşim üst düzeylere çıkmakla kalmamış ilişkiler daha çok karmaşık hale gelmiştir. Bireyin hem içeriği ürettiği hem de iletişimi doğrudan gerçekleştirebilmesine olanak sağlayan sosyal medya diğer dijital ortamlarla kıyaslandığında çok daha etkilidir. Tüm bunların yanında bu ağlarda büyük çapta sosyal ilişkiler kurabilme olanağının olması sosyal medyayı çok kısa zamanda büyüten önemli bir nedendir (Uluç ve Yarcı, 2017).

#### 2.1.4. Sosyal ağlar

Boyd ve Ellison (2007), kullanıcı bilgilerinin açık veya kısmen açık olduğu sınırları çizilmiş bir sistemde, bağlantılı olarak yer edinen kullanıcıların listelendiği ve aralarında mesaj, e-posta, video, dosya ve sesli sohbet paylaşımları bulunan web tabanlı hizmetleri sosyal ağ olarak tanımlarken Staples (2009) ise sosyal ağları bireylerin geçmişte ya da şimdide ortak bir ilgi ve amaç doğrultusunda karşılıklı etkileşim kurdukları kullanıcıları içeren bir insan grubu şeklinde tanımlamıştır. Bir başka tanımda ise sosyal ağ haberlerin, etkinliklerin, videoların ve fotoğrafların paylaşıldığı ortak ilgi

alanlarına sahip bireylerin bir araya gelerek oluşturdukları çevrimiçi bir topluluk olarak tanımlanmaktadır (Faizi, El Faia ve Chiheb, 2013). Başka bir ifadeyle bireylerin interneti kullanarak karşılıklı olarak etkileşime girmeleri sosyal medya sistemini oluştururken bireylerin etkileşime girmek amacıyla kullandıkları her bir web sitesi sosyal medya ya da sosyal ağ sitesi olarak tanımlanabilir (Sarıdaş, 2017). Özetle sosyal ağ kavramı, ortak bir ilgi ya da amaç etrafında bir araya gelen bireylerin kullanıcı bilgilerinin açık ya da kısmen açık olduğu bir sistem içinde her türlü görsel-işitsel medya ve etkinlik paylaşımına olanak sağlayan ve karşılıklı etkileşimi olanaklı kılan web tabanlı bir çevrimiçi topluluk olarak tanımlanabilir.

Bireylerin bireysel veya profesyonel ağlarını oluşturduğu sosyal ağlar gündelik hayatımızda git gide önem kazanmaktadır. Kullanıcılar bu iletişim ortamlarının sunduğu tüm özelliklerden yararlanıp sürekli paylaşım yapmaktadırlar (Öztürk ve Talas, 2015). Sosyal ağ ortamlarında kullanıcıların karşılıklı olarak iletişim ve etkileşim sürecine girmesi, bu ortamlarda işbirliği ile çalışma, aktif katılım ve dönüt alıp verme sürecinin oluşması ve bireylerin kendilerini rahat hissettikleri bu ortamda kişisel alanlarını yaratmaları sosyal ağların en temel özellikleri arasındadır (Lee ve McLoughlin, 2007). Pettenati ve Ranieri (2006) bireylerin sosyal ağa katılmalarının temelinde değerlendirme ve paylaşım özelliklerinin olduğunu vurgulamışlardır. Sosyal ağların genel özelliklerini Özkan ve McKenzie (2008) ise şu maddelerle özetlemişlerdir;

1. Sosyal ağlar bünyesinde barındırdığı hizmetlerle kullanıcıların etkileşimini kolaylaştırır ( anlık mesajlaşma, video, fotoğraf ve dosya paylaşımı, sohbet, e-posta gibi)
2. Sosyal ağlarda bireyler kolaylıkla arkadaşlarını bulabilir ve kendileri ile ortak ilgi ve amaçlara sahip bireylerle topluluklar oluşturabilirler.
3. Sosyal ağlar bireylerin kendi profillerini oluşturarak sosyal ağlarını oluşturmalarını sağlar.
4. Sosyal ağların büyük bir kısmı ücretsizdir.
5. Kullanıcılardan gelen geri bildirimlerle kendilerini geliştiren ve yeni özellikler ekleyen sosyal ağlar içerik geliştirme hizmetleriyle bireylerin paylaşımlarını çeşitlendirmelerini sağlar.

6. Sosyal ağlarda bireyler kendi profilleri için gizlilik ve erişim ayarlarını kendileri oluştururlar.

Çevrimiçi toplulukların ilgi görmesiyle birlikte dünya üzerinde farklı dil seçeneklerini bünyesinde barındıran 200'ün üzerinde sosyal ağ sitesi mevcuttur ve bu siteler varlıklarını kullanıcıların içerik oluşturmasıyla zenginleştiren bir ortama sahiptirler (Tredinnick, 2006). Facebook, Twitter, Youtube, Pinterest, LinkedIn, Myspace ve Viadeo gibi sosyal ağlar insanları bir araya getiren ve karşılıklı etkileşimlere e-posta ve anlık mesajlaşmalar yoluyla girmelerini sağlayan, internet tabanlı çevrimiçi topluluklardan oluşmaktadır. Bu sosyal ağlar sosyal siteleri, wikileri, iş sektörü için hazırlanmış profesyonel siteleri, fotoğraf paylaşım sitelerini, video paylaşım sitelerini, blogları vb. kapsar (Vural ve Bat, 2010; Afşin, 2019). SmilarWeb'in 2020 yılında en çok kullanılan web sitesi oranlarına bakıldığında ilk sırada "youtube.com" yer almaktadır. Bu sıralamayı ikinci olarak "facebook.com", üçüncü olarak ise "twitter.com" izlemektedir (SimilarWeb, 2020). We are Social 2020 Ocak ayı verilerine bakıldığında ise 2 milyar 44 milyon kullanıcısıyla Facebook dünyada en çok kullanılan sosyal medya platformları arasında birinci sırada yerini almaktadır.

Sosyal paylaşım ağları günümüzde zaman ve mekân açısından sosyalleşmenin tamamlayıcı bir etmeni haline gelmiştir. Sosyal paylaşım ağları vasıtasıyla insanların birbiriyle iletişim kurması ve etkileşime geçmesi bireylerin bazı davranışlarının ve alışkanlıklarının değişmesinde etkili olmuştur. Birçok alanda avantajlarını gösteren sosyal ağlar eğitim içinde birçok faydasını göstermektedir. Sosyal ağlar öğretmenlerin öğretim süreçlerini desteklerken öğrenci-içerik-öğretmen bağlamında da etkileşimi arttırmakta ve öğrencilerin becerilerini geliştirmelerine yardımcı olmaktadır. Sosyal ağlar insanların bir araya gelmesiyle çeşitli öğrenme ve öğretme ortamları oluşmasına zemin hazırlarken, kullanıcıların bireysel gelişimleri ve dijital kimlikleri ile de bu topluluklarda var olmasını sağlar. Topluluklarda bireylerin benzer sorunlar ya da amaçlar çerçevesinde bir araya gelmesiyle etkileşim daha güçlü bir şekilde meydana gelmektedir. Bu durum neticesinde öğrenme daha hızlı gerçekleşirken daha kalıcı bir nitelik kazanmaktadır (Özmen, Aküzüm, Sünkür ve Baysal, 2011). Sosyal ağ kullanıcılarının büyük bir kısmının öğrencilerden oluştuğu göz önüne alındığında

öğrencilerin aktif olarak katıldığı ve içeriği birlikte ürettikleri sosyal ağlarla öğrencilerin öğrenme konusundaki hedefleri ve gereksinimleri desteklenebilir (Faizi ve diğerleri, 2013; McLoughlin ve Lee, 2007).

Son zamanlarda ülkemizde yapılan bazı çalışmalara bakıldığında da sosyal medyanın ve sosyal ağların eğitimde kullanılmasıyla ilgili çalışmaların birçok avantaj sağladığı yönünde bulgular mevcuttur. Bu çalışmalar incelendiğinde sosyal ağların çağın bir gerekliliği olduğu, işbirliğine dayalı çalışmaların bu platformlarda desteklendiği, kalıcı ve aktif öğrenmenin gerçekleştiği, bilgi ve deneyim paylaşımını sağladığı, basit, anlaşılır ve kişisel olması sebebiyle tercih edildiği, öğretmen-öğrenci iletişimini ve etkileşimini desteklediği ve öğrenenlerin dersle ilgili beklentilerini karşıladığı bulgularına ulaşılmıştır (Saykılı, 2014; Sarsar, Başbay ve Başbay, 2015; Yaylak, 2017; Arkan ve Yünter, 2018; Yokuş, 2018 ve Afşin, 2019). Sonuçta sosyal ağların etkileri göz önüne alındığında bazı düzenlemelerle etkili öğrenme ortamları yaratılabilir. Sosyal ağların bünyesinde grup aidiyeti, etkileşim, dönüt, bilgiye erişim kolaylığı, içeriğin üretilmesi ve paylaşım kolaylığı gibi öğrenme deneyimleri sayesinde sosyo-kültürel açıdan önemli avantajlar sunmaktadır. Sosyal ağların faydalarından yararlanmak amacıyla eğitsel olarak anlamlı tecrübeler sağlayacak etkinlikler hazırlanmalı ve sosyal ağların mesleki gelişim ve akademik amaçlarla nasıl kullanılacağı konusunda bireyler bilinçlendirilmelidir (Yokuş, 2018).

İnternetin gelişmesiyle birlikte insanların bilgiye erişim şekli değişmiş ancak bu değişim sadece bireyleri değil kurumları da etkilemiştir. Bütün kurumsal yapılar internetin sunduğu olanaklardan yararlanıp interneti bir veri kaynağı olarak görmektedir (Ergen, 2018). Bu verilerin Facebook, Twitter gibi sosyal ağlar aracılığıyla her geçen gün üretilmesi büyük oranda bir veri akışına sebep olmaktadır. Sosyal ağlarda üretilen içeriğin bir veri türü olarak internet tabanında açık olması durumu veri merkezlerine gerek bile duyulmadan analizlerinin yapılması ve bu verilerin rahatça toplanabilmesi anlamına gelmektedir (Seker, 2014). Facebook beğenileri, Twitter'da yapılan tweet paylaşımı, cep telefonları, akıllı duyargalar gibi türlü seçeneklerle kullanıcılar tarafından büyük veri üretilir ve bu verileri üreten kullanıcılar bu durumun farkında değildirler. Kullanıcılar tarafından internet tabanlı olarak üretilen veriler marka satışı ve

pazarlama, hukuk, psikoloji, reklamcılık ve siyaset alanlarında sıklıkla kullanılmaktadır. Ülkemizde sosyal ağ verileri sürekli bir biçimde bu alanların yanı sıra eğitim alanında da kullanılmaktadır. Bu verilerin kullanılmasıyla farklı sosyal ağların geliştirilmesi ve öğrencilerin hizmetine sunulması bu alanda yapılan çalışmaların sonuçları arasındadır. Bu durum ülkemizde sosyal verinin özümsemediği ve başarılı projelere ev sahipliği yaptığını göstermektedir (Demirci ve Sağıroğlu, 2017).

#### 2.1.5. Facebook

Harvard öğrencisi Mark Zuckerberg ve arkadaşları Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz ve Chris Hughes tarafından 4 Şubat 2004 tarihinde Harvard öğrencilerinin kullanması amacıyla kurulmuştur. “The Facebook” adıyla kullanıma açılan Facebook, insanların arkadaşlarıyla iletişim kurmasını sağlayan, bilgi alış verişini amaçlayan ve gruplara katılmasını olanaklı kılan çevrimiçi sosyal ağ yazılımı olarak tanımlanmaktadır. Harvard öğrencilerinden sonra Boston civarındaki tüm okullarda kullanılmaya başlanan Facebook daha sonra Ivy Ligi okullarını da içine almış ve ilk senesinde Amerika Birleşik Devletleri’nin tüm okullarında Facebook kullanılır hale gelmiştir. Üyeleri önceleri bahsi geçen okulların e-posta hesaplarıyla (.edu, .ac, .uk, vb.) üye olurken sonralarında bu ağın içine liselerin ve şirketlerin girmesiyle 11 Eylül 2006 tarihinde Facebook tüm e-posta adreslerine yaş sınırlaması getirmesiyle kısıtlamaya gitmiştir (Cassidy 2006; Gonzales ve Vodicka, 2010; Bostancı 2010 ve Afşin 2019). 2006 yılında “Mobil Facebook”, 2007 yılında Facebook reklam sistemi özelliği, 2008 yılında sohbet özelliği, 2009 yılında kullanıcılarının yazı, video ve fotoğrafları beğenebildiği “Like” özelliği, 2010 yılında kurumların kendi web sitelerini kurabilecekleri Open Graph API özelliği, 2011 yılında “Zaman Tüneli” özelliği, 2012 yılında “Dürtme” özelliği, 2014 yılında bugünkü sayfa tasarımını ve 2016 yılında “Canlı Yayın” özelliği ile Facebook bugünkü halini almıştır (Yılmazsoy, 2018). Bu özelliklerin yanında her geçen gün gelişmeye devam eden bir platform olarak dikkat çekmektedir.



sosyal ağ sitesi konumundadır (Göker, Demir ve Doğan, 2010; McLoughlin ve Lee, 2008 ve Kobak ve Biçer, 2008). We are Social ve Hootsuite'in yayınlanmış oldukları raporun istatistiklerine bakıldığında dünyada ve Türkiye'de Facebook kullanım oranları da bu bilgiyi doğrular niteliktedir. 2020 Ocak verilerine göre dünyada en çok kullanılan sosyal platformlar arasında yer alan Facebook yaklaşık 2,5 milyar kullanıcısıyla benzerleri arasında birinci sırada yer almaktadır (Tablo 2.13). Türkiye'de ise Facebook en çok kullanılan sosyal platformlar sıralamasında dördüncü sırada yer alırken aylık olarak en çok ziyaret edilen web siteleri arasında üçüncü sırada yer almaktadır (Tablo 2.14.ve 2.15.).

**Tablo 2.13. Dünyada en çok kullanılan sosyal medya platformları**

| <b>Dünyada En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları</b> |             |
|------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>Facebook</b>                                            | 2,44 milyar |
| <b>Youtube</b>                                             | 2,00 milyar |
| <b>WhatsApp</b>                                            | 1,60 milyar |
| <b>Facebook Messenger</b>                                  | 1,30 milyar |
| <b>We Chat</b>                                             | 1,15 milyar |

**Tablo 2.14. Türkiye'de en çok kullanılan sosyal medya platformları**

| <b>Türkiye'de Aktif Kullanılan Sosyal Medya Platformlarının Kullanım Oranları</b> |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Youtube</b>                                                                    | 92% |
| <b>Instagram</b>                                                                  | 84% |
| <b>WhatsApp</b>                                                                   | 83% |
| <b>Facebook</b>                                                                   | 82% |
| <b>Twitter</b>                                                                    | 58% |
| <b>Facebook Messenger</b>                                                         | 57% |
| <b>Skype</b>                                                                      | 31% |
| <b>Snapchat</b>                                                                   | 30% |
| <b>Linkedin</b>                                                                   | 30% |
| <b>Pinterest</b>                                                                  | 28% |

**Tablo 2.15. Türkiye'de en çok ziyaret edilen web siteleri**

| <b>Türkiye'de En Çok Ziyaret Edilen Web Siteleri (SimilarWeb)</b> |                      |                                      |
|-------------------------------------------------------------------|----------------------|--------------------------------------|
| <b>Web Site</b>                                                   | <b>Aylık Trafiği</b> | <b>Ziyaret Başına Geçirilen Süre</b> |
| <b>google.com</b>                                                 | 2,266,000,000        | 9 dakika 12 saniye                   |
| <b>youtube.com</b>                                                | 723,100,000          | 25 dakika 1 saniye                   |
| <b>facebook.com</b>                                               | 423,700,000          | 8 dakika 53 saniye                   |
| <b>google.com.tr</b>                                              | 219,100,000          | 8 dakika 15 saniye                   |
| <b>twitter.com</b>                                                | 193,900,000          | 10 dakika 57 saniye                  |
| <b>instagram.com</b>                                              | 169,800,000          | 8 dakika 46 saniye                   |
| <b>hürriyet.com.tr</b>                                            | 120,400,000          | 5 dakika 5 saniye                    |
| <b>sabah.com.tr</b>                                               | 113,500,000          | 2 dakika 32 saniye                   |
| <b>sözcü.com.tr</b>                                               | 111,100,000          | 7 dakika 36 saniye                   |
| <b>sahibinden.com</b>                                             | 102,600,000          | 11 dakika 31 saniye                  |

2020 Ocak verileri incelendiğinde Türkiye’de 37 milyon Facebook kullanıcısının olduğu ve bu sayının nüfusun %56’sına denk geldiğini söylemek mümkündür. Kullanıcıları arasındaki cinsiyet dağılımına bakıldığında ise Türkiye’deki Facebook kullanıcılarının %36,1’i kadın, %63,9 ‘u ise erkektir (Tablo 2.16.).

**Tablo 2.16.** Facebook Türkiye kitlesine genel bakış

| <b>Facebook Türkiye Kitlesine Genel Bakış</b>     |           |
|---------------------------------------------------|-----------|
| <b>Kullanıcı Sayısı</b>                           | 37 Milyon |
| <b>Kullanıcı Sayısının Türkiye Nüfusuna Oranı</b> | 56%       |
| <b>Kadın Kullanıcı Sayısı</b>                     | 36,10%    |
| <b>Erkek Kullanıcı Sayısı</b>                     | 63,90%    |

Facebook’un dünyadaki ve Türkiye’deki kullanıcı sayısının bu denli popüler olmasının ardında üyelerine sağladığı zengin içerikli ortam, çevrimiçi ve çevrimdışı sohbet özelliği, Facebook’un farklı uygulamalarla birlikte çalışabilmesi için mobil cihazlarla uyumlu olması, farklı dil desteğinin olması, çoklu paylaşım olanağı vermesi, grup kurma özelliği ile ortak ilgi alanlarına sahip bireylerle bir araya gelme fırsatının oluşmasını sağlaması gösterilebilir (Karademir ve Alper, 2011). Çeşitli etnik, politik,

dini, eğitsel, eğlence ve arkadaş edinmek amacıyla oluşturulan gruplarda sosyal yaşamda olduğu gibi aynı düşüncelere, ilgilere ve ihtiyaçlara sahip bireyler Facebook'un grup özelliğinden yararlanarak bir araya gelmekte ve etkileşimde bulunmaktadır. Bireyler bu ağ içerisinde bilgi, resim, fotoğraf, video ve ses paylaşımı yapabilir, yapılan paylaşımlara yorum bırakabilir ve paylaşımları beğenerek diğer kullanıcılarla etkileşime geçebilir, yer bildirimi yapılabilmesi özelliğiyle de aynı anda aynı yerde veya bölgede bulunan kişilerle daha kolay bir şekilde iletişime geçebilme olanağı sağlanmaktadır (Göker ve diğerleri, 2010).

Sosyal ağlardan biri olan Facebook'un ücretsiz ve kolay kullanılabilir olması özelliği Facebook'un birçok alanda yaygın olarak kullanılmasında etkili olmuştur. Sosyal ağların farklı alanlara adapte edilmesiyle birlikte eğitim alanında kullanılması kaçınılmaz bir hale gelmiştir. Kıcı ve Dilmen (2014) Facebook'un işbirlikçi öğrenme ve problem çözme becerilerini geliştirebileceğinden bahsetmişlerdir. Gonzales ve Vodicka (2010) ise yaptıkları araştırma sonucunda öğrenme ağları içerisinde Twitter'ın birinci, Facebook'un ise ikinci sırada yer aldığı sonucuna ulaşmışlardır. Eğitim amaçlı kullanılacak bu sosyal ağların kullanışlı, yararlı ve ücretsiz olması nedeniyle büyük bir öneme sahip olduklarına değinmişlerdir. Dijital ortamda yapılacak bilimsel çalışmalar için de Facebook zengin bir veri kaynağı oluşturmaktadır. Daha da önemlisi sanal bir saha çalışması alanı olarak öne çıkmaktadır.

## 2.2. Sosyal Medya ve Eğitim

Yazılım araçlarının genişletilmesi, geniş bant kullanılabilirliğinin artırılması, bilgisayarların ve mobil cihazların iyileştirilmesiyle birlikte teknolojik gelişmeler yaşanmış ve sosyal medya hızla büyümüştür. Sosyal medya kullanıcıları arasında öğretmenlerin ve öğrencilerin büyük bir paydaya sahip oldukları düşünüldüğünde sosyal medya hem öğrenme hem de öğretme yöntemlerini büyük oranda etkilemektedir. Sosyal medya öğretmen – öğrenci iletişimini arttırmış, etkileşimi kuvvetlendirmiştir. Sosyal medyanın öğrenci ve öğretmen etkileşiminin yanında öğretmenlerin meslektaşlarıyla buluşmaları, farklı fikirlere sahip bireylerin bir araya gelmesi ve öğrenci ve

öğretmenlerin ortak bir buluşma noktası olması eğitim açısından bir avantaj olmuştur (Faizi ve diğerleri, 2013). Buradan hareketle bu başlık altında sosyal medya eğitim ortamı ve mesleki gelişim aracı olarak iki ayrı başlık halinde irdelenecektir.

### 2.2.1. Eğitim ortamı olarak sosyal medya

Teknolojik gelişmelerle birlikte bilgiye erişimin artması ve kolaylaşması, küreselleşmeyle birlikte iş yaşamında yaşanan değişimler, iktisadi baskılar ve yaşam standartlarının değişmesi eğitim ve öğretimin geleneksel modelinin yetersizliğini kabul ettirmesine ve eğitimden beklenen hedeflerin değişmesine sebep olmuştur (Kardaş ve Yeşilyaprak, 2015). Eğitim ve öğretim süreçleri değişen teknolojinin etkisiyle sanal ortama evrilerek küresel bir hal almıştır. Sosyal medyanın eğitim sürecinde öğretmenler tarafından bir öğretim ortamı olarak kullanılması, öğrencilerin aktif katılımını geliştirmesi, eğitim ve öğretim sürecini geliştirmesiyle birlikte daha fazla kullanılmaya başlanması kaçınılmaz olmuştur (Tess, 2013). Bu değişimden etkilenen bireylerin bir araya geldiği kampüs, sınıf, laboratuvar, okul gibi mekânlar web araçlarının aracılık etmesiyle yerini internet destekli çevrimiçi ortamlara bırakmıştır. Bu şekilde eğitim ve öğretim süreçlerinde eğitim ortamı ve iletişim şekilleri radikal değişimler yaşamaya başlamış, ülkeler politikalarını çağın gereklerine uygun bir şekilde geliştirmeye devam etmiştir. Sonuçta sosyal medyanın eğitim sürecine adapte edilmesi etkileşimli alanları çoğaltması ve öğretmen – öğrenci etkileşimi yeniden yapılandırması sebebiyle faydalı ve etkilidir (Öztürk ve Talas, 2015; Toğay, Akdur, Yetişken ve Bilici, 2013).

Teknolojik gelişmelerin artmasıyla birlikte eğitim süreci de radikal bir değişim içine girmiştir. Eğitimde farklı öğrenme modellerinin, yaklaşımların ve becerilerin hem gelişmesine hem de değişmesine neden olan teknolojik gelişmeler e-öğrenme, uzaktan eğitim, ters-yüz edilmiş sınıf, harmanlanmış öğrenme, yaşam boyu öğrenme, informal öğrenme, işbirlikli öğrenme gibi öğrenme modellerinin ve yaklaşımlarının gelişmesine ve dönüşmesine zemin hazırlarken medya okuryazarlığı, dijital okuryazarlık gibi farklı becerileri de zorunlu kılmıştır. Sonuçta bu öğrenme modellerinin gerçekleşmesi ve

istenilen becerilerin eğitim sürecine uygun bir şekilde öğrencilere kazandırılması gerekmektedir. İçeriğin aktarılmasında, eğitim sürecine adapte edilmesinde, kaynaklara erişim sağlanmasında, öğrencilerin değerlendirilmesinde, hem öğretmenin hem de öğrencilerin aktif katılımı sağlamasında teknolojik aletlerin yanı sıra sosyal medya araçlarının da büyük rol üstlendiği söylenebilir. Kern ve Rubin (2012), eğitim sürecine çağın gereksinimlerini ve yaşanan gelişmeleri entegre edebilen yeni arayışların olduğuna dikkat çekerek “öğrenmenin geleceği” konusunda yaptıkları araştırmada formal ve informal eğitimin sadece okulda değil okul dışında da gerçekleşebileceğini, eğitime ayrılan maddi kaynağın yeniden düşünülerek daha az miktarda kaynağın harcandığı modellerin gelişeceğini, öğrencilerin bireysel öğrenmelerini gerçekleştirebilmek amacıyla çevrimiçi portfolyolar oluşturup kendi öğrenme süreçlerini organize edebileceğini, okul kavramının ve öğretmen rolünün yeniden düşünülmesi gerektiği üzerinde durmuşlardır. Geline süreçte baktığımızda Aralık 2019’da Çin’in Hubei eyaletinin başkenti Wuhan’da bulaşıcı bir hastalık olarak ortaya çıkan Covid-19 hastalığı yayılarak küresel bir hal almış ve dünya üzerinde ciddi sonuçlarını ortaya koymaya başlamıştır. Hastalığın kolay yayılmasıyla birlikte ciddi semptomlarının gözlenmesi ve ölümlerin artması ülkelerin de ciddi düzeyde önlem almaları gerektiğini göstermiştir. Okulların kapatılması ve örgün eğitime ara verilmesi de eğitim alanında alınan önlemler arasındadır. 28 Nisan 2020 itibariyle 1,292 milyar öğrencinin eğitimine ara verilmiş ve dünyadaki toplam öğrenci nüfusunun yaklaşık %73’ü bu salgından etkilenmiştir (UNESCO, 2020a). Salgınla birlikte ülkeler eğitim politikalarına yönelmiş, yeni stratejiler geliştirirken zaten var olan ama henüz yerini bulmayan dijital eğitime tam anlamıyla yönelmeye başlamıştır. UNESCO Covid-19 salgınıyla eğitime ara veren ülkelerin uzaktan eğitim sistemlerini kullanarak eğitime devam etmesi gerektiğini belirterek eğitimin dünya çapında ücretsiz platformlar ve uygulamalar ile sürdürülebileceğini öngörmüştür. Bu bağlamda Google Classroom, Moodle, Edmodo gibi dijital öğrenme yönetim sistemlerinin; Funzi, Cell-ed, Ubongo, Ustad Mobile gibi basit düzeydeki cep telefonlarıyla çevrimdışı eğitimi destekleyen sistemlerin; Coursera, Alison, EdX, Ted-Ed, Udemy gibi kitlesel çevrimiçi açık kursların (MOOC); Khan Academy, Youtube, British Council, Smart History gibi özyönelimli öğrenme içeriklerinin; Skype ve WhatsApp gibi canlı video iletişimini destekleyen platformların ve EdPuzzle, Trello, Kaltura, ThingLink gibi öğretmenlerin

dijital öğrenme içeriğini oluşturabilecek sosyal medya ve uygulama araçlarının öğrenciler ve öğretmenler tarafından kullanılabileceğini ifade etmiştir (UNESCO, 2020b).

Web 2.0 uygulamalarıyla birlikte öğrenciler dijital ortamlarda teknolojik eserlerle büyüme ve farklı deneyimler yaşamaktadırlar. Ağ ortamında büyüyen çocukları ve gençleri ifade etmek amacıyla Prensky tarafından dijital yerliler kavramı ortaya atılmıştır. Bu kavram bilgiye hızlı ulaşmak isteyen, grafikleri metinlere tercih eden, bir metni rastgele okumak isteyen, oyunları tercih eden, aynı anda birden fazla işi yapan ve keşfederek öğrenmeyi seven çocuk ve gençleri ifade etmektedir. Dijital yerli kuşağı bu özelliklerinden dolayı edinmek istediği bilgiyi çevrimiçi ortamlarda kendisi edinir ve hiç tanımadıkları kişilerle edindiği bilgiyi paylaşabilmektedir (Bilgiç, Duman ve Seferoğlu, 2011). Dijital yerli kavramının kapsamında öğrencilerin teknik herhangi bir destek almadan fikirlerini çevrimiçi ortamlarda paylaşımları, öğrencilerin birbiriyle ortak çalışmaları ve iletişim kurmaları Web 2.0 uygulamaları sayesinde (Smith ve Gallicano, 2015). Eğitim sürecinde öğrenciler görsel, işitsel vb. gibi farklı öğrenme stillerine sahip olabilirler. Böyle bir süreçte bireysel öğrenme farklılıkları eğitim ortamında sosyal medya araçlarının kullanılmasıyla geliştirilebilir. Web 2.0 teknolojileri ile animasyon ve simülasyon ortamlarında öğrenciler edilgen bir konumdan çıkarak eğitim sürecinin aktif bir üyesi haline gelmektedir (Akay, 2014). Bu uygulamaların sayesinde öğrenciler bilginin kaynağına kolay bir şekilde ulaşır ve kişisel öğrenme ihtiyaçlarını giderebilirler. Öğrenciler yaşlıları, öğretmenleri ve konu uzmanlarıyla bu ortamlarda buluşup, çeşitli grupları oluşturarak etkileşim içine girerler. Fikir paylaşımının olmasının yanı sıra farklı becerileri de kazandıran bu ortamlarda öğrencilerin daha aktif bir şekilde yer almaları beklenirken öğretmenlerin ise bu süreçte daha çok bilgiyi sosyal bir süreçte inşa etmesi beklenmektedir (Lau, 2018).

Yeni teknolojilerin eğitimde kullanılmaya başlanması eğitimcilerin de bu süreçte daha zengin yetiştirilmesini gerekli kılmaktadır. Öğretmen eğitiminde öğretmenlerin bu konuda zengin deneyimler yaşaması, eğitim sürecinde teknolojiyle harmanlanmış uygulamaların etkili kullanılması için gerekli olanakların yaratılması ve öğretmenlerin böyle bir sürece hazır hale getirilmesi önemlidir (Albion, 2008).

Kuşkusuz öğretmenlerin sosyal medya araçlarını kullanarak öğretim deneyimlerini zenginleştirilmesi eğitim ve öğretimin pedagojik alt yapısını değiştirecektir. Eğitimciler bu araçlar sayesinde esnek öğrenme biçimlerini öğrencilerine sunabileceklerdir (Devi, Gouthami ve Lakshmi, 2019).

McLoughlin ve Lee (2007), sosyal medya araçlarının eğitim sürecine sağlayacağı pedagojik yararları şu şekilde sıralamışlardır;

1. Bağlantısallık ve sosyal ilişki; MySpace, Facebook ve Friendster gibi sosyal ağ sitelerinin sosyal ve iletişimsel becerileri kazandırması ve katılımcı kültürü gerçekleştirdiği afinite alanları temsil etmeleri bireyleri bu ağlara çekerek kullanıcılar arasındaki bağlantıyı kolaylaştırmıştır. Bu ortamlar sayesinde gençler dijital okuryazarlık, informal öğrenme, yaratıcı ve anlamlı davranış kalıpları ve kimlik geliştirebilirler.

2. Bilginin işbirliği ile keşfedilmesi ve paylaşılması; Veri paylaşımının bazı uygulamalar aracılığıyla gerçekleştirilmesi (kişisel ve grup blogları aracılığıyla) ister uzman ister acemi olsun ortak ilgi alanlarına sahip bireyleri bir araya getirmektedir. Bireyler böyle bir ortamda hem birbirlerinden öğrenirler hem de sürekli zenginleşen bilgi kaynaklarına katkıda bulunurlar.

3. İçeriğin oluşturulması; Web 2.0 sayesinde bireyler kendi ihtiyaçlarını karşılayabileceği içerikleri oluşturabilir, paylaşabilir ve organize edebilir.

4. Bilginin sınıflanması ve içeriğin değiştirilmesi; Yeni eklenen içeriğin kolaylıkla takip edilmesini ve toplanmasını sağlayan RSS özelliğini bünyesinde barındıran sosyal medya uygulamalarıyla bilgi, öğrencilerin istediği zaman kullanıp istediği zaman tüketebileceği bir duruma gelmiştir.

## 2.2.2. Sosyal medya eğitim politikaları

Ülkemizde Millî Eğitim Bakanlığı'nın yayımlamış olduğu “Okullarda Sosyal Medya Kullanılması” konulu genelgede eğitim sürecinde okul genelinde veya sınıf özelinde yapılan paylaşımların kişisel verilerin korunması, cezai sorumluluğu, milli eğitimin genel amaçlarıyla uyuma ve istismar bağlamlarıyla ele alınmıştır. Mevzuat

hükümleri gereğince il, ilçe, okul ve kurum idarecilerinin okulda ya da kurumlarda görev yapan personellere ve öğrencilere dair görüntülerin, yazıların, videoların dijital ortamda yayılması hukuka aykırı olarak belirtilmiştir. Aksi halde yapılan paylaşımlar Anayasa, uluslararası sözleşmeler ve 1739 sayılı Millî Eğitim Temel Kanuna aykırı olduğu için Türk Ceza Kanunu'nda suç olarak düzenlenmiş ve gerekli yasal işlemlerin başlatılarak Millî Eğitim Bakanlığı tarafından takip edileceği ifade edilmiştir. Sonuçta öğrencilerin ve öğretmenlerin hakkı gözetilerek konu hakkında yasal bir önlem alınmış durumdadır (Millî Eğitim Bakanlığı (MEB), 2017/12). *Avrupa Okullarında Dijital Eğitim* başlıklı raporda Avrupa ülkelerinin dijital eğitim stratejilerine dair durumları yayımlanmıştır. Bu raporda sosyal medyanın okul yönetiminde kullanılabileceğine vurgu yapılarak ebeveynlerin, öğrencilerin ve öğretmenlerin sosyal medyada buluşabileceğine değinmişlerdir. Ancak raporda Türkiye'nin herhangi bir dijital eğitim stratejisinin bulunmadığı da vurgulanan noktalar arasındadır (EC, 2019). Amerika ve Kanada'da ise sosyal medyanın eğitimde kullanılmasına dair eyalet bazında yapılan bazı çalışmalar siber zorbalık etrafında toplanmaktadır. Amerika Victoria Eğitim Bakanlığı tarafından ortaokul düzeyinde eğitim gören öğrenciler için sosyal medyanın nasıl kullanılabileceği konusunda örnek bir etkinlikler dizisi yayımlanmıştır. Bakanlık sosyal medyayı sosyal ağ siteleri, video ve fotoğraf paylaşım web siteleri, bloglar, mikro bloglar, forumlar, tartışma panoları ve gruplar, vikisözler, Vod ve podcast'ler, video konferanslar ve web konferansları, e-posta ve anlık mesajlaşma olarak tanımlamış ve bu platformların eğitim ortamı olarak kullanılabileceğini belirtmiştir. Raporda sosyal medyanın eğitimde kullanılmasının yasal dayanakları belirtilmiş, sosyal medyada oluşturulan profillerde nelere dikkat edilmesi gerektiği açıklanmış ve eğitim ortamı olarak kullanımına dair uygun olan örnekler üzerinde durmuşlardır (PAL, 2020). Kanada British Columbia Eğitim Bakanlığı tarafından da siber zorbalığa önlem almak amacıyla sosyal medyanın eğitim bağlamı alternatif bir öğretim platformu olarak tanımlanmıştır. Yayımlanan raporda öğretmenler, öğrenciler, okul personelleri ve ebeveynler için genel kurallar yayımlanmıştır. Yayımlanan kurallar arasında öne çıkanlar aşağıda maddeler halinde verilmektedir;

- Öğrenciler ve öğretmenler çevrimiçi ortamda yaydıkları her türlü paylaşımın dijital bir ayak izi bıraktığının farkında olmalıdırlar. Öğrenciler ve öğretmenlerin yapacakları paylaşımlarla ilgili eleştirel düşünmeye teşvik edilmelidirler.
- Öğrencilerin sosyal medya platformlarını kullanırken sergiledikleri davranışlar okul ve sınıf değerlerini yansıtmalıdır. Çevrimiçi öğrenci davranışları sosyal medyada saygı çerçevesinde ilerlemelidir.
- Sosyal medya platformlarında bahsi geçen asgari kullanım yaşı öğrencilere aktarılmalı ve sözleşme kriterlerine uyum hem öğrencilerden hem de öğretmenlerden beklenmelidir.
- Öğretmenler öğrencilerin eğitim öğretim dönemi boyunca kullanabilecekleri ve ihtiyaçları olabileceğini düşündükleri sosyal medya platformlarını ve cihazları kendi kuralları çerçevesinde belirtmelidir.
- Sosyal medyada öğretmenlerin öğrencileriyle kişisel olarak değil sınıf grupları veya grup etkinlikleri vasıtasıyla etkileşime girmelidirler. Bu durumu daha sağlıklı bir şekilde oluşturmak amacıyla sosyal medya platformlarında öğretmenlerin okul tabanlı hesaplarının olması gerekmektedir.
- Ebeveynler sosyal medya platformlarının her geçen gün geliştiğini unutmamalıdır bu sebeple yeni uygulamalardan haberdar olmalıdırlar (BC, 2020).

Asya hükümetlerine gelindiğinde ise sosyal medya platformları eğitim ve turizm amacıyla sık sık kullanılmaktadır. Ancak çoğu alanda sosyal medyanın kullanılmasını amaçlayan Asya ülkelerinde eğitim alanında ulusal bir stratejiye sahip olunmadığı görülmektedir (Kuzma, 2010). Bu bilgilerden hareketle eğitimde sosyal medyanın bir ortam olarak kullanılmasına dair yapılan çalışmalar ülkelerin eğitim stratejilerinde yer almaya başladığını göstermektedir diyebiliriz. Ülkelerin sosyal medyanın eğitimde kullanılmasıyla ilgili yaptıkları çalışmaların yeni olması henüz ülkelerin eğitim politikasında yerini almadığı şeklinde yorumlanabilir.

### 2.2.3. Eğitim ortamı olarak Facebook

Sosyal paylaşım sitelerinde araştırmayı, sorgulamayı, öğrenmeyi, tartışma ve eleştirel düşünme becerilerini geliştirmek amacıyla her türlü işitsel-görsel medyayı ve

dosyayı paylaşmak, gündelik olayları ve haberleri takip etmek, kişileri eklemek veya gruplara üye olma yoluyla tartışma ortamlarına girmek eğitsel açıdan sosyal ağ sitelerinin faydalı olabileceğini göstermektedir (Albion, 2008).

Ucuz ve ücretsiz olan çevrimiçi platformlar sanal öğrenme ortamlarından hareketle sınıf içinde ve dışında bilgi paylaşımı ve öğrenme aracı olarak öğretmenler ve öğrenciler tarafından kullanılmaktadır. EdX, Mozilla, Khan Academy, Futurelearn, Udacity ve MOOC (Kitleli Çevrimiçi Açık Kurslar)'ların artan kullanımlarıyla bilgiye ve öğrenmeye erişim değişmeye başlamıştır. Facebook'un bu değişim sırasında öğrenim ve öğretim aracı olarak zenginleştirilmesi önemlidir. 2004 yılında kurulan Facebook'un her yaştan insanı iletişim ve bağlantı kurması amacıyla bir araya getiren bir platform olması kullanıcı sayısının gitgide artmasına neden olmuştur. 2013 yılına gelindiğinde Facebook'u kullanan kullanıcı sayısının 1,1 milyara yükselmesi Facebook'un öğrenme işlevleriyle zenginleştirilmiş bir araç haline gelmesini etkilemiştir. Dünyayı daha açık ve bağlantılı hale getirmeyi görev edinen Facebook bu amaç doğrultusunda eğitim ortamlarında Facebook'un bir araç olarak kullanılması gerektiğini fark ederek gençlerin öğrenme sonuçlarını daha çok iyileştirebilmek amacıyla okullar, kolejler ve üniversiteler ile birlikte çalışmaya başlamıştır. Bu çalışmalar sonucunda Facebook şirket olarak eğitim aracı olarak nasıl kullanılması gerektiği konusunda rapor yayımlamıştır. Bu rapor doğrultusunda formal eğitimde Facebook'un herhangi bir dersi desteklemek amacıyla Facebook grupları oluşturulması, akran eğitimini desteklemesi, fikir, video ve kaynak paylaşmanın bir aracı olması ve medyadaki güncel konular üzerine tartışmalar yürütülmesi şeklinde kullanılabileceğini; yaygın ve okul saatleri dışında ise Facebook'un, projeler ve diğer etkinlikler için kullanıcıların arkadaşlarından gayri resmi destek (beğeni) toplamaları, bir öğretmen topluluğu oluşturabilmeleri, öğrencilerin okulda veya kolejde kendilerini evlerinde hissetmelerini sağlamak ve dijital faaliyetleri oluşturmak amacıyla kullanılabileceğini belirtmişlerdir. Eğitimde Facebook gruplarının nasıl kullanılması gerektiğine de yer verilen raporda kaynak paylaşımının yapılmasıyla öğrencilerin bu gruplara yönlendirilebileceği, grupta tartışma yapılabileceği, dosya paylaşımı yapıldıktan sonra dosyaların kaç kişi tarafından görüldüğü gibi bilgilere ulaşılabilirken üye olmayanların göremeyeceği şekilde de grup gizlilik ayarları düzenlenebilir (EF, 2013).

MDR Eğitim Pazarlama Hizmetleri'nin yaptığı bir araştırmaya göre öğretmenlerin iletişim kurmak amacıyla sosyal ağ sitelerinden en fazla Twitter ve Facebook'u kullandığı, öğretmenlerin %71'inin bir günde kişisel olarak en fazla kullandığı sosyal ağ sitesinin Facebook olduğu ve Facebook öğretmen kullanıcılarının mesleki amaçlar çerçevesinde % 82'sinin Facebook'u kullandığına ulaşılmıştır (MDR, 2019).

Bu doğrultuda eğitim ve öğretimde grup ödevleri, ders duyuruları ve ders kaynaklarının paylaşıldığı bir platform olarak Facebook'un eğitim ve öğretimi destekleyecek şekilde kullanıldığı söylenebilir. Öğrenci ve öğretmenler derse kaynak olabilecek materyalleri, dosyaları, bağlantıları ve duyuruları Facebook'ta paylaşabilir; bu şekilde öğrenciler Facebook'u öğretmenlerinin sayesinde eğitim amaçlı kullanabilirler. Bu sayede sosyal medyanın zararlı etkilerinden öğrenciler biraz da olsa korunabilirler. Ayrıca bu durum öğrencilerin gruptaki diğer üyelerle iletişime geçmesini sağlayarak iletişim becerisini geliştirebilir (İşman ve Albayrak, 2014; Afşin, 2019). Öğrencilerin sosyal ağları öğrenme süreçlerine katmasıyla çevrimiçi topluluklarda bireysel akademik kimliklerinin gelişmeleri ve ağların sosyal boyutlarının sorgulaması ve eleştirel becerileri kazanmalarının önemli olduğu ifade edilmektedir (Özkan ve McKenzie, 2008). Bir başka üzerinde durulan nokta ise öğrencilerin Facebook ve Youtube gibi sosyal ağlarla kendi bireysel ve sosyal faaliyetlerini gerçekleştirebilmeleri dönüt ve sosyal öğrenme bağlamında bu uygulamalara olumlu bir nitelik kazandırdığıdır. Sosyal ağların öğrencilerin motivasyonlarını arttırarak daha aktif hale getirdiği göz önünde bulundurulmalı ve bu ağların eğitimde köklü değişikliklere yol açabileceği unutulmamalıdır (Talas ve Öztürk, 2015). Ancak internet gizliliği ve güvenliği gibi konular düşünüldüğünde çocukların bir birey olarak bu ortamda güvenliklerinin sağlanması gerekmektedir. Facebook, Instagram ve Twitter gibi sosyal ağlar 13 yaş altındaki bireylerin üyeliğini kabul etmemektedir. Bu durum düşünüldüğünde ülkemizde ilkokul ve ortaokul öğrencilerinin büyük bir kısmının bu platformları kullanmadığı sonucuna ulaşılabilir.

İçeriğin hem üretilmesi hem paylaşılmasına dayandırılan sosyal medya platformlarından Facebook öğrenciler ve öğretmenler tarafından eğitim ortamı olarak kullanılmasının yanı sıra öğretmenler tarafından mesleki dayanışma platformu olarak da kullanılmaktadır (Sarıdaş, 2017). Öğretmenlerin perspektifinden bakıldığında Facebook'un birçok avantajından bahsetmek mümkündür. Öğretmenler sosyal ağları yeni bakış açılarını takip etmek, veliler ile iletişimde olmak, öğrencilerin takibini yapabilmek, öğrencilere ödev vermek ve meslektaşlarına ulaşabilmek amacıyla kullanılmaktadırlar (Arkan ve Yünter, 2018). Öğretmenler yalnızca kendi branşlarına yönelik topluluklar oluşturup bu topluluklara istedikleri kişileri ekleyip, paylaşımları kontrol edebilirler (İşman ve Albayrak, 2014). Ders planlarını tartışmak, bir konuda destek almak, sorunları çözmek ve işbirliğini sağlayabilmek amacıyla bu topluluklarda iletişim kuran öğretmenler topluluklarda katılımcı bir misyon edinirler (Rutherford, 2010; Trust, 2012). Mesleki gelişim ve işbirliğini destekleyen Facebook'un not, doküman ve kaynak paylaşımına imkân vermesi ülke genelinde öğretmenlerin hem kendi zümresine ait notlara ve kaynaklara ulaşmasını kolaylaştırmakta hem de ülke genelinde birliği sağlamaktadır (Afşin, 2019). Öğretmenlerin bu ortamlarda bıraktıkları ayak izleri eğitim araştırmacıları için de önemli araştırma fırsatları içermektedir.

#### 2.2.3.1. Sosyal ağ toplulukları

Ortak bir amaç etrafında birlikte hareket eden bireylerin oluşturdukları grup ya da gruplara topluluk denilmektedir. Dijitalleşmeyle birlikte bireylerin günümüzde iletişim teknolojilerini kullanarak bir araya gelmeleriyle topluluklar farklı bir ortama evrilmiştir. Çoklu etkileşime imkân veren sosyal medya platformları sayesinde bireyler sanki bir köy kahvehanesinde bir araya geliyormuşçasına her yaştan insanla internet ortamında bir araya gelebilmektedir. Hatta internetin sayesinde bir araya gelmeden bireyleri tanıyıp, ilişkiler kurup, fikir alışverişinde bulunarak itiraz ve isyan edebilmektedirler. Bu tarz bir etkileşime giren insan sayısı zamanla artarak küçük ama nitelikli grupları oluşturmaktadır. Beraber hareket ederek birbirlerine ve gruplarına gönülden bağlı, gönüllü olarak grubun devamı için emek veren ve grubun üyesi olmaktan mutluluk duyan bireyler bir araya gelerek dijital sosyal toplulukları

oluşturmaktadırlar. Bu gruplar sosyal medyada bir araya gelirken kan bağı ya da fiziksel şartları dikkate alarak değil ilgi alanlarını, ortak amaçları, zevkleri, hayalleri, çıkarları ve korkuları nedeniyle sosyal grupları meydana getirmektedirler. Bunun bir sonucu olarak da grup kültürünün etkisinde davranışlar sergilemektedirler. (Varnalı, 2013; Deligöz, Kurnuç ve Ünal, 2019). Bu gruplar literatürde “sanal topluluklar” veya “sanal cemaat” adı altında da irdelenmektedir.

Ağlarla birbirine bağlı olan bilgisayarlar aracılığıyla bir araya gelen bu topluluklar kendilerine özgü sanal topluluklar oluşturmaktadır. Sanal topluluklarda bireyler aidiyet hissettikleri geleneksel topluluklardan edindikleri görüş, fikir ve değer yargılarını sanal ortama taşırlar ve kendilerine benzer bireylerle sanal bir mekânda buluşarak yaptıkları paylaşımlarla aidiyet duygusunu pekiştirmektedirler. Sanal ortamda meydana gelen etkileşimin hangi düzeyde sosyal olduğu tartışmaları devam etse bile bu ortamda nitelikli sosyal ilişkilerin meydana geldiği gerçeğini de yok etmemektedir. Zaman ve mekândan bağımsız olarak dağınık bir iletişim gerçekleşiyor olması iletişimin çevrimiçi yapılmasına ve ya internet üzerinden meydana gelmesine sebep olmaktadır. Çevrimiçi grupların sanal toplulukları meydana getirdiğini de unutmamak gerekir. Çevrimiçi grup üyeleri ortak kuralları, uygulamaları paylaşarak belli bir ahlaki standardın oluşmasını ve sürmesini aktif olarak sağlamış olurlar (Çiftçi, Erdem ve Çiftçi, 2017; Kimball ve Rheingold, 2000).

İletişim ağlarının sosyal medya üzerinden genişlemesi ve insanların iletişim ve sosyalleşme ihtiyacını bu sosyal ağlar üzerinden gidermeye başlaması sanal cemaatlerin çok ötesinde sanal yaşamı ve sanal kültürü meydana getirmektedir. Bu sanal yaşam, gerçek yaşamın ve kültürün alternatifi haline gelmiştir (Özdemir, 2012). Gerçek yaşamda bireyler sosyal veya ekonomik statülerle var olurken sosyal ağlar vasıtasıyla bu durum değişmiş ve sabit kimliklerin yerini değişen ve satın alınabilen kimlikler oluşturmaya başlamıştır. Sosyal medyanın kimlik üretiminde önemli bir rol üstlenmesi mobil teknolojilerin gelişmesiyle birlikte mekân ve zaman sınırlamasını ortadan kaldırmış, gerek kamusal gerekse özel alanda her zaman etkileşim imkânı tanımıştır. Bu durum sosyal medyanın dijital yaşamda öne çıkmasına neden olmuştur. Sonuçta yeni medya dolayimli iletişim türleri interneti, akıllı telefonları, i-podları ve daha fazlasını

anlatmakla kalmamış dijital kültür, ağ toplumu ve kullanıcı profil ilişkisine de değinerek kültürel dönüşümün kavramsal çerçevesini çizmeye başlamıştır (Güzel, 2016). Tarihe bakıldığında kültürel yeniliklerin toplumların ana akım kurallarına ve geleneklerine karşı mücadele eden gruplardan ve bu doğrultudaki sosyal devinimlerden meydana geldiği görülmektedir. Ancak sosyal medyanın bu durumu değiştirdiği de unutulmamalıdır. Sosyal medyanın uzak toplulukları bir ağa bağlamasıyla birlikte kültürlerarası etkileşim direkt olarak gerçekleşmeye başlamış ve bu durumun kültür üzerinde derin etkileri meydana gelmeye başlamıştır. Sosyal medya zaten var olan kültürel eğilimler üzerine yoğunlaşmış ve bu kültürel anlamlar yeniden üretilmeye başlanmıştır (Uluç ve Yarcı, 2017). İnsanların kullandıkları iletişim ortamlarının mekânsız ve sözleşmesiz hale gelmesi, mekânlardan bağımsız olarak yeni ilişkilerin ağlar üzerinden kurulması ve gündelik yaşamın her kesiminde zaman ve mekân sınırsızlığının olması dijital kültürü meydana getirmektedir. Dijitalleşmeyle birlikte bireyler internet üzerinden bulunduğu gerçek mekânı terk etmeden hızlıca farklı ortamları gezinebilir. Bu durum mekânların aşılamaz sanılan duvarlarının silikleşmesine sebep olmuştur (Medin, 2018). Toplulukların bir araya gelmesinin sınırlılığı kültürlerin de heterojen bir yapıda kalmasına sebep olmuştur. Ancak sosyal ağları kullanarak dijital ortamlarda bir araya gelen topluluklar sayesinde heterojen yapılar daha homojen bir yapı kazanmaya başlamış böylelikle farklı kültürlere ve bağlamlara sahip olan bireyler bir araya gelerek ortak bir kültür oluşturmuştur.

#### 2.2.3.2. Sosyal ağ topluluklarının özellikleri

Bilgiyi alan, okuyan, izleyen ve dinleyen bireyler Web 2.0 teknolojisiyle birlikte bilgiyi yorumlayan, bilgiyi yazan, bilgi veren ve eleştiren kullanıcılar olarak sosyal medyada geleneksel medyadaki rollerinin aksine bir duruş sergilemektedirler. Sosyal medya kullanıcıları olarak bireyler kendi içeriklerini üretip, üretilen içerikler hakkında da görüşlerini başkalarına aktarabilmektedirler. 1980'lerin başlarından 1990'ların sonlarına doğru doğan bireyler üreten tüketiciler olarak adlandırılması, sosyal medyada bireylerin her ne kadar tüketen rolünü üstlenmiş gibi görünse de üreten ve tanıtan rollerine de sahip olmalarının bir sonucudur (Çalışkan, 2019). Alvin

Toffler'ın üreten tüketiciyi “ürün ve hizmetleri kendisi üreten birey” olarak tanımlaması, sanayi sonrası toplumunu 3. Dalga toplumu olarak isimlendirmesi teknolojiyi ve bilgiyi güç olarak görmesinden ileri gelmektedir. İnsanların üretilen ürünlerin kalitesini yetersiz bulması, boş zamanlarını değerlendirme isteği, ürünlerin maliyetindeki artışın bireyleri kendi işlerini kendilerinin yapmaları gerektiğine itmesi üreten tüketici rollerini besleyen faktörlerdir (Alyakut, 2016). Sosyal ağlarda meydana gelen topluluklarda üreten tüketici rollerine katkıda bulunmaktadır. Birçok kişiye hızlı bir şekilde anında ulaşılabilmesi sayesinde sosyal medya platformlarıyla kamuoyu oluşturulabilmesi bu platformların öne çıkan özellikleri arasında yerini almaktadır (Çetin, 2019). Bu durumun en önemli nedeni ise sosyal ağ sitelerini kullanan bireylerin bu ağların temelinde işbirlikçi bir yapıyı teşvik etmesi ve bağlantılara izin vermesinden ileri gelmektedir. Bu şekilde sanal topluluklar çevrimiçi sosyal ağlarda bireyler tarafından inşa edilmektedir (Akar, 2010).

Sosyal ağ topluluklarının kendilerine ait değerlerinin olması ve dil geliştirmesi topluluk üzerinden üretilen bu değerlerin diğer topluluk üyelerine aktarılması da yine bu dil ve platform sayesinde olmaktadır. Sosyal ağlarda bireyler belirli bir amaç doğrultusunda topluluğun ihtiyaçlarını dikkate alarak hareket ettiği için öğrenme üzerinde de etkili olabileceğini unutmamak gerekir. Günümüzde sosyal ağların öğrenme amacıyla kullanılması informal öğrenme bakımından önemli görülmektedir (Yokuş, 2018). Ancak bireylerin bir araya gelmesiyle oluşan bu toplulukların süreç içerisinde bazı karakteristik özellikleri oluşturdukları dikkatten kaçmamalıdır. Sosyal ağ topluluklarının özellikleri konusunda birçok sosyal medya çalışmasında değerlendirmeler yapılmıştır. Bu tespitler incelendiğinde sosyal ağ topluluklarının ortak özellikleri olarak şu noktalar dikkat çekmektedir (Preece, 2000; Sicilia ve Palazon, 2008; Cassidy, Christie, Sinclair ve Skinner, 2008; Ofcom, 2008; Dedeoğlu ve Üstündağlı, 2011; Özdemir, 2012; Barab ve Duffy, 2012; Yokuş, 2018);

1. Sosyal ağ toplulukları ortak bir ilgi ya da amaç etrafında bir araya gelmektedirler.
2. Bu ortamda meydana gelen ilişkiler anlamlı, dinamik ve özelleştirilmiştir.

3. Sosyal ağ toplulukları iletişim, etkileşim ve katılım için fırsat sağlar.
4. Coğrafi olarak dağınık topluluklardır.
5. Zamanla gelişip büyürler.
6. Kendilerine özgü dilleri ve kuralları vardır. Bu kurallar yazılı veya yazısız olabilir.
7. Kendilerine özgü ortak bir kültürleri vardır.
8. Topluluğa üye olan bireyler zamanla bulundukları toplulukların ritüellerini benimseyerek kıdemli üyelerin yerlerini alırlar ve aktif üye olurlar.
9. Bireyler bu topluluklarda kimliklerini inşa ederler.
10. Sosyal ağ topluluklarını oluşturabilmek için kullanıcıların sosyal ağ profil sayfaları olmalıdır.

#### 2.2.3.3. Sosyal ağ topluluklarının türleri

Sosyal ağlar üzerinde meydana gelen topluluklar oluşum özellikleri bakımından ikiye ayrılmaktadır. Birincisi birbirlerini gerçek hayatta tanımayan bireylerin sanal ortamda bir araya gelmesiyle oluşturdukları topluluklar, ikincisi ise geleneksel topluluklarla bağlantısını devam ettiren ve bu bağlantıyı sanal ortamda da devam ettirerek her iki alanı kullanan topluluklardır (Çiftçi ve diğerleri, 2017). Buss ve Strauss (2009) ise çevrimiçi toplulukları açık ve kapalı çevrimiçi topluluklar, konulu topluluklar ve sosyal ağ toplulukları olarak sınıflandırmıştır.

- Açık veya kapalı çevrimiçi topluluklar: bazı çevrimiçi topluluklarda üye katılımı belirli kriterlere göre sınırlandırılır bu topluluklar kapalı çevrimiçi topluluklardır. Bazı topluluklara göre ise topluluklara herkes üye olabilir bu topluluklar ise açık çevrimiçi topluluklardır.
- Konulu topluluklar: Bireylerin ortak bir amaç ya da konu etrafında bir araya gelmeleriyle oluşan topluluklardır.
- Sosyal ağ toplulukları: Kullanıcılar arasındaki ilişkilerin ilgi ve faaliyetler etrafında toplandığı çevrimiçi topluluklardır (Facebook, Twitter gibi).

#### 2.2.4. Çevrimiçi mesleki gelişim aracı olarak ağlar

Öğretmenlerin hizmet öncesi dönemden başlayarak mesleki hayatı boyunca sürdürdüğü, öğretmenlerin kapasitesini arttırmanın yanında bilgi, beceri ve davranışlarında değişiklik yaratmayı amaçlayan, öğretmenin hayat boyu öğrenen rolünü üstlendiği sürece mesleki gelişim denir (Özer, 2008). Mesleki gelişim okul temelli ve okul dışı mesleki gelişim olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Mesleki gelişim sürecinin hayat boyu öğrenme bağlamında uzun bir süreci gerektirdiği göz önünde bulundurularak maddi ve manevi olanaklarının yaratılmasının mesleki gelişim açısından önemli olduğu unutulmamalıdır. Bu olanaklar çerçevesinde mesleki gelişim uygulamaları çeşitlenmiştir. Millî Eğitim Bakanlığı tarafından ülkemizde öğretmenlere yönelik gerçekleştirilen mesleki gelişim süreci seminer, kurs, atölye ve çalıştay çalışmalarıyla sürmektedir. Bu çalışmaların sonuçlarından elde edilen çıktılarla da planlamalar yapılmaktadır. Son zamanlarda Millî Eğitim Bakanlığı uzaktan eğitim olanaklarını arttırmaya çalışarak mesleki gelişim çalışmalarını devam ettirmekte ve kontrollü bir şekilde kurum ve kuruluşlar bu sürecin içerisinde yer almaktadırlar. Ancak kontrolsüz bir şekilde mesleki gelişim çalışmalarını yürüten topluluklarda bulunmaktadır. Bu toplulukların bazı kişilerle veya takımlarla birlikte kişisel girişimler sayesinde bir araya gelmeleriyle mesleki gelişimde de ilerlemeler kaydedilmiştir. Çevrimiçi ortamda bir araya gelen öğretmenlerin oluşturdukları topluluklarda bu kontrolsüz topluluklara örnek olarak verilebilir (Sarıdaş ve Deniz, 2018).

Mesleki gelişimin hayat boyu devam etmesini sağlamak amacıyla çevrimiçi ortamlarda öğretmenlerin meslektaşlarıyla buluşmaları mesleki gelişim fırsatlarının azlığı ve öğretmenlerin sayısı düşünüldüğünde alternatif bir çözüm olarak görünmektedir (Baran ve Çağıltay, 2006). Sosyal ağların gelişmesiyle birlikte telekomünikasyon ve haberleşme alanında yaşanan değişimler eğitime de yansımıştır. Sosyal medya araçlarının yaygınlaşması eğitim alanında mesleki gelişim ihtiyacının bu mecralar vasıtasıyla giderilmesini kaçınılmaz kılmış ve öğretmenlerin çevrimiçi mesleki öğrenme ağlarını oluşturmalarına neden olmuştur (Trust, Krutka ve Carpenter, 2016).

Çevrimiçi mesleki öğrenme ağlarının Web 2.0 platformlarıyla yaygınlaşması bir araya gelen toplulukların özelleştirilebilen bir alana sahip olması imkanını yaratmıştır. Her birey öğrenme deneyimlerini kendi belirlediği akışta gerçekleştirmektedir. Sosyal ağ platformlarını çevrimiçi mesleki öğrenme amacıyla kullanan bireyler tek bir sosyal ağ platformunu tercih edebilir ya da çoklu platformları deneyimleyebilir. Bireyler topluluklara üye olurken kullanıcı olarak güvendikleri küçük gruplara da katılabilir, on binlerce üyeden oluşan çevrimiçi mesleki ağları da tercih edebilir. Bireylerin mesleki gelişimi çevrimiçi mesleki öğrenme ağlarına dâhil edilen ya da edilmeyen her etkeni içerebilir. Bu mesleki öğrenme ağlarıyla bireyler birbirlerine çeşitli hizmetlerde bulunurlar. Danışman rolünü üstlenen bir kullanıcı başkalarına danışmanlık yapabilir. Bu ağlarda önemli olan ana tema mesleki gelişimi en iyi düzeyde gerçekleştirebilecek deneyimlerin, görüşlerin, uygulamaların interaktif bir şekilde takas edilmesidir. Çevrimiçi mesleki öğrenme ağlarında bir başka önemli nokta ise katılımın ve etkileşimin düzenli olarak gerçekleşmesini sağlamaktır. Bu ağları kullanan bireyler topluluğun desteğiyle birbirlerinin öğrenmelerine katkıda bulunurken diğer yandan bu ağların oluşturulduğu platformların içinde barındırdığı imkanlarla da bireysel öğrenmeleri gerçekleştirmektedir. Çevrimiçi mesleki öğrenme ağlarının herkesin kullanımına açık öğrenme ağları olması sebebiyle diğer bireylerle bağlantı kurulmasına ve geri bildirim alınmasına imkan verir. Öğretmenler genel olarak yardım istemek, öneri almak, geri bildirim, görüş paylaşımı ve tecrübe aktarımı sağlamak amacıyla mesleki gelişim ağlarını kullanmaktadırlar (Yokuş, 2018).

Çevrimiçi mesleki öğrenme ağlarının temel özellikleri mesleki gelişimi sağlaması, öğrenme topluluğu olması ve ağ bağlantılı olmasıdır (Yokuş, 2018).

- **Mesleki Gelişim:** Öğretmenlerin meslektaşlarıyla bağlantılar kurması çevrimiçi mesleki öğrenme ağlarının hem yerel hem de global bir şekilde oluşturulmasıyla mümkün olmaktadır. Öğretmenler, okul idarecileri, öğretmenlik mesleği ile ilgili çalışmalar yapan araştırmacılar, eğitim alanındaki uzmanlar, eğitime yönelik oluşturulmuş sivil toplum kuruluşları ve kurumlar mesleki öğrenme ağlarında rol alan kişilerdir. Çevrimiçi mesleki öğrenme ağlarıyla eğitimciler nerede olurlarsa olsunlar soru sorabilir, tartışma yapabilir ya da uzmanlıklarını paylaşabilirler.

- Öğrenme Topluluğu: Kaynakların, fikirlerin, uzmanlıkların öğretmenler tarafından bu ortamlarda paylaşılması ve öğretmenlerin meslektaşlarıyla işbirliği yapmasını kolaylaştırması bu topluluklar mesleki öğrenme topluluğu yapan etkenlerdir.
- Ağ tabanlı: Mesleki öğrenme ağlarının en temel özelliklerinden biri de ağ bağlantılı bir özelliğe sahip olmalarıdır. Çevrimiçi mesleki öğrenme ağları açık alanlardır. Ağ tabanlı öğrenme toplulukları sayesinde öğretim teknolojileri ve teknikleri, eğitsel konular paylaşmakta ve küresel bakış açısının daha çok öğretmenlere ulaşmasını sağlamaktadır.

Çevrimiçi mesleki öğrenme ağları denildiğinde akla ilk gelen öğretmenlerin dünyadaki diğer meslektaşlarıyla bağlantı kurmak amacıyla sosyal medya araçlarını kullanması gelmektedir. Çevrimiçi öğrenme topluluklarını oluşturan bu araçlar içerisinde sosyal ağ siteleri (Facebook, Twitter vb.), ilgi alanlarıyla ilgili web siteleri (Ning, Wikispace) ve eş zamanlı iletişim ve etkileşim araçları (çevrimiçi sohbet odaları, anlık mesajlaşma, Skype gibi) yer almaktadır. Ancak öğretmenler bu araçları kullanırken daha çok eş zamansız öğrenmeler için kullanmaktadırlar. Örnek olarak topluluk sayfasında tartışma kısmına soru sorma ya da mesaj gönderip cevapları kontrol etmek gösterilebilir. Sosyal medya platformları sayesinde kullanıcı olarak öğretmenler bilgi üretimi ve paylaşımını sağlayabilmek için çok sayıda öğretmenin desteğini alabilirler. Çevrimiçi mesleki öğrenme ağlarıyla birlikte öğretmenlerin motivasyonları yardım ve destek sayesinde artmaktadır (Trust, 2012). Bu toplulukların bir özelliği olarak canlı yayınlar yapılabilir ve eğitimler canlı olarak verilebilir (Özer, 2019). Sosyal medya platformlarıyla oluşturulan çevrimiçi öğretmen toplulukları öğretmenlere bilgi ve belge paylaşımının yanı sıra fikir paylaşımı ve dayanışmayı sağlayarak yardımlaşma duygusunu da güçlendirmektedir. Çevrimiçi öğretmen topluluklarındaki her paylaşım olabildiğince basit ve mümkündür. Çevrimiçi topluluklarda ders içinde yapılabilecek faaliyetler, sınav soruları, ders planı, ünite notları ve güncel olaylarla ilgili paylaşımlar yapılabilmektedir (Yaylak, 2017).

Tseng ve Kuo (2014), Tayvan'da öğretmenlerin meslektaşlarıyla web tabanlı bilgi paylaşımını sağladığı SCTNet isimli çevrimiçi öğretmen mesleki topluluğunu incelemiştir. 433 üye üzerinde yapılan anket çalışmasının sonucunda öğretmenlerin

çevrimiçi öğretmen ve öğretmen adaylarından oluşan gruplara katılım amacının materyal ve kaynak edinmek olduğuna ulaşılmıştır. Grubun faydalı olması ve özyeterlilik gibi beklentiler bilgi paylaşımında tetikleyici rol oynarken, çevrimiçi öğretmen topluluğu üyelerinin arasındaki ilişkiler sosyal ağlar vasıtasıyla ilerlemiş ve güvenilirlik duygusunu edinmelerine katkıda bulunmuştur. Ayrıca öğretmenlerin faydalı kaynakları paylaşmaları ve sorunlarını bu ortamda çözebilmeleri öğretmenlerin toplumcu yanlarını pekiştirmiştir. Bir başka araştırmada ise öğretmenlerle görüşme yapılmış ve görüşme sonucunda çevrimiçi mesleki gelişim açısından en fazla kullanılan sosyal ağın Facebook olduğuna ulaşılmıştır (Sarıdaş, 2017; Arkan ve Yünter, 2018).

Bu araştırmada Facebook öğretmen topluluklarından biri olan “Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi” grubu bu doğrultuda incelenecektir. Grubun bilgi ve kaynak paylaşımı amacıyla bir araya gelmesi mesleki etkileşimin düzeyini anlamak için yardımcı olacaktır.

### 2.3. İlgili Çalışmalar

Bu başlık altında 2010 yılı sonrasında yapılan ilgili çalışmalara yer verilmiştir. Bu araştırmalar, “Sosyal Medya ve Eğitim Bağlamında Yapılan Çalışmalar” ve “Netnografi Yöntemiyle Yapılan Çalışmalar” başlıkları ile ele alınmıştır.

#### 2.3.1. Sosyal medya ve eğitim bağlamında yapılan çalışmalar

Sosyal Medya ve eğitim bağlamında yapılan çalışmalar seçilirken doğrudan ilgili olduğu düşünülen ve örneklem grubunda daha çok öğretmen ve öğretmen adaylarına yer veren çalışmaların seçilmesine dikkat edilmiştir. Bu çerçevede aşağıdaki çalışmalar dikkat çekmektedir.

Özmen, Aküzüm, Sünkür ve Baysal 2012 yılında yayımlanan “*Sosyal Ağ Sitelerinin Eğitsel Ortamlardaki İşlevselliği*” isimli çalışmalarında sosyal ağ sitelerinin mesleki gelişim açısından okul yöneticilerini ve öğretmenlerini nasıl etkilediği ve sosyal

ağ sitelerinin eğitsel ortamlardaki fonksiyonelliğini belirlemek amaçlanmıştır. Çalışma sonucunda internetin ve sosyal medyanın zaman ve mekândan bağımsız olarak sosyalleşme sürecine büyük katkısı olduğu, öğrenci-öğrenci, öğrenci-öğretmen ve öğrenci-içerik etkileşiminin sosyal medya kullanımıyla arttığı, eğitim öğretim süreçlerinde sosyal ağların kullanılmasının öğretmenleri daha aktif, yaratıcı ve işbirlikli öğrenme ile desteklenmelerine yardımcı olduğuna ulaşılmıştır.

İşman ve Albayrak 2014 yılında “*Sosyal Ağlardan Facebook’un Eğitime Yönelik Etkililiği*” adlı çalışmasında Sakarya Üniversitesi’nde ortak ders olarak okutulan “Okullarda Yönetim Bilişim Sistemleri” adlı ders adına bir Facebook grubu oluşturulmuştur. 161 öğrenciden 23’üyle gönüllük esasına dayalı olarak yarı yapılandırılmış görüşme yapılmış ve Facebook grubunun eğitim açısından etkililiği ile ilgili görüşleri alınmıştır. Çalışma sonucunda veriler içerik analizi tekniğiyle analiz edilmiştir. Analiz sürecinde kodlamalar yapılmış ve sonuçta 6 temaya ulaşılmıştır. Bu temalar kullanışlılık, grup çalışmasına katkı, duyuruların takibi, daha fazla insana erişim ve diğer faktörler bakımından Facebook gruplarının yararlı bulunduğu ancak grubun bazı sınırlılıklarının da olabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Akay 2014 yılında yayımlanmış olan “*Sosyal Ağlarda Öğrenci-Öğretmen Etkileşimi (Facebook Örneği)*” isimli çalışmasında öğrenci ve öğretmenlerin sosyal ağlarda arkadaş olma ve aralarındaki etkileşimi incelemeyi amaçlamıştır. Araştırma sonucunda öğretmenlerin sosyal medya üzerinden öğrencileriyle arkadaş olmalarına olumlu baktıkları ancak sosyal medya üzerinde öğrencilerin öğretmenleriyle sosyal ve eğitsel anlamda fazla etkileşim kurmadıkları ve ilköğretim düzeyindeki öğrencilerden ziyade ortaöğretim öğrencilerinin öğretmenleriyle daha fazla arkadaşlık kurdukları bulgularına ulaşılmıştır.

Önal (2015), “*Using Netnography to Explore the Culture of Online Language Teaching Communities*” adlı çalışmasında nitel araştırma yöntemlerinden biri olan netnografi kullanılmıştır. Çalışmanın amacı netnografi yönteminin anlatılmamış ya da belirsiz kalan yönlerine uygulamalı olarak ışık tutmaktır. Çalışma sonucunda

netnografinin çevrimiçi dil öğretim topluluklarının kültürünü anlamada yararlı bulunulurken aynı zamanda içeriden bakış sunan bir yöntem olmasına da değinilmiştir.

Deniz (2016), “*Öğretmen Mesleki Gelişim Aracı Olarak Bir Facebook Grubunun İncelenmesi*” adlı yüksek lisans tezinde Facebook’un öğretmenlerin mesleki gelişiminde yardımcı bir araç olarak kullanılmasının ne oranda etkili olacağını anlamayı amaçlamaktadır. Araştırma sonucunda ise Facebook gruplarında öğretmenlerin daha çok materyal ve etkinliklerle alakalı olarak fikir alışverişi yaptıkları ve öğrenme süreciyle ilgili paylaşımda bulundukları sonucuna ulaşılmıştır. Bir başka sonuç ise öğretmenlerin sadece mesleki anlamda değil eğitim ve öğretim dışında da birbirlerine yardım ettikleri ve iletişimde olduklarıdır.

Yaylak, 2017’ de “*Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Eğitimde Sosyal Medyayı Kullanım Düzeyleri ve Görüşleri*” adlı doktora tezinde Sosyal bilgiler öğretmenlerinin eğitimde sosyal medya kullanma düzeylerini ve bu duruma yönelik görüşlerini ortaya koymayı amaçlamıştır. Nicel araştırma sonucunda Yaylak, Sosyal Bilgiler öğretmenlerinin kendi istekleri doğrultusunda sosyal medyayı kullandıkları, sosyal medyayı basit ve anlaşılır buldukları, eğitim amaçlı kullandıkları sonucuna ulaşırken, nitel araştırma sonucunda ise sosyal medyanın hayatın vazgeçilmez bir unsuru haline geldiği, eğitimin etkililiğini arttırabileceğini, ders esnasında kullanıldığında dikkati canlı tutabileceği, sosyal medyada yapılan paylaşımların derste örnek olarak kullanılabilceği sonucuna ulaşmıştır.

Lundin, Andersson ve Hillman (2017) “*Teachers’ reshaping of Professional Identity in a Thematic FB-group*” adlı çalışmalarında öğretmenlerin profesyonelliklerini arttırmak amacıyla sosyal medyayı kullanmalarını araştırmayı amaçlamaktadır. Çalışma sonucunda öğretmenlerin bilgi alışverişinde az bulunduğu ancak profesyonel olarak tartışmalara katıldığı, mesleki gelişimde sürdürülebilirliğin önemli olduğu, grupta yer alan moderatörlerin ve yöneticilerin Facebook öğretmen gruplarındaki tartışmaları yönetmekteki rollerinin önemli olmasının dijital kimlik çalışmalarında önemli bir rol olacağına ulaşılmıştır.

Sarıdaş (2017), “Çevrimiçi Öğrenme Topluluklarının Öğretmenlerin Mesleki Gelişimine Etkisine Yönelik Öğretmen Görüşleri” adlı yüksek lisans tezinde öğretmenlerin oluşturduğu çevrimiçi öğrenme gruplarının öğretmenlerin mesleki gelişimine etkisini incelemeyi hedeflemiştir. Analiz sonucunda öğretmenlerin Facebook öğrenme gruplarında günün büyük bir bölümünü aktif olarak geçirdikleri, öğretmenlerin daha çok Facebook’u kullandıkları, çevrimiçi öğrenme gruplarında üye rollerinin paylaşılan gönderilerle ilgili hızlı dönüt alma-verme ve içeriğe katkıda bulunulması bakımından değiştiği bulguları edinilmiştir. Öğretmenler çevrimiçi gruplardan gündemi takip etmek ve yöntem ve teknik açısından farklı bakışlar edinmek amacıyla yararlanmaktadırlar. Farklı mesleki gelişim alanlarının bulunmasına rağmen öğretmenler çevrimiçi öğrenme gruplarını ucuz ve kolay erişilebilir olmasından dolayı tercih etmektedir.

Rendsfelt, Hillman ve Selywn (2018) “*Teachers ‘Liking’ Their Work? Exploring The Realities Of Teacher Facebook Groups*” adlı yaptıkları çalışmada 13.000 İsveçli öğretmenin üye olduğu bir Facebook öğretmen grubunu incelemişlerdir. Çalışma bilgi alışverişi ve sosyal destek açısından incelenen grubun profesyonel olarak yararlı ve değerli görülebilecek yönlerini ele almaktadır. Çalışma sonucunda grubun her ne kadar zaman ve mekân sınırlaması olmadan sosyal medya üzerinden varlığını devam ettirdiği gözlenmiş olsa bile öğretmenlerin Facebook grubunda yaz boyunca aktif olmamaları grupta geleneksel eğitim anlayışının devam ettiği, grupta yapılan paylaşımlardaki beğeni ve paylaşım oranlarının grubun ne kadar profesyonel olduğu ile ilgili öğretmenlere somut bir dönüt olduğu ve grupta beklenen davranışlar arasında açıklık, yapıcı eleştiri ve kolektif tartışmanın olduğu bu çalışmanın sonuçlarındandır.

Afşin, 2019’ da yaptığı *Sosyal Bilgiler Öğretmenlerine Yönelik Bir Facebook Grubunun Ve Gruba İlişkin Öğretmen Görüşlerinin İncelenmesi* adlı yüksek lisans tezinde Sosyal bilgiler öğretmenlerinin sosyal medyayı eğitim amaçlı kullanma durumlarını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırma sürecinde doküman incelemesi formu ve yarı yapılandırılmış görüşme formundan elde edilen veriler analiz edilmiş ve araştırma sonucunda Sosyal bilgiler öğretmenlerinin eğitim sürecinde sosyal medyayı

kullanmaya olumlu baktıkları, sosyal medyanın çağın bir gerekliliği olduğu ve eğitimde kullanılmasının kaçınılmaz olduğu sonucuna ulaşıldığı aktarılmaktadır.

Özer (2019), “*Eğitimde Sosyal Medyanın Kullanımı*” adlı yüksek lisans tezinde Facebook, Twitter ve Instagram gibi sosyal ağların eğitimde nasıl kullanıldığını anlamaya çalışarak eğitim teknolojisinin eğitime sağladığı yararların neler olduğunu saptamayı amaçlamıştır. Çalışmanın sonucunda öğrencilerin sosyal medyayı eğitim amacıyla kullandıkları ortaya konulmuştur.

Bayyar 2019 yılında yayımlanmış olan “*Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Kullanımı İle Mesleki Tutumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*” isimli yüksek lisans tezinde Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal medya kullanma alışkanlıkları, mesleki gelişim ve sosyo-demografik değişkenlerin neler olduğunu tespit etmeyi amaçlamaktadır. Çalışma sonucunda Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal medyayı kullanım süreleri ile mesleki tutumları arasında anlamlı bir farklılık olduğu bulunmuştur.

Bu çalışmalarla ilgili genel bir değerlendirme yapıldığında sosyal medya ile ilgili çalışmalara ağırlıklı olarak turizm, psikoloji, halkla ilişkiler, reklamcılık, mühendislik, eğitim, din, istatistik, siyasal bilimler ve gazetecilik alanlarında yer verildiği görülmektedir. Ülkemizde sosyal medya ve eğitim bağlamında yapılan çalışmalara bakıldığında ise iletişim bilimleri, mühendislik, sağlık, sosyoloji, tercümanlık, işletme gibi alanlarda lisansüstü çalışmaların yapıldığı ve bu çalışmaların 2010 yılından sonra ağırlık kazandığı tespit edilmiştir. Sosyal medyanın öğretme, öğrenme ortamı ve mesleki gelişim aracı olarak ele alındığı lisansüstü çalışmalarının yanı sıra sosyal medyada öğrenci-öğrenci, öğrenci-öğretmen etkileşimi konularına daha fazla yer verildiğine dikkat edilmiştir. Ancak söz konusu çalışmalar arasında öğretmen-öğretmen etkileşimine dair herhangi bir lisansüstü çalışmaya rastlanılmamıştır.

### 2.3.2. Netnografi yöntemiyle ilgili yapılan çalışmalar

Nentografi yöntemiyle ilgili yapılan çalışmalar seçilirken daha çok yönteme uygulamalı olarak yer veren çalışmaların seçilmesine dikkat edilmiştir. Bu çerçevede aşağıdaki çalışmalara yer verilmiştir.

Kozinets 2010 yılında yayımlanan “*Netnografi: Pazarlamacının Gizli Silahı*” isimli çalışmasında Johnson and Johnson firmasına ait Listerine markası adına yürütülmüş olan netnografik bir araştırmanın kısa bir özeti verilmiştir. Çalışmada amaç Listerine markası tüketicilerinin içgörülerini belirlemektir. Çalışma sonucunda Listerine kullanıcılarının markayı yaşla ve geçmişle bağlantılı olarak kullanan, ev temizliğinde tercih edilen, bahçe işlerinde kullanılması gereken, pestisitler bir tutularak haşere ve böcek önleyici olarak kullanılan, doğal tedavi yöntemlerinden biri olarak görülen bir marka olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Cebeci 2014 yılında yayımlanmış olan “*Pazar Odaklı Online Toplulukların Netnografik Analizi: Müzik Sektöründe Bir Araştırma*” isimli yüksek lisans tezinde müzik sektöründeki tüketicilerin verilerinin analizini yapmayı amaçlamaktadır. Çalışma sonucunda Arabesk ve Türk Sanat Müziği dinleyen bireyler arasında davranış farklılıkları olduğu gözlenmiştir. Sosyal medya kullanıcıları tarafından Arabesk müzik isyankâr dinleyicilerin müziği haline gelirken Türk sanat müziğinin ise orta ve elit kesimler tarafından dinlenildiğine ulaşılmıştır.

Saadatdoost, Sim, Mitta, Jafarkarimi ve Hee (2014) “*A Netnography Study Of Mooc Community*” adlı çalışmasında kitlesel çevrimiçi açık kurs (MOOC) veren Coursera sitesinde “Program Öğrenme: Temeller” eğitimini alarak MOOC topluluklarını sahada incelemeyi amaçlamışlardır. Araştırma sonunda MOOC kimliğinin bireylerin Coursera’da aldıkları kurs aracılığıyla internet üzerinden en iyi üniversitelerden ve en donanımlı akademisyenlerden ücretsiz ders alarak sertifika sahibi olmaları olarak tanımladıkları, dünyanın dört bir yanından aynı ilgileri paylaşan birçok kişiyi bir araya getiren bir topluluk olduğu, öğrenenlerin bu topluluk içinde kendilerini yardımcı olarak görmelerini sağlaması ulaşılan bulgular arasındadır.

Haverinen (2015) *“Internet Ethnography: The Past, the Present and the Future”* adlı çalışmasında internet etnografisi ile ilgili bazı temel noktalara değinmiştir. Bunlardan ilki etnografi alanında yapılan çalışmaların internet üzerinde gerçekleştirilebiliyor olmasıdır. Burada etnografi çalışmalarının interneti saha olarak kabul etmesinin araştırmacıya birçok avantaj sağladığına değinmektedir. Haverinen bu avantajların arasında internet etnografisi ile ilgili çalışmaların mekân gereksinimi duymadan internet bağlantısının bulunduğu her noktada rahatlıkla yürütülebileceği ve farklı teknolojiler yardımıyla dijitalleştirilmiş verilerin toplanabileceği şeklinde ifade etmektedir.

Dereli (2018), *“Dini Kimliklerin Sosyal Medyada Akışkanlaşması: Siber-Etnografik Bir Araştırma”* isimli doktora tezinde dini kimliklerin dijitalleşme sürecinde yaşadığı yeni değişimlere odaklanmaktadır. Çalışmanın sonucunda günümüz dindarlığını daha iyi anlayabilmek amacıyla sosyal ağlarda bireylerin dini kimliklerinin sabit kalmasının güç olduğuna değinilerek sosyal medyadaki dini kimlik görünümlerinin takip edilmesinin önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Gün 2018 yılında yayımlanmış olduğu *“Kanserli Çocuğu Olan Anne-Babaların Oluşturduğu Sanal Topluluklar Üzerinden Online (Çevrim İçi) Paylaşımların Netnografik Yöntemle İncelenmesi”* isimli yüksek lisans tezinde ebeveynlerin kanser hastalığına yakalanan çocukları için çevrimiçi topluluklar üzerinden kendilerini nasıl tanımladıklarını, kanserin yan etkilerinin neler olduğunu, kanser hastalığında fikir ve duygu etkileşimlerinin nasıl gerçekleştiğini anlamayı amaçlamaktadır. Sonuçta anne ve babaların tedavi sürecinde çocuğun birincil bakımına katılmaya istekli oldukları ve tedaviyi izledikleri görülmüştür. Ebeveynlerin benzer hastalıkla mücadele eden aileleri iltihaptan korunma konusunda daha hassas oldukları ve bu konuda uyarılarda bulundukları gözlenmiştir.

Yarar 2018 yılında yayımlanmış olan *“Sosyal Ağlar Ve Dijital Etnografi: Bir Araştırma Sentezleme Çalışması”* adlı doktora tezinde dijital etnografi çalışmalarında yöntemin uygulanma biçimlerini ve araştırma yapılarını inceleyerek dijital etnografi kavramını metodolojik olarak irdelemeyi amaçlamıştır. Araştırma sonucunda çevrimdışı

araştırmaların konu olarak daha sık tercih edildiği, araştırma yöntemi çerçevesinde etnografik tekniklerin araştırmalarda tamamen kullanılmadığı, dijital etnografi tanımlamalarının sahanın baz alınarak yapıldığı ve dijital etnografinin çevrimiçi toplulukları incelediği sonuçlarına ulaşılmıştır.

Çetin (2019) *“Katılımcı Kültür Olgusu Bağlamında Sosyal Medya Ve Çevrimiçi Topluluklar: Netnografik Bir Analiz”* isimli doktora tezinde sosyal medya platformlarının iletişim aracı bağlamında nasıl kullanıldığını ve bu platformlarda katılımcı kültürün nasıl yansıdığını çevrimiçi topluluklar aracılığıyla anlamayı amaçlamaktadır. Çalışma sonucunda katılım kültürünün amaca ve biçime göre katılım olmak üzere iki şekilde gerçekleştiğine ulaşılırken toplulukların analiz edilmesi sonucunda da topluluk kimliği, söylemi, üyeliği ve faaliyetleri üzerine de derinlemesine analizler yapılmıştır. İncelenen toplulukların belirli amaçlar etrafında toplanıp, üyelerin ise ortak bir ilgi ya da amaç doğrultusunda bu gruplara üye oldukları sonucuna ulaşılabilir.

Netnografi çalışmaları işletme, iletişim bilimleri, sağlık, pazarlama, sosyoloji, antropoloji, hukuk reklamcılık ve siyasal bilim alanlarında sıklıkla kullanılmaktadır. Yukarıda verilmiş olan çalışmalara bakıldığında netnografi alanında yürütülen son zamanlardaki nitel çalışmaların sağlık, eğitim, pazarlama ve iletişim bilimleri alanlarında verildiği görülmektedir. Eğitim alanında yapılan çalışmalar dünyada hatırı sayılı bir sayıya sahipken Türkiye’de bu durum yöntemin yeni bir araştırma metodolojisi olarak lisansüstü eğitim çalışmalarında henüz yerini bulmadığı şeklinde yorumlanabilir. Türkiye’de lisansüstü tez çalışmalarına bakıldığında alanyazında eğitim alanında netnografi çalışmalarının yapılmadığı, lisansüstü çalışmalarda netnografi yönteminin uygulamalı olarak gerçekleştirildiği ve 2019 yılında netnografinin bir yöntem olarak çalışmalarda sık kullanıldığı tespit edilmiştir.

### III. BÖLÜM

#### 3. Yöntem

Bu bölümde çalışmanın araştırma modeli, çalışma grubu, veri toplama aracı, verilerin analizi, araştırmacının rolü, etik, geçerlik ve güvenilirlik ile ilgili bilgiler verilmiştir.

##### 3.1. Araştırma Modeli

Facebook'taki Sosyal Bilgiler Öğretmen Grupları'nın öğretmen etkileşiminin sosyal medyada hangi boyutlarda meydana geldiğini anlamak amacıyla yapılan bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan etnografi benimsenmiştir. Ancak araştırmanın sahası sosyal medya olduğu için bu çalışma, etnografinin yöntemlerini internet sahasına uyarlamış olan netnografi ile yürütülmüştür.

Sosyal medyada bireylerin bir araya gelerek sosyal grupları oluşturmalarının ardında ilgili oldukları alanlar, menfaatler, hayaller, korkular ve ortak zevkler bulunmaktadır. Sosyal medyada bir araya gelerek iletişim kuran bu çevrimiçi sosyal gruplar iletişim kurdukları andan itibaren tüm davranışlar ve mesajlar bu ortamda kayıt altına alınmaktadır. Topluluk üyeleri arasındaki etkileşime dayalı olan veriler dolayısıyla işlenmemiş, özgün, natürel, güçlü ve kreatif veriler olarak nitelendirilebilir (Varnalı, 2013). Netnografi kavramını ilk kez kullanan Kozinets (2015), sosyal ağlarda gerçekleştirilen insandan insana ve insandan makineye olan etkileşimleri ve deneyimleri anlamının, bu etkileşimler sonucunda oluşan kültürel ve sosyal fenomenlerin neler olduklarını tanımlamanın, topluluk ve kültür gibi kavramların sosyal ağlarla ilişkisini anlamının netnografi yöntemiyle gerçekleştirilebileceğine değinmiştir. Dolayısıyla netnografi çevrimiçi toplulukları inceleyen etnografik bir yaklaşımdır (Kozinets, 2010). Çomu ve Halaiqa (2014) netnografiyi etnografi yönteminde kullanılan açık uçlu

uygulamaları çevrimiçi ortama uyarlayarak kullanan yöntem olarak tanımlarken, Alyanak (2014) ise çevrimiçi etnografinin nitel araştırma metotlarından biri olan etnografinin bilgisayar dolayımı ile iletişim ortamlarına uygulanması olarak tanımlamaktadır. Literatürde farklı adlandırmaları olmakla birlikte netnografi “dijital etnografi” (Murthy, 2008), “sanal etnografi” (Hine, 2000), “internet etnografisi” (Sade-Beck, 2004; Haverinen, 2015) ve “çevrim içi etnografi” (Garcia, Standlee, Bechkoff ve Cui) olarak da tanımlanmaktadır.

Netnografik bir çalışmada önceden belirlenmiş bir şablondan her ne kadar bahsedilemese de genel hatlarıyla uygulanması gereken adımlar tanımlanabilmektedir. Netnografi;

1 ) Giriş ve Araştırmanın Planlanması

2 ) Veri Toplama Aşaması

3 ) Analiz ve Yorumlama

4 ) Araştırma Etiğinin Sağlanması

5 ) Üye Kontrollerinin Sağlanması olmak üzere beş aşamalı bir araştırma yöntemidir (Varnalı, 2013).

Netnografik bir çalışmada araştırılacak sahayı belirlemek için literatürde bir takım kıstaslardan bahsedilmektedir. Araştırılacak ortam veya topluluklar anahtar kelimelerle belirlendikten sonra, araştırmacı amacına uygun olarak aşağıda bahsedilmekte olan kriterlere göre topluluklardan birini seçmelidir (Çomu ve Halaqia, 2014):

1. Araştırma sorusuna en uygun cevabı veren grup seçilmelidir.
2. Araştırılan konuya en fazla yoğunlaşmış olan grup seçilmelidir.
3. Trafik ve haberleşmenin en yoğun yaşandığı grup seçilmelidir.
4. İçeriği en zengin ve detaylı olan grup seçilmelidir.
5. Araştırma sorusuna binaen üyeler arasındaki etkileşimlerin en fazla yaşandığı grup seçilmelidir.

Garcia ve diğerleri (2009), araştırmacıların araştırmaya konu edilen çevrimiçi sahayı belirledikten sonra katılımcıların tecrübe ettikleri şekilde tecrübe etmeleri

gerektiğine değinmektedir. Netnografi sadece araştırılan saha içerisinde mevcut olan veriye dayalı olarak (gözleme dayalı netnografi) veya elde edilen veriyi sentezleme sürecinde araştırmacının incelediği çevrimiçi toplulukla bir süre etkileşime girmesiyle (katılımcı netnografi) gerçekleştirilebilir.

Araştırmaya konu edilen çevrimiçi topluluğun sosyal ağ ortamında meydana getirdikleri içeriğin kopyalanmasıyla oluşturulan veri arşivi, araştırmacının araştırma sahası içerisinde bulunduğu sürede elde ettiği tecrübe ve gözlemlerini içeren alan notları ve çevrimiçi görüşme metinleri netnografik bir araştırmada veri kaynakları olarak kabul edilmektedir (Varnalı, 2013). Kelimeler, ses dosyaları, incelenen çevrimiçi ortamın tasarımı, hazırlanmış işitsel ve görsel sunumlar, şekiller, çizimler, fotoğraflar ve diğer dijital eserler netnografların verileri arasında yer almaktadır (Kozinets, 2015).

Elde edilen bu verilerin analizi (1) toplanan tüm bilgilerin kodlanması, (2) karşılaştırılması, (3) tasniflendirilmesi ve (4) anlamlandırılması olmak üzere dört aşamada gerçekleştirilmektedir. Netnografin yorumuna dayanan veri analizi, netnografin süreci nasıl analiz ettiğine, araştırmada üzerinde durulan konuya ve araştırmaya dahil edilen topluluğun kültürüne ne kadar hakim olduğuyla direkt olarak bağlantılıdır (Çomu ve Halaiqa, 2014). Araştırmacının tam da bu noktadaki analiz yeteneği ortaya çıkacak sonuçların kalitesini, derinliğini ve temsil yeteneğini etkileyeceği için, bu yeti netnografin belli süre mercek altına alınan çevrimiçi topluluğun bir üyesi olarak vakit geçirmesi ve topluluk üyeleriyle birebir etkileşime girmesiyle güçlendirilebilir. Dolayısıyla hali hazırda internette bulunan veriye dayalı olarak netnografik çalışmaların bir takım kısıtlamaları olabileceği ve netnografin toplulukla zaman geçirdiği araştırmalara görece daha yüzeysel bilgiler sunabileceği unutulmamalıdır. Eğer kısıtlı süre nedeniyle araştırmacının topluluk üyesi olarak zaman geçirmesi mümkün değilse online içeriğin analizi sırasında satır aralarında gizlenmiş olan anlamların farkedilip anlaşılabilmesi için topluluk üyelerinden bir veya birkaç tanesiyle derinlemesine görüşmeler yapılması faydalı olacaktır. Sonuçta elde edilen her yeni bilgi o ana kadar oluşturulmuş anlamlar bütünüyle yeniden değerlendirilir, gerekli görülen durumlarda sınıflandırmalar yenilenir ve bu süreç en son karşılaşılan bilgi parçasığı dahil edilene kadar tekrar edilir (Varnalı, 2013).

Kulavuz Onal (2015) netnografik bir çalışmada araştırmacının fiziki şartlar sebebiyle çevrimiçi saha çalışmasını her yerde yapmasının mümkün olabileceği görüşünü, fiziki şartların lojistiğinin dikkate alınarak yapılması gerektiğini ileri sürmektedir. Çevrimiçi saha çalışmasının internet erişimi etrafında şekillendiğini düşünecek olursak, bir ağ yazıcısının sahadan çıkıp tekrar geri gelmesi durumunda çalışmanın süresinin uzaması an meseledir. Sınırlılıkları olmakla birlikte netnografi yöntemiyle internette var olan gruplar tanımlanabilir, araştırılan sahanın demografik yapısı ve hiyerarşik düzeni ortaya konulabilir, araştırmaya konu edilen grubun kültürel örüntüleri ortaya konulabilir, ürettikleri dil, sembol ve anlamlar çözümlenebilir, bir konu ya da nesne üzerindeki görüşleri tespit edilebilir, geleceğe yönelik davranış ve tutumlarına yönelik öngörüler ortaya konulabilir (Aksu, 2018). Belz ve Baumbach (2010), netnografinin veriye kolay erişen, örneklem verimliliği yüksek olan, düşük araştırma maliyeti ve lider kullanıcı özelliklerinin avantajlarından bahsederken araştırılan topluluğun büyüklüğüne göre netnografik araştırmaların 2 ile 4 hafta arasında tamamlanabileceğini de belirtmişlerdir. Bu çalışmada da örneklem grubunun üye sayısı ve grubun etkileşimi göz önünde bulundurularak çalışma Ocak – Şubat 2020 aylarının verilerinin incelenmesine dayandırılmıştır.

Coğrafya, sosyoloji, medya, turizm, sağlık, cinsiyet ve bağımlılık çalışmalarında kullanılan netnografi eğitim alanında da kullanılmaya başlanmıştır (Kozinets, 2015). Eğitim alanında henüz yeni bir araştırma yöntemi olan netnografi bilgisayar destekli dil öğreniminde (CALL) popüler olmasa bile kullanılmaktadır (Kulavuz-Onal, 2015). Netnografya'nın eğitimde yeni bir yöntem olarak kullanılması ve bu yöntemle eğitimde yapılan çalışmaların nispeten yurtdışındaki çalışmalara orana azlığı sebebiyle bu çalışmada netnografya yöntemi tercih edilmiştir. Çalışmada Facebook'taki sosyal bilgiler öğretmen gruplarının kültürel dinamikleri incelenerek öğretmen etkileşiminin kültürel dinamiklerden nasıl etkilendiği ortaya konacaktır.

### 3.2. Çalışma Grubu

Bu çalışmada amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Olgu ve olayların keşfedilmesinde ve yorumlanmasında yararlı olan amaçlı örnekleme yöntemi, Patton'a (2002) göre zengin bilgiye sahip olduğu düşünülen durumlarda kullanılır. Ölçüt örnekleme ise önceden belirlenmiş olan bir takım kıstasları karşılayan durumlarda çalışılmasıdır. Burada bahsi geçen kıstaslar araştırmacının kendisi tarafından oluşturulabilir ya da önceden oluşturulan bir ölçüt listesi kullanılabilir. (Yıldırım ve Şimşek, 2016).

Sosyal ağ sitelerinden biri olan Facebook üzerinden “Sosyal Bilgiler” , “Sosyal Bilgiler Öğretmenleri” ve “Sosyal Bilgiler Eğitimcileri” anahtar kelimeleriyle aramalar yapılmış, aramalar sonucunda ulaşılan gruplar en fazla üye sayısına sahip olandan en az üye sayısına sahip olan gruplar olarak sıralanmıştır. Netnografi yönteminde araştırma yapılacak grubun üye sayısının fazla olması, gruptaki iletişim ve paylaşım oranının yüksek olması, içeriğin zengin olması, araştırma sorusuna en uygun cevabı verebilecek grubun seçilmesi araştırmanın yöntemi için önemli ölçütlerdir. Bu açıdan bakıldığında araştırmanın amacına uygun olarak araştırmaya dahil edilen sosyal ağ grubu Facebook üzerinden yukarıda bahsedilen kriterler çerçevesinde seçilmiş ve örneklem bu kriterlerin çerçevesinde oluşturulmuştur. Buradan hareketle Facebook gruplarından biri olan ve araştırmacının örnekleme olan “Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi” grubu 16.09.2019 tarihinde araştırmacının gruba üye olmasıyla gözlemlenmeye başlanmıştır. Gruba üye olduğu tarihte grubun üye sayısı 24190’dır.

Araştırma dışında bırakılan gruplar seçilen gruba oranla nispeten daha az üyelerinin olması, paylaşım azlığı, sosyal bilgilerden mezun olan ancak henüz atanmamış öğretmenlerin oluşturduğu gruplar olması ve sosyal bilgilerden mezun olup KPSS’ye çalışan öğretmenlerin fikir alış verişi sebebiyle oluşturdukları gruplar olması sebebiyle araştırma dışında bırakılmıştır. Ancak bir başka önemli nokta ise dil unsurudur. Netnografinin internet sahası içinde meydana gelen kültürü anlamaya çalışması dilin netnografik araştırmalarda kültürel bir olgu olarak önemini öne çıkarmaktadır. Varnalı (2013), kültürün şekillenmesinde ve kültürle birlikte gelişen bir olgu olarak dili bir kültürü analiz edebilmenin ilk merhalesi olarak tanımlamaktadır. Ve bir toplumun kültürünü anlayabilmek ve analiz edebilmek için o topluluğun diline aşina

olmayı önemli görmektedir. Bu sebeple farklı ülkelerin Sosyal Bilgiler eğitimcilerini bir araya getiren gruplar araştırmaya dâhil edilmemiştir. Aşağıda araştırmaya dâhil edilmeyen farklı ülkelerin sosyal bilgiler öğretmen grupları ve ülkemizdeki Facebook öğretmen grupları verilmiştir.

**Tablo 3.1.** Farklı Ülkelerin Sosyal Bilgiler Öğretmen Grupları

| Farklı Ülkelerin Sosyal Bilgiler Öğretmen Grupları  | Üye Sayıları | Bulunduğu Ülke |
|-----------------------------------------------------|--------------|----------------|
| Social Studies LET Review March 2020                | 33182        | Filipinler     |
| LET Reviewer - Major in Social Studies              | 10603        | Filipinler     |
| Social Studies Network                              | 8346         | Belirtilmemiş  |
| Secondary Social Studies Collobarative Group        | 5705         | Belirtilmemiş  |
| Kentucky Social Studies Educators                   | 1773         | Amerika        |
| Social Studies Primary MALTA                        | 1424         | Malta          |
| Middle School Mania Social Studies Teachers         | 1223         | Amerika        |
| Louisiana Social Studies Teachers                   | 1133         | Amerika        |
| Social Studies Salute for K-12 Educators            | 996          | Amerika        |
| Alberta Teachers Association Social Studies Network | 698          | Kanada         |
| California Council for the Social Studies           | 432          | Amerika        |
| Indiana Council for the Social Studies              | 347          | Amerika        |
| Women in Social Studies Education                   | 56           | Amerika        |
| Buffalo State History and Social Studies Education  | 29           | Amerika        |
| Social Studies LAB (LEBI)                           | 15           | Kolombiya      |

Tablo 3.2.1 incelendiğinde farklı ülkelerin Sosyal Bilgiler öğretmen gruplarına bakıldığında görülmektedir ki en fazla Sosyal Bilgiler öğretmen grubuna sahip olan ülke Amerika'dır. Üye sayısı en fazla olan Sosyal Bilgiler öğretmen toplulukları Filipin merkezlidir. Ancak Filipin merkezli olan gruplar incelendiğinde grupların üye sayısının

fazla olmasının sebebi proje temelli açılan gruplar olmasıdır. Bunun yanı sıra Malta ve Kanada merkezli Sosyal Bilgiler öğretmen grupları da bulunmaktadır.

**Tablo 3.2.** Ülkemizde Kurulmuş Olan Sosyal Bilgiler Öğretmen Grupları

| Ülkemizde Kurulmuş Olan Sosyal Bilgiler Öğretmen Grupları | Üye Sayısı |
|-----------------------------------------------------------|------------|
| Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubu              | 24160      |
| Türkiye Sosyal Bilgiler Zümresi                           | 22347      |
| Sosyal Bilgiler Öğretmenleri Akademisi                    | 4291       |
| Sosyal Bilgiler Öğretmenleri Grubu                        | 9965       |
| Sosyal Bilgiler Öğretmenleri Grubu                        | 2904       |
| Sosyal Bilgiler Okulu Grubu                               | 1114       |
| Sosyal Bilgiler Öğretmenleri Platformu                    | 1050       |
| Sosyal Bilgiler Öğretmenleri Yardımlaşma Platformu        | 250        |

Tablo 3.2.2 incelendiğinde görülmektedir ki ülkemizde birçok Sosyal Bilgiler öğretmen grubu bulunmaktadır. En kalabalık üye sayısına sahip olan Sosyal Bilgiler öğretmen grubu Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubudur. İkinci olarak en yüksek olan ve paydaşları arasında büyük bir çoğunlukla üye sayısına sahip olan grup Türkiye Sosyal Bilgiler Zümresi Grubudur. En az üye sayısına sahip olan grup ise Sosyal Bilgiler Öğretmenleri Yardımlaşma Platformudur.

### 3.3 Veri Toplama Aracı

Bu araştırmada nitel veri toplama tekniklerinden biri olan doküman incelemesi yöntemine başvurulmuştur. Araştırılması amaçlanan olgu veya olgular hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin analizini kapsayan doküman incelemesi yöntemi, nitel araştırmalarda araştırmacının gözlem ve görüşme yapmasına gerek duymadan önemli

bir bilgi kaynağı sağlar. Doküman incelemesi yönteminin gözlem ve görüşme gibi diğer veri toplama teknikleriyle beraber kullanılması “verinin çeşitlendirilmesi” sağlayacağı için araştırmanın geçerliliğini önemli ölçüde etkileyecektir (Yıldırım ve Şimşek, 2016).

Araştırmacı sosyal medyadaki sosyal bilgiler öğretmenlerine yönelik çalışma yaptığı için internet sahası içinde paylaşılan her türlü görsel ve işitsel medyayı, Word ve PDF uzantılı belgeleri ayrıca videoları doküman olarak kabul etmiştir. Doküman incelemesi yöntemiyle araştırmacının elde ettiği kaynaklar sınıflandırılarak içerik analizine tabi tutulmuştur.

### 3.4 Verilerin Analizi

Bu araştırmada nitel veri analizlerinden biri olan içerik analizi benimsenmiştir. İçerik analizi yoluyla veriler tanımlanır ve verilerin içinde örtük olabilecek gerçekler ortaya çıkarılır. Bu amaçla toplanan veriler önce kavramsallaştırılır, sonrasında bu kavramlar akla uygun bir şekilde düzenlenir, son olarak veriyi açıklayan temalar saptanır. İçerik analizindeki temel amaç birbirine benzeyen verileri belli kavramlar ve temaların çevresinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği şekilde düzenleyip, yorumlamaktır (Şimşek ve Yıldırım, 2016).

İçerik analizi yöntemiyle veriler incelenerek sosyal medyada var olan bir sosyal bilgiler öğretmen grubunda yapılan paylaşımların öğretmenler arasındaki etkileşime nasıl katkıda bulunduğunu ve etkileşimin hangi boyutlarda meydana geldiğini ortaya koymak amaçlanmıştır. Çalışmada araştırmaya dâhil edilen Facebook Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubundan elde edilen veri havuzu (her türlü görsel-işitsel medyanın ekran görüntüleri, ppt, pdf ve word uzantılı belgeler ve alan notları) 16 Eylül 2019 tarihinden ( üye olunan tarih ) itibaren alan notlarının tutulmasıyla birlikte oluşturulmaya başlanmıştır. İlk olarak veriler kodlanmıştır. Veriler kodlandıktan sonra benzer ya da aynı yönleri temel alınarak temalar oluşturulmuştur. Temalar ve veriler kodlanırken öne çıkan özellikleri kodlamada yardımcı olmuştur.

### 3.5.Geçerlik ve Güvenirlik

Netnografi yönteminde verilerin analizi araştırmacının yorumlama yetisine bağlı olduğu için netnografi çalışmalarının güvenilirliği araştırmacının verileri analiz sürecine, araştırılan konunun ne olduğuna ve araştırılan grupla ilgili araştırmacının ne kadar sürede grupla etkileşimde bulunduğuna bağlıdır (Varnalı, 2013).

Sosyal medyadaki sosyal bilgiler öğretmen topluluklarında öğretmen etkileşiminin hangi boyutlarda meydana geldiğini anlamayı amaçlayan bu çalışmada araştırmacı gruba 16.09.2019 tarihinde üye olmuştur. Ancak araştırmacının grubu tanınması ve grupla ilgili alan notlarını tamamlaması 31.12.2019 tarihine dek sürmüştür. Bu tarihten sonra 01.01.2020 ile 02.29.2020 tarihleri arasında araştırmacı sahadaki verileri kaydetmeye başlamış ve gruptaki iki aylık veriyi bilgisayar ortamına kaydetmesiyle veri toplama sürecini tamamlamıştır. Ancak araştırmacının araştırma süresi boyunca geri dönüşlerinin olması, boşlukları doldurmak amacıyla gözlem ve görüşme gibi teknikleri gerekli gördüğü yerlerde kullanması araştırmacının çalışma sonlandırılincaya kadar grupla etkileşime girmesine vesile olmuştur Netnografik araştırma çalışmalarının alan notlarıyla geliştirilebiliyor olması çalışma süresinin ne kadar olması gerektiğine dair bir netlik kazandırmamaktadır. Bu noktada araştırmacı araştırma kapsamında grupla son etkileşimi gerçekleştirene kadar grupla etkileşime girmiştir. Ancak bu etkileşim araştırmacının saha içerisindeki mevcut veriyi toplayıp, grupla doğrudan etkileşime girmemesi ve herhangi bir paylaşıma yorum ya da beğeni getirmemesi ile sınırlandırılmıştır.

Araştırmacının aynı zamanda sosyal bilgiler alanında eğitim almış olması da yine bu çalışmanın yöntemi bakımından önemlidir. Araştırmacının araştırılacak konuya dair ön bilgilerinin olması avantaj oluşturmaktadır. Ancak bu durum dezavantaj olarak da değerlendirilebilir. İçeriden bakmak özellikle içerik bağlamında araştırma verilerini anlamlandırma bağlamında katkı sağlayacağı ve bu noktada bir avantaj olduğu açıktır. Ancak içeriden bakış beraberinde alanda farkında olunmayan dezavantajlarında

görmezden gelinmesine sebep olabilir. Araştırmacı hem içeriden bakışın avantajlarının hem de dezavantajlarının farkında olarak bu çalışmaya odaklanmıştır.

### 3.6. Araştırmacının Rolü

Araştırmacı Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubuna 16.09.2020 tarihinde üye olmuştur. Gruba üye olan araştırmacının veri toplama sürecine başlaması hemen olmamıştır. Araştırmacı topluluk kültürünü tanıyabilmek, grupta meydana gelen diyaloglara hâkim olmak ve alan notlarını tutmak amacıyla analiz sürecinden önce grubun içerisinde gözlem yapmış ve notlar almıştır. Araştırmacının grup kültürüne hâkim olduğunu düşünmesiyle 01.01.2020 ile 29.02.2020 tarihleri arasındaki iki aylık veri bilgisayar ortamında kaydedilerek veri havuzu oluşturulmaya başlanmıştır. Grup paylaşımlarının ekran görüntüleri Paint 3D programıyla .jpg formatında her ortamda ve her programda kullanılabilir fotoğraf haline getirilerek kaydedilmiştir. Facebook gruplarının bir özelliği olarak dosyalar kısmında yer alan Pdf ve Word uzantılı belgeler ile medya kısmında yer alan her türlü video, fotoğraf, belgesel, grafik, infografik ve grup üyelerinin grup içerisinde paylaşılan gönderilerin altına yaptıkları yorum/yazışma transkriptleri araştırmacının bizzat tuttuğu alan notları ve ekran görüntüleri ile birleştirilerek veri havuzu tamamlanmıştır.

Araştırmacının sadece internette bulunan veriye dayalı olarak gözlem yapması gözleme dayalı netnografi olarak adlandırılmaktadır (Varnalı, 2013). Araştırmacının saha içerisindeki konumu mevcut olan verinin gözleme dayalı olmasıyla da ilişkilendirebilir.

### 3.7. Araştırmanın Etiği

Sosyal medyadaki sosyal bilgiler öğretmen topluluklarında öğretmen etkileşiminin hangi boyutlarda meydana geldiğini anlamayı amaçlayan bu çalışmada etik bağlam üzerinde durulmuştur. Bu bağlamda araştırma sonucunun üye kontrollerine

tabi tutulması, araştırmacının söz konusu sosyal medya platformundaki profil sayfası bilgileri, netnografi çalışmalarında araştırılacak gruba dair alanyazında grupların araştırılabilirliğine uygun olduğuna dair ortak bir kanıya varılmamış olması ve son olarak netnografyanın doğasına dair verilerin gözlem ve görüşme gibi tekniklerle arka planda desteklenmesi ancak bu teknikler ile elde edilen bulguların çalışmaya etik kurulu raporu alınmaması gerekçesiyle yansıtılamaması ele alınmaktadır.

Araştırmanın etik bağlamında araştırmanın yapılacağı grup her ne kadar herkese açık olarak oluşturulmuş ve dışarıdan gözleme izin veren bir sanal topluluk olsa bile araştırmacı gruba üye olurken kendi kimliğini gizlememiştir. Araştırmacının profil sayfasında öz isim ve soyadı ile birlikte eğitim bilgileri yayımlanmıştır. Ayrıca araştırmacı ekran görüntülerinde üyelerin ismini ifşa etmemiştir. Bunun dışında grubun örneklem olarak seçilmesinden sonra grup üyelerinden onay almak amacıyla topluluk içerisinde bir mesaj yayımlanmış ve üyelerin beğeni ve yorumları dikkate alınarak araştırmanın etiği sağlanmaya çalışılmıştır. Paylaşılan mesaj aşağıda verilmektedir (Ek - 1).

*“Merhaba, Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubu. Ben Abant İzzet Baysal Üniversitesi'nde Sosyal Bilgiler Eğitimi alanında tezli yüksek lisans yapıyorum. Tez araştırma konum Facebook Sosyal Bilgiler Öğretmen Grupları çerçevesindedir. Grup yöneticilerimizin onayını aldıktan sonra sizlerin de onayını almak araştırmanın etik olması bakımından önemlidir. Eğer sizlerinde onayı olursa yaptığım araştırmada grubunuza da değinmek isterim. Beğenileriniz ve yorumlarınız benim için önemlidir. Teşekkür ederim...”*

## IV. BÖLÜM

### 4. Bulgular

Bu bölümde çalışılan grupla ilgili elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

#### 4.1. Birinci Alt Probleme İlişkin Bulgular

Facebook öğretmen gruplarından biri olan Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubunun profil sayfasına bakıldığı zaman grubun “Hakkında” bölümü bulunmaktadır. Bu bölümde grubun hedef kitlesi, grubun görünürlüğü, nerede kurulduğu, kimlere hitap ettiği, ne zaman kurulduğu ve grubun kurulma amacına dair bilgiler bulunmaktadır. Bu bölümde Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubunun kurulma amacı şu şekilde ifade edilmiştir;

*“Bu grubun kurulmasının amacı tamamen sosyal bilgilerle ilgili tablo, grafik, video, harita, bilgi notu, afiş vb çalışmaların sergilenmesidir. Amaca uygun her türlü görsel ve bilgiyi paylaşabilir ya da içeriği ya da görselleri dolaşarak bulabilirsiniz.”*



**Görsel 4.1.** Sosyal bilgiler bilgi ve görsel arşivi grubunun profil bilgilerine dair bir görüntü

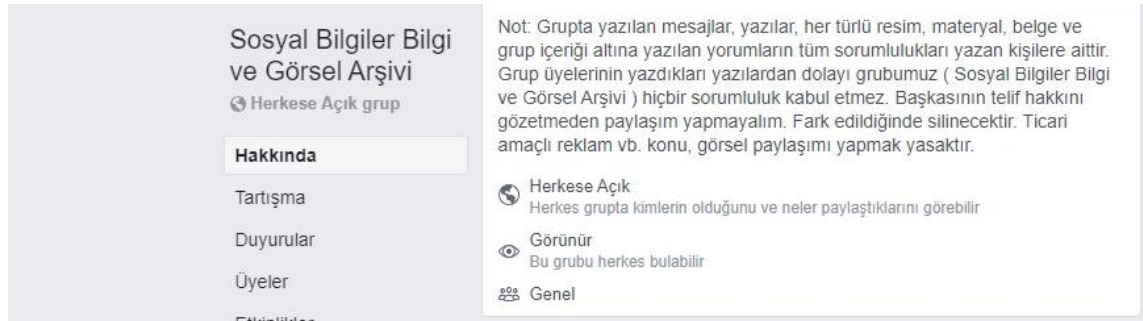
#### 4.2. İkinci Alt Probleme İlişkin Bulgular

##### 4.2.1. Grubun yazılı normlarına dair bulgular

Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubu içerisinde grubun “Hakkında” kısmında bulunan açıklamada grup kurallarıyla ilgili bir not paylaşılmış ve bu notta grupta yapılan her türlü paylaşım ile ilgili yapılan yorumların kişilerin şahsına ait olduğu, gruptaki paylaşımların telif haklarının gözetilmesi gerektiği ve ticari amaçla herhangi bir paylaşımın kabul edilmediği üyelere duyurulmaktadır. Hakkında kısmında paylaşılan bu yazı Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubunda şu şekilde ifade edilmiştir;

“Grupta yazılan mesajlar, yazılar, her türlü resim, materyal, belge ve grup içeriği altına yazılan yorumların tüm sorumlulukları yazan kişilere aittir. Grup üyelerinin yazdıkları yazılardan dolayı grubumuz ( Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi ) hiçbir sorumluluk kabul etmez. Başkasının telif hakkını gözetmeden paylaşım

yapmayalım. Fark edildiğinde silinecektir. Ticari amaçlı reklam vb. konu, görsel paylaşımı yapmak yasaktır.”



**Görsel 4.2.** Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubunun grup kurallarına ait bir görseli

Yine bu bölümde yer alan “Yöneticilerin Grup Kuralları” ile ilgili ayrıca bir paylaşımda bulunmaktadır. Grup yöneticileri tarafından oluşturulan kurallar Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubunun Hakkında sayfasında şu şekilde yer almıştır;

**“ 1. Kibar ve Nazik Ol**

*Samimi bir ortam oluşturmak hepimizin sorumluluğu. Herkese saygılı davranalım. Kibar olduğumuz sürece yapıcı tartışmalar doğaldır.*

**2. Nefret Söylemlerine veya Zorbalığa İzin Verilmez**

*Herkesin güvende hissettiğinden emin ol. Zorbalığın hiçbir türüne izin verilmez ve ırk, din, kültür, cinsel yönelim, cinsiyet veya kimlik gibi konularda yapılan küçük düşürücü yorumlara hoşgörü gösterilmez.*

**3. Tanıtım veya Spama İzin Verilmez**

*Bu grupta aldığından daha fazlasını ver. Kendi reklamını yapmaya, spama ve alakasız bağlantılara izin verilmez.*

**4. Herkesin Gizliliğine Saygı Göster**

*Bu grubun bir parçası olmak, karşılıklı güven gerektirir. Özgün, anlamlı tartışmalar grubu güzelleştirir ama hassas ve mahrem de olabilir. Grupta paylaşılanlar grupta kalmalıdır.”*



**Görsel 4.3.** Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubunun grup kurallarına ait bir görseli

#### 4.2.2. Grubun yazısız normlarına dair bulgular

Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubunun yazılı normlarının yanında yazısız normlarının bulunduğu araştırmacının saha içerisindeki gözlemlerinden edinilmiş bulguları arasındadır. Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubunda üyelerin güncel siyasete dair paylaşımlarına hiç rastlanılmaması grupta siyasi paylaşım yapmanın yasak olduğunu düşündürmüştür. Ancak üyelerin doğal felaketler gibi toplumun bütününe ilgilendiren paylaşımlara yaptıkları yorumlarda siyasi fikirlerin dile getirildiği görülmektedir. Örneğin 24 Ocak 2020 tarihinde toplumu derinden etkileyen ve can kayıplarına sebep olan Elazığ Depremi sonrasında Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubunda Kızılay’a yardım toplamak amacıyla grup yöneticilerinden biri tarafından yapılan paylaşımda çok sayıda öğretmenin Kızılay lehine ya da aleyhine yorumlar yaptığı ve bu yorumların siyasi söylemler etrafında şekillendiği görülmektedir. Aşağıda grup üyelerinin söz konusu paylaşım altına yaptıkları yorumlara dair örnekler verilmiştir.

*“GÜ1: Şu acılı günde paylaştığınız bu yorumları esefle kınıyorum, sizden gelecek olan sizde kalsın, birlik ve dayanışmanın olması gereken birgün de konuşulanlara bak, hiçmi acılı insanlara saygınız yok,”*

“GÜ2: Deprem için mi? Yoksa...Kızılayın yardıma ihtiyacı olmamalı..yillardır vergi ödiyoruz...”

“GÜ3: Kızılay başkanı makam aracını yenilesin diye mi? Toplanan paraların, alınan vergilerin hesabını versinler önce...”

“GÜ4: burası siyaset mecrası değil öğretmenlerin birbirlerini şuursuzca hakaret edecekleri bir yer hiç değildir.”

“GÜ5: o ifadeyi ben kullandım. Yanlış ekeştirenler için değil. O şahıs bana bir kac tane hakaret içeren cuümle kullandı. Yanlış herkes eleştirebilir. Ama bir yardım kampanyasını eleştiremezsiniz. Ben Düzcede yaşıyorum. İki büyük deprem geçirdik. İlkin bizzat yaşadım. Birçok yerden insanlar yardım ettiler. Devletin yapmış olduğu yardım kampanyasının paraları ile maaşların ödendiğini bizzat Ecevit kendisi söylemişti. Birileri yanlış yapabilir. Elinde bilgi ve belgesi olan yargıya başvurur. Ben kızılay başkanının avukatı değilim. Yapmışsa bir yanlış bu ülkenin muhaleti var görevini yapsın. Ben bir vatandaş olarak oradaki insanlara yardım edilmesini uygun buluyorum. Varsın kızılayın elindeki malzemeler başka bir büyük afet için saklansın. Benim sözüm Sırf milletin kafasını karıştırmak isteyenleredir. O kişi de en ağır şekilde özelden cevabını almıştır”

Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubunda grup kurallarına dair yazılı bilgilendirmeler verilmiş ancak grup kurallarına uymayanlar hakkında ne yapıldığına dair yazılı bir bilgi verilmemiştir. Grup kurallarına uymayanlar adeta bir grup kuralı niteliğinde olan grup üyeliğinin sonlandırılması ile sık olmasa da karşı karşıya kalmaktadır. Grupta özellikle siyasi, ırkçı, kaba ve nefret söylemlerini yorum olarak paylaşan üyelerin grup üyeliği sonlandırılmaktadır. Örneğin Avustralya’da 10 bin devenin öldürülmesiyle ilgili yapılan bir paylaşımda grup üyelerinden biri kaba ve neredeyse nefret söylemi olarak nitelendirilebilecek bir yorum yapmış ve grup üyeliğine bu yorumdan sonra son verilmiştir.

“GÜ1: Zamanında oborjinleri öldürdüler onların ahi tutuyor”

Bir başka örnek ise Elazığ Depremi sırasında yardım toplamak amacıyla yapılan bir paylaşımda grup üyelerinin paylaşımların altına yazdıkları yorumlarda

tartışırken konunun siyasi boyutunun öne çıkmasıyla gelişmiştir. Grup üyelerinden biri yorumda hakaret niteliğinde bir ifade kullandığı için grupta engellenmiştir.

#### 4.3. Üçüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular

Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubundaki paylaşımlar doküman incelemesi yöntemiyle incelenmiştir. Analiz sonucunda ise grubun paylaşım tipolojisi olarak adlandırılabilcek aşağıdaki paylaşım türlerine ulaşılmıştır.

**Tablo 4.1.** Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubu Paylaşım Türleri

| PAYLAŞIM TÜRLERİ                    | f          | %          |
|-------------------------------------|------------|------------|
| Materyal Paylaşımları               | 180        | 27,52      |
| Mesleki Paylaşımlar                 | 101        | 15,44      |
| Ölçme ve Değerlendirme Paylaşımları | 95         | 14,52      |
| Güncel Paylaşımlar                  | 88         | 13,45      |
| Genel Kültür Paylaşımları           | 83         | 12,69      |
| Genel Paylaşımlar                   | 56         | 8,56       |
| Yöntem ve Teknik Paylaşımları       | 38         | 5,81       |
| Bürokratik Paylaşımlar              | 8          | 1,22       |
| Rehberlik Paylaşımları              | 5          | 0,76       |
| <b>Toplam</b>                       | <b>654</b> | <b>100</b> |

Tablo 4.1. incelendiğinde paylaşım türlerine bakıldığında Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubunda dokuz tür paylaşımın öne çıktığı görülmektedir. Bu paylaşımlar yöntem-teknik, ölçme ve değerlendirme, materyal, rehberlik, bürokratik, mesleki, güncel, genel kültür ve genel paylaşımlar olarak adlandırılmıştır. Paylaşımın en fazla yapıldığı alan materyal paylaşımı en az yapıldığı alan ise rehberlik paylaşımıdır.

Aşağıdaki tabloda Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubundaki yöntem ve teknik paylaşımlarının türleri tablo 4.3.2’de verilmiştir.

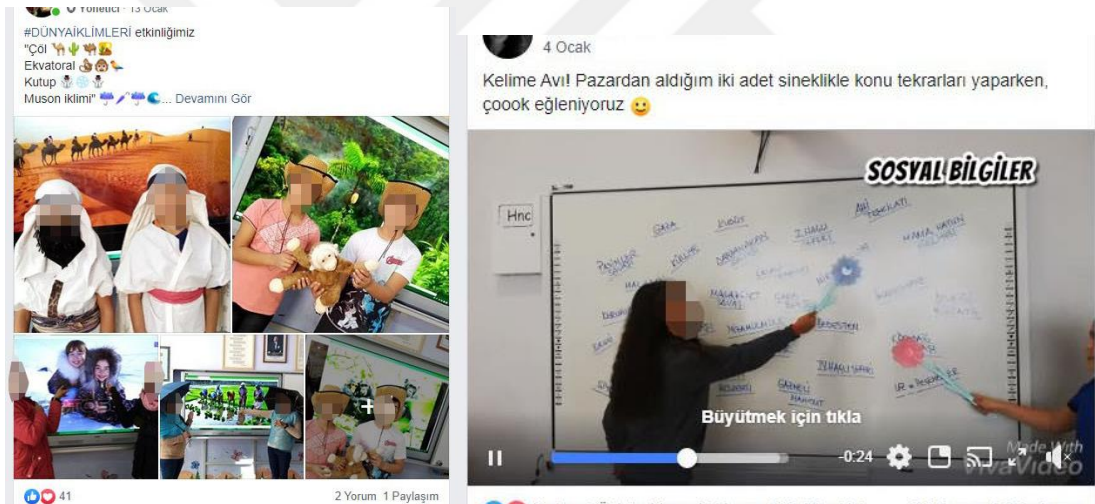
**Tablo 4.2.** Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubu yöntem teknik paylaşımları

| <b>YÖNTEM TEKNİK PAYLAŞIMLARI</b> | <b>f</b> | <b>%</b> |
|-----------------------------------|----------|----------|
| <b>Canlandırma</b>                | 10       | 27,77    |
| <b>Eğitsel Oyunlar</b>            | 9        | 25       |
| <b>Anektod Kullanımı</b>          | 8        | 22,22    |
| <b>Drama</b>                      | 3        | 8,33     |
| <b>Anlatım</b>                    | 2        | 5,55     |
| <b>Yaparak – Yaşayarak</b>        | 2        | 5,55     |
| <b>Dijital Oyun</b>               | 1        | 2,77     |
| <b>Tartışma</b>                   | 1        | 2,77     |
| <b>Toplam</b>                     | 36       | 100      |

Tablo 4.2. incelendiğinde Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubu üyelerinin 8 tür paylaşım üzerinde durduğu söylenebilir. Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubu en fazla canlandırma yöntemini kullanmaktadırlar. Canlandırma yönteminin yanı sıra eğitsel oyunlar ve anektod kullanımı da grupta en fazla paylaşılan yöntem-teknikler arasındadır. En az paylaşım ise dijital oyun ve tartışma tekniği alanında yapılmıştır. Gezi, gözlem, görüşme gibi sınıf dışı etkinlikler; programlı öğretim, bireyselleştirilmiş öğretim ve bilgisayar destekli öğretim gibi bireysel öğretim etkinlikleri; simülasyon, gösteri, mikro öğretim gibi grupla öğretim tekniklerinin ve örnek olay, problem çözme ve bireysel çalışma gibi yöntemlerin kullanılmadığı da edinilen bulgular arasındadır.



**Görsel 4.4. Anektod ve Drama Paylaşımı Görselleri**



**Görsel 4.5. Canlandırma ve Eğitsel Oyun Paylaşım Görselleri**

Aşağıdaki tabloda Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubundaki ölçme ve değerlendirme paylaşımlarının türleri tablo halinde verilmiştir (Tablo 4.3.).

**Tablo 4.3. Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubu ölçme ve değerlendirme paylaşımları**

| ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME<br>PAYLAŞIMLARI | f  | %     |
|----------------------------------------|----|-------|
| Test                                   | 41 | 43,15 |

|                                   |    |       |
|-----------------------------------|----|-------|
| <b>Boşluk Doldurma</b>            | 13 | 13,68 |
| <b>Doğru Yanlış</b>               | 11 | 11,57 |
| <b>Denemeler ve Çıkış Sorular</b> | 11 | 11,57 |
| <b>İstatistikler</b>              | 8  | 8,42  |
| <b>Proje Ödevi</b>                | 4  | 4,21  |
| <b>Eşleştirme</b>                 | 2  | 2,10  |
| <b>Performans Ödevi</b>           | 2  | 2,10  |
| <b>Başarı Belgeleri</b>           | 2  | 2,10  |
| <b>Karışık Soru Grubu</b>         | 1  | 1,05  |
| <b>Toplam</b>                     | 95 | 100   |

Tablo 4.3. incelendiğinde ölçme değerlendirme paylaşımlarının Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubunda test, boşluk doldurma, doğru-yanlış, eşleştirme, denemeler ve çıkmış sorular, karışık soru grubu, proje ödevi, performans ödevi, başarı belgeleri ve istatistiklerden oluştuğu görülmektedir. En fazla paylaşılan ölçme değerlendirme türünün test olduğu en az paylaşılan ölçme değerlendirme türünün ise karışık soru grubu olduğu yukarıdaki tabloya bakılarak söylenebilir. Test, boşluk doldurma ve doğru yanlış gibi ölçme değerlendirme paylaşımlarının bir kısmı matbu olarak kullanılması gereken testlerden oluşurken bir kısmı da akıllı tahtalarda kullanılabilecek formatlarda düzenlenerek grupta paylaşılmaktadır. Denemeler ve çıkmış sorular ise ÖSDGM, MEB, EBA ve sosyalbilgiler.biz destekli kaynaklardan paylaşılmaktadır. Ölçme değerlendirme paylaşımlarının tümü incelendiğinde alternatif ölçme değerlendirme paylaşımlarının geleneksel ölçme değerlendirme paylaşımlarına oranla az olduğu görülmektedir. Performans ve proje ödevi dışında alternatif ölçme değerlendirme paylaşımlarının yapılmadığı ve dijital ölçme ve değerlendirme araçlarının kullanılmadığı da edinilen bulgular arasındadır.



**Görsel 4.6.** Test ve performans ödevi paylaşım görselleri

<https://sosyalbilgiler.biz/forum/konu/lgs-2019-sorularinin-puan-dagilimi.60779/>

| LGS 2019 PUAN DAĞILIMLARI |             |          |             |                  |
|---------------------------|-------------|----------|-------------|------------------|
| DERSLER                   | SORU SAYISI | KAT SAYI | 1 NET PUANI | ETKİLEME YÜZDESİ |
| MATEMATİK                 | 20          | 4        | 4,9526      | 33%              |
| FEN                       | 20          | 4        | 4,0723      | 27%              |
| TÜRKÇE                    | 20          | 4        | 3,6714      | 24%              |
| DİN                       | 10          | 1        | 1,9407      | 6%               |
| İNKILAP                   | 10          | 1        | 1,6813      | 5%               |
| İNGİLİZCE                 | 10          | 1        | 1,6367      | 5%               |

<https://sosyalbilgiler.biz/forum/konu/lgs-subat-ayi-ornek-sorulari.60863/>

2019-2020 Öğretim Yılı | [odsgm.meb.gov.tr](https://odsgm.meb.gov.tr)

Sınavla Öğrenci Alacak Ortaöğretim Kurumlarına İlişkin Merkezî Sınav Yönelik Şubat Ayı Örnek Soruları

**Görsel 4.7.** İstatistik ve deneme sınavı paylaşım görselleri

Aşağıdaki tabloda Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubundaki materyal paylaşımlarının türleri tablo halinde verilmektedir (Tablo 4.4.).

**Tablo 4.4.** Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubu materyal paylaşımları

| MATERYAL PAYLAŞIMLARI | f  | %    |
|-----------------------|----|------|
| Görsel                | 69 | 37,5 |

|                         |     |       |
|-------------------------|-----|-------|
| <b>Görsel - İşitsel</b> | 52  | 28,26 |
| <b>Matbu</b>            | 38  | 20,65 |
| <b>Gerçek Nesne</b>     | 14  | 7,60  |
| <b>Dijital</b>          | 6   | 3,26  |
| <b>İşitsel</b>          | 5   | 2,71  |
| <b>Toplam</b>           | 184 | 100   |

Tablo 4.4. incelendiğinde materyal paylaşımlarının Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubunda altı başlık altında toplandığı söylenebilir. Görsel, işitsel, görsel-işitsel, gerçek nesne, matbu ve dijital materyallerin paylaşıldığı Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubunda araştırma süreci içerisinde toplamda 184 materyal paylaşılmıştır. Bu paylaşımlar arasında görsel materyallerin ve hem görsel hem de işitsel olan materyallerin sıkça paylaşıldığı görülmektedir. En az paylaşım ise işitsel materyaller alanında yapılmıştır. Yukarıdaki materyal paylaşım türleri aşağıda içerikleri ile birlikte verilmektedir;

| <b>MATERYAL<br/>PAYLAŞIMLARI</b> | <b>TÜRLER</b>                                                      |
|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| <b>Görsel</b>                    | Sunu, İnfografik, Fotoğraf, Karikatür, Gazete, Afiş, Harita, Resim |
| <b>İşitsel</b>                   | Şarkı                                                              |
| <b>Görsel - İşitsel</b>          | Video, Belgesel, Film, Dizi, Animasyon, Şarkı                      |
| <b>Gerçek Nesne</b>              | Pano, Sınıf Tahtası, Balon, Mukavva, Taş, İp, Tarım ürünleri       |
| <b>Matbu</b>                     | Boyama Kağıtları, İnteraktif Defter Şablonları, Tiyatro Metni      |
| <b>Dijital</b>                   | Dijital Arşiv                                                      |



Görsel 4.8. Görsel materyal paylaşım görselleri



Görsel 4.9. Gerçek nesne ve dijital materyal paylaşım örnekleri

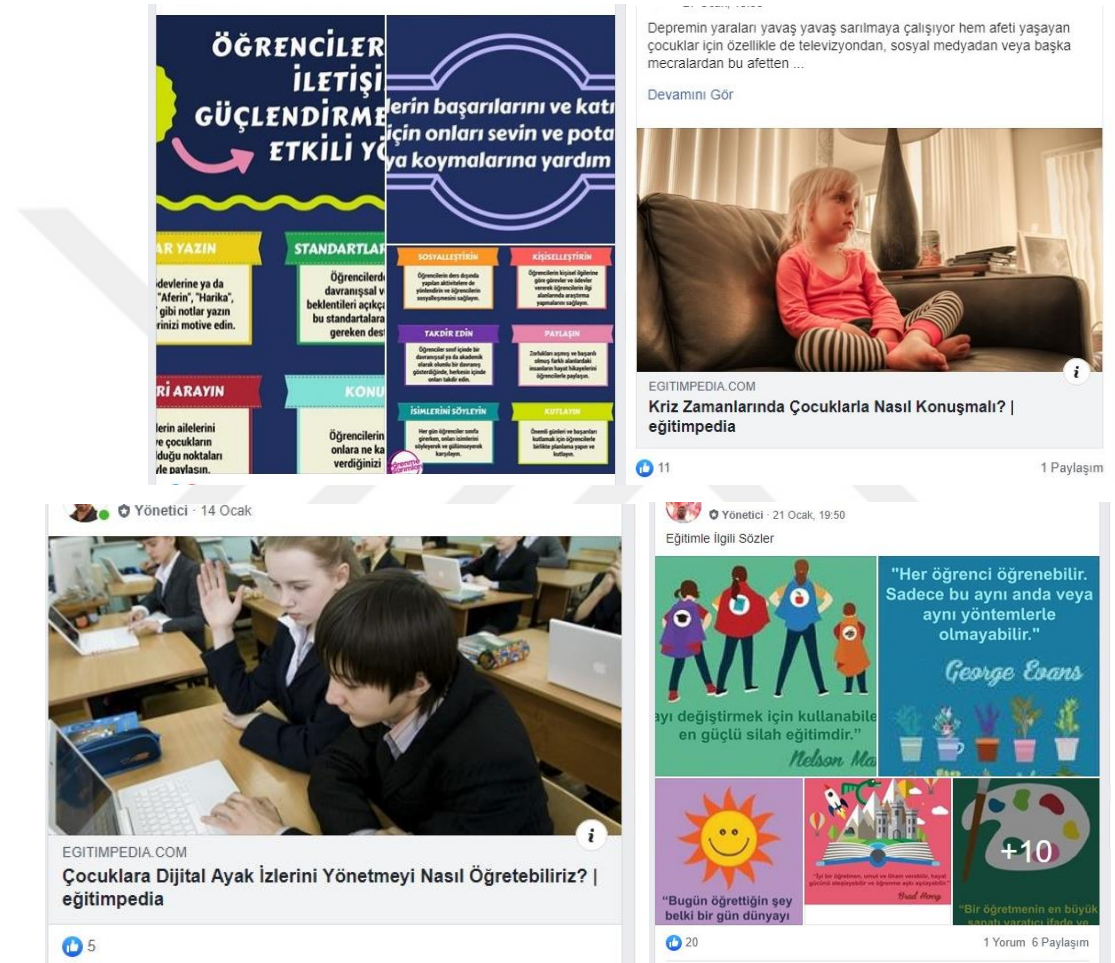
Aşağıdaki tabloda Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubundaki rehberlik paylaşımlarının türleri tablo halinde verilmektedir (Tablo 4.5.).

Tablo 4.5. Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubu rehberlik paylaşımları

| REHBERLİK PAYLAŞIMLARI | f        | %          |
|------------------------|----------|------------|
| Öğrenci                | 4        | 80         |
| Öğretmen               | 1        | 20         |
| <b>Toplam</b>          | <b>5</b> | <b>100</b> |

Tablo 4.5. incelendiğinde rehberlik paylaşımlarının öğrenci ve öğretmenlerin dikkate alınarak yapıldığı söylenebilir. Öğrencilerin dijital ayak izlerini nasıl

yönetebileceği, sözlü notu ve yaşam becerilerine dair yapılan paylaşımlar öğrencilere dayalı rehberlik paylaşımı içerisinde değerlendirilmiştir. Bunun yanında öğretmenlerin öğrencilerle olan iletişimine dair yapılan paylaşımlarda öğretmenlere dayalı rehberlik paylaşımı altında vurgulanmıştır. Eğitimin bir parçası olan veliler için ise herhangi bir paylaşımın bulgusuna ulaşılmamıştır.



**Görsel 4.10.** Öğrenciler ve öğretmenler için rehberlik paylaşım görselleri

Aşağıdaki tabloda Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubundaki bürokratik paylaşımların türleri tablo halinde verilmektedir (Tablo 4.6.).

**Tablo 4.6.** Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubu bürokratik paylaşımları

| BÜROKRATİK PAYLAŞIMLAR | f | %  |
|------------------------|---|----|
| Evrak                  | 4 | 50 |

|                       |   |     |
|-----------------------|---|-----|
| <b>Atama</b>          | 2 | 25  |
| <b>Yer Değiştirme</b> | 2 | 25  |
| <b>Toplam</b>         | 8 | 100 |

Tablo 4.6. incelendiğinde Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubunun evrak, atama ve yer değiştirme olmak üzere 3 ana başlıktan oluşan bürokratik paylaşımları görülmektedir. Zümre toplantı tutanakları, şube öğretmenleri toplantı tutanakları ve verimliliği artırma çalışmalarlarıyla ilgili tutanaklar evrak başlığı altında değerlendirilmiştir. Atama ve yer değiştirme ile ilgili yapılan paylaşımlara bakıldığında ise paylaşımların mazeret, taban puan, özür grubu, iletişim ve duyuru temelinde yapıldığı edinilen bulgular arasındadır.



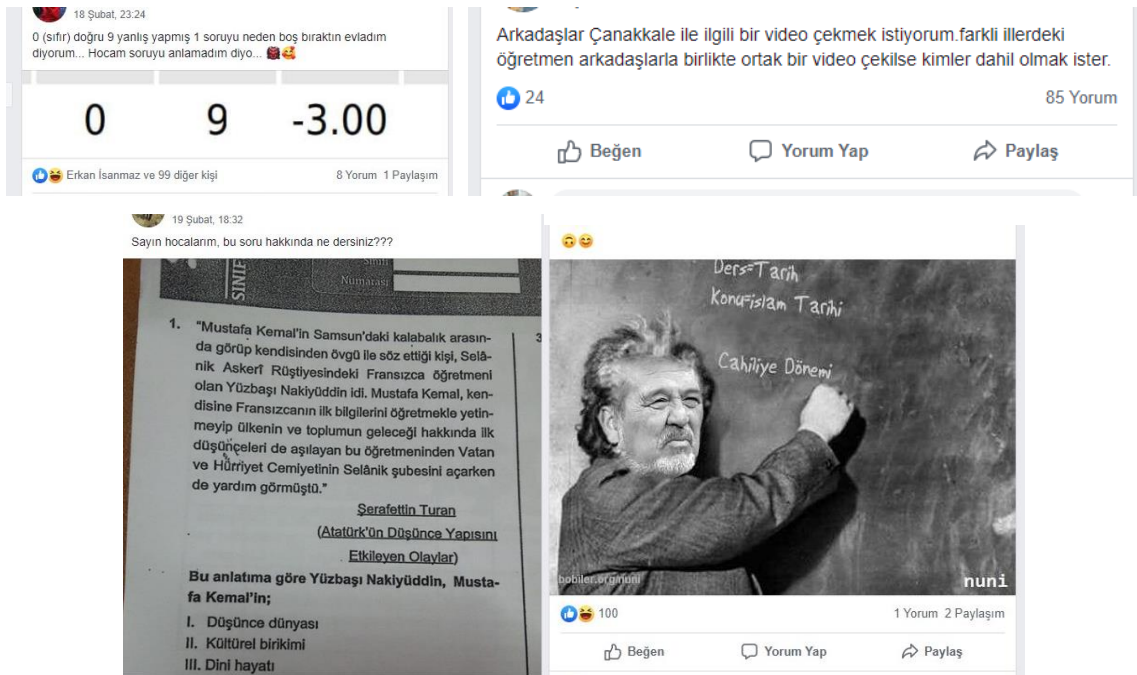
**Görsel 4.11.** Yer Değiştirme ve evrak kategorilerinde bürokratik paylaşım örnekleri

Aşağıdaki tabloda Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubundaki mesleki paylaşımların türleri tablo halinde verilmektedir (Tablo 4.3.7).

**Tablo 4.7.** Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubu mesleki paylaşımları

| MESLEKİ PAYLAŞIMLAR | f   | %     |
|---------------------|-----|-------|
| <b>İşbirliği</b>    | 76  | 75,24 |
| <b>Mizah</b>        | 13  | 12,87 |
| <b>Okul</b>         | 7   | 6,94  |
| <b>Motivasyon</b>   | 5   | 4,95  |
| <b>Toplam</b>       | 101 | 100   |

Tablo 4.3.7 incelendiğinde Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubunda yer alan paylaşımların türleri görülmektedir. İşbirliği, mizah, okul ve motivasyon olarak verilen paylaşım türlerine bakıldığında Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubu yoğunlukla meslektaşları arasında işbirliğini sağlayacak paylaşımlarda bulunmaktadır denilebilir. En fazla paylaşımın yapıldığı işbirliği alanında meslektaşların kendi aralarında tecrübelerini paylaştığı, tavsiye aldığı, hatırlatmalarda bulunduğu, kişisel ve mesleki gelişimi sağlayacak becerilere değindiği, bir konuda bilgi almak amacıyla yapılan paylaşımlar edinilen bulgular arasındadır. Bunun yanında mizah alanında da yapılan paylaşımlar grupta en fazla ikinci türdeki yapılan mesleki paylaşımlar arasındadır. En az paylaşım ise motivasyon türünde yapılmaktadır. Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubunda kaynak, etkinlik, öğretim teknikleri, ölçme değerlendirme, materyal gibi konularda tavsiyeler sık sık alınmaktadır. Ancak tavsiye alınan başka bir alanda bilişim ile ilgilidir. Öğretmenlerin zaman zaman bilişim alanında bilmedikleri bir programı da yine bu platform üzerinden birbirlerine danıştıkları ve bu konuda tavsiye aldıkları da edinilen bulgular arasındadır. Öğretmenlerin dijital uygulamaları nasıl kullanabilecekleri konusunda beceri temelli mesleki gelişim paylaşımları da bulunmaktadır.





**Görsel 4.12.** Mesleki Paylaşım Görselleri

Aşağıdaki tabloda Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubundaki güncel paylaşımların türleri tablo halinde verilmektedir (Tablo 4.8.).

**Tablo 4.8.** Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubu güncel paylaşımları

| GÜNCEL PAYLAŞIMLAR              | f  | %     |
|---------------------------------|----|-------|
| <b>Haberler</b>                 | 32 | 37,20 |
| <b>Doğal Afetler</b>            | 22 | 25,58 |
| <b>Belirli Gün ve Haftalar</b>  | 20 | 23,25 |
| <b>Duyurular</b>                | 11 | 12,79 |
| <b>Anlık Fotoğraf Çekimleri</b> | 1  | 1,16  |
| <b>Toplam</b>                   | 86 | 100   |

Tablo 4.3.8 incelendiğinde Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubunda güncel paylaşımların en fazla haber kategorisi olarak öne çıktığı söylenebilir. Doğal afetler, belirli gün ve haftalar, duyurular ve anlık fotoğraf çekimleri olarak adlandırılan paylaşımların da yapıldığı güncel paylaşımlar bulunmaktadır. Bu paylaşımların içeriğine bakıldığında zaman özellikle “haberler” başlığı altında doğa, spor, kültür, bilim, sanat, sağlık, eğitim ve politika gibi haber paylaşımlarının yapıldığı edinilen bulgular arasındadır. Belirli gün ve haftalar ile ilgili paylaşımlara bakıldığında ise Türk tarihindeki sanat, hukuk, doğa ve politika alanında öne çıkan önemli kişilerin ve olayların anıldığı görülmektedir. Doğal afetlerle ilgili yapılan paylaşımlara bakıldığında ise hem Türkiye’de hem de dünyada meydana gelen deprem ve çığ gibi toplumu

etkileyen ve can kayıplarına sebep olan olaylara dair paylaşımların mevcut olduğu görülmektedir. Duyurularda ise ders anında çekilen fotoğrafların paylaşılması, sınavlar, sınav istatistikleri ve doğaya dair paylaşımlar yapılmıştır.



**Görsel 4.13.** Güncel paylaşım örnekleri

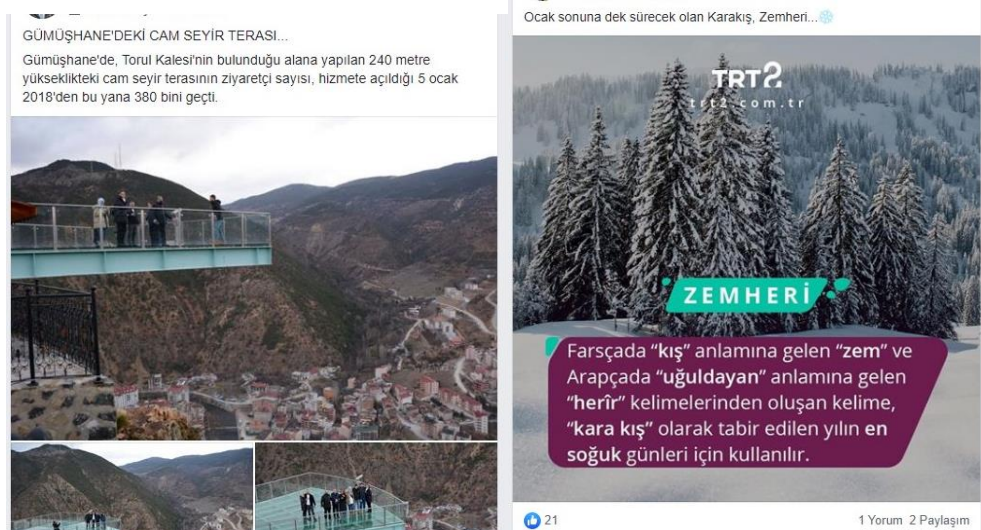
Aşağıdaki tabloda Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubundaki genel kültür paylaşımların türleri tablo halinde verilmektedir (Tablo 4.3.9).

**Tablo 4.9.** Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubu genel kültür paylaşımları

| GENEL KÜLTÜR PAYLAŞIMLARI | f  | %     |
|---------------------------|----|-------|
| <b>Turizm</b>             | 56 | 67,46 |
| <b>Sanat</b>              | 10 | 12,04 |
| <b>Tarih</b>              | 7  | 8,43  |
| <b>Edebiyat</b>           | 3  | 3,61  |

|                  |    |      |
|------------------|----|------|
| <b>Tasarım</b>   | 2  | 2,40 |
| <b>Spor</b>      | 2  | 2,40 |
| <b>Tıp</b>       | 1  | 1,20 |
| <b>Felsefe</b>   | 1  | 1,20 |
| <b>Teknoloji</b> | 1  | 1,20 |
| <b>Toplam</b>    | 83 | 100  |

Tablo 4.9. incelendiğinde turizm, tarih, spor, tıp, sanat, felsefe, edebiyat, tasarım ve teknoloji alanında genel kültür paylaşımlarının yapıldığı görülmektedir. En fazla paylaşımın yapıldığı turizm başlığında paylaşımların kendi aralarında tarihi ve doğa olmak üzere iki ayrı başlık altında toplandığını söylemek mümkündür. Bu paylaşımlar daha çok bir tarihi esere ya da doğa turizmine yönelik bilgilendirmeler olarak adlandırılabilir. Sanat alanında yapılan paylaşımlarda öne çıkmaktadır. Bu paylaşımların içeriğine bakıldığında Türk ve dünya kültürüne ait sanat eserlerinin ve motiflerinin dikkat çekici yönlerinin vurgulandığı görülmektedir. Genel kültür paylaşımlarına bakıldığında en az paylaşımın felsefe ve teknoloji alanında yapıldığı da edinilen bulgular arasındadır.





**Görsel 4.14.** Genel kültür paylaşımları örnekleri

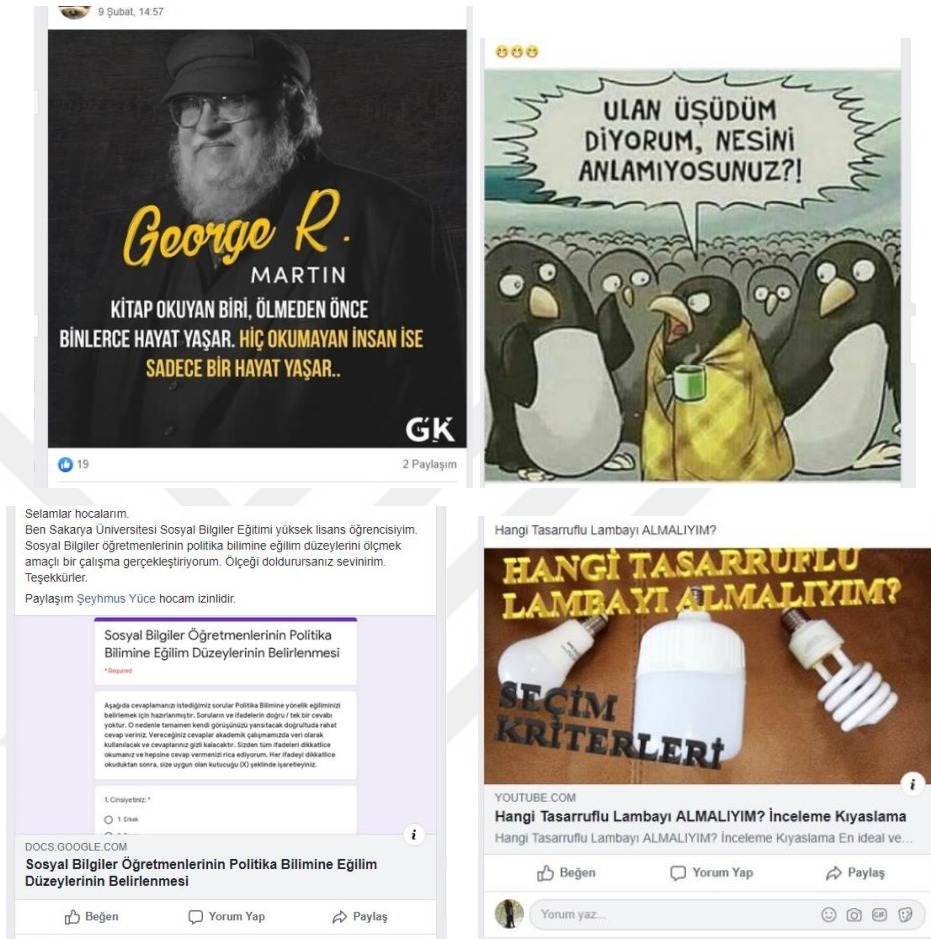
Aşağıdaki tabloda Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubundaki genel paylaşımların türleri tablo halinde verilmektedir (Tablo 4.10.).

**Tablo 4.10.** Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubu genel paylaşımları

| GENEL PAYLAŞIMLAR  | f         | %          |
|--------------------|-----------|------------|
| Özlü Söz           | 19        | 34,54      |
| Fotoğraf           | 14        | 25,45      |
| Misafirler         | 6         | 10,90      |
| Mizah              | 4         | 7,27       |
| Hitap              | 4         | 7,27       |
| Dikkat Çekme       | 3         | 5,45       |
| Toplumsal Değerler | 2         | 3,63       |
| Hobi               | 2         | 3,63       |
| Tasarruf           | 1         | 1,81       |
| <b>Toplam</b>      | <b>55</b> | <b>100</b> |

Tablo 4.10. incelendiğinde Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubundaki paylaşımların hobi, özlü söz, fotoğraf, hitap, misafirler, mizah, tasarruf, dikkat çekme ve toplumsal değerler olmak üzere on farklı türden meydana geldiği söylenebilir. Özlü söz paylaşımları bu paylaşım tipi içerisinde en çok öne çıkan kategoridir. Bu kategoride

grup üyelerinin kendi düşüncelerini ya da önemli yazarların ve sanatçıların cümlelerini alıntılayarak bir fotoğraf yardımıyla paylaştığı görülmektedir.



Görsel 4.15. Genel paylaşım örnekleri

#### 4.4. Dördüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular

Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubu sosyal medya platformlarından biri olan Facebook içerisinde yer alan bir öğretmen topluluğu grubudur. Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubunun Hakkında bölümünde yer alan bilgilere bakıldığında grubun 7 Aralık 2015 tarihinde kurulduğu görülmektedir ayrıca grubun üye sayısı üye olunan tarihte 24.190'dır. Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubu benzer amaçlarla bir araya gelen farklı sosyal bilgiler öğretmen gruplarından sayıca en çok üyeyi

barındırdığı için Sosyal Bilgiler dersi kapsamında üye sayısı en fazla olan sosyal bilgiler öğretmen grubudur denilebilir.



**Görsel 4.16.** Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubu Hakkında Bilgileri

Bu çalışmanın alt problemlerinden biri olan “*Sosyal Bilgiler Öğretmenleri Facebook Gruplarında Ne Tür Paylaşım Yapmaktadırlar?*” dördüncü alt problemiyle ilgili edinilen bulgulara bakıldığında bulgular arasında materyal paylaşımlarının türlerine ait bulgulara da ulaşılmıştır. Bu bulgular arasında paylaşımların görsel, işitsel, hem görsel hem işitsel, gerçek nesne, matbu ve dijital olarak ayrıldığını görmekteyiz. Materyal paylaşımları öncelikli olmak üzere Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubu’nda yapılan her paylaşım aynı zamanda dijital bir platform olan Facebook üzerinden gerçekleşmektedir. Bunun yanı sıra paylaşım türlerine bakıldığı zaman paylaşımların çoğunun interaktif medya sahasına ait olduğu da edinilen bulgular arasındadır.

| Materyal Paylaşımları Türleri |                                                                    |
|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| <b>Görsel</b>                 | Sunu, İnfografik, Fotoğraf, Karikatür, Gazete, Afiş, Harita, Resim |
| <b>İşitsel</b>                | Şarkı                                                              |
| <b>Görsel - İşitsel</b>       | Video, Belgesel, Film, Dizi, Animasyon, Şarkı                      |
| <b>Gerçek Nesne</b>           | Pano, Sınıf Tahtası, Balon, Mukavva, Taş, İp,                      |

|                |                                                                  |
|----------------|------------------------------------------------------------------|
|                | Tarım ürünleri                                                   |
| <b>Matbu</b>   | Boyama Kağıtları, İnteraktif Defter Şablonları,<br>Tiyatro Metni |
| <b>Dijital</b> | Dijital Arşiv                                                    |

Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubunun profili incelendiğinde profili tanımlayan görsel Türkiye haritası üzerinde şehirlerin veya bölgelerin yöreye özgü yemeklerini, turistik yerlerini, madenlerini, faaliyetlerini ve tarihi mekânlarını gösteren infografik türünde bir görsel olduğu görülmektedir.



**Görsel 4.17.** Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubu profil fotoğrafı

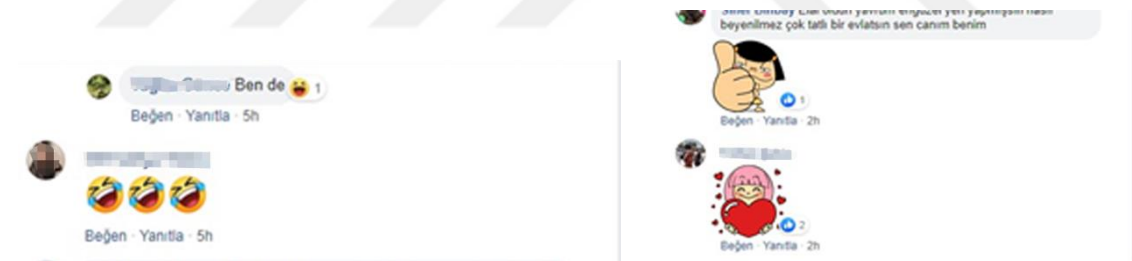
Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubu'nda Facebook platformunun bir özelliği olarak paylaşılan bir gönderinin altında “yorum yap”, “beğen” ve “paylaş” komutlarının yer aldığı görülmektedir. Bir gönderinin altına üyelerin yorum yapmalarını sağlayan komut “yorum yap”, paylaşılan bir gönderiye ifade veya beğeni (like) bırakmak amacıyla “beğen” komutu ve paylaşılan bir gönderiyi üyelerin kendi profillerinde de paylaşmalarını sağlayan komut “paylaş” olarak adlandırılmıştır. Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubundaki veriler incelendiğinde aşağıdaki tabloya ulaşılmaktadır;

| Facebook Komutları | Kullanım |
|--------------------|----------|
| <b>Yorum Yap</b>   | 19808    |
| <b>Beğen</b>       | 15405    |
| <b>Paylaş</b>      | 2169     |

|               |              |
|---------------|--------------|
| <b>Toplam</b> | <b>37382</b> |
|---------------|--------------|

Yukarıdaki tablo incelendiğinde Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubunda 19808 kere “yorum yap” komutunun kullanıldığı görülmektedir. “Beğen” komutu ise Facebook içinde aynı zamanda “Like” olarak da bilinen beğen, gülen yüzler ve farklı insan ifadelerinin olduğu komutlardan biridir. Bu komut 15405 kez kullanılmıştır. “Paylaş” butonu ise 2169 kere kullanılmıştır. Tabloya bakarak Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubu üyelerinin platform üzerinden toplamda 37382 kere etkileşime girdiği söylenebilir.

Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubu üyelerinin grup içerisinde kullandıkları dile ait elde edilen verilerin incelenmesiyle gönderilerin altına yorum yaparken grup üyelerinin düşüncelerini cümle olarak ifade etmelerinin yanı sıra sadece emojileri kullandıkları da tespit edilmiştir.



**Görsel 4.18.** Emojileri kullandıklarına dair görseller

Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubunda bazı gönderilerin altına üyelerin yorum olarak nokta ve üç nokta gibi noktalama işaretlerini bıraktıkları da edinilen bulgular arasındadır.





**Görsel 4.19.** Noktalama kullandıklarına dair görseller

Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubunda materyal paylaşımları oldukça fazla yapılmaktadır. Grupta paylaşılan bazı toplu materyaller karekod olarak paylaşılmaktadır. Bu paylaşımlara ulaşılabilmesi amacıyla üyelerin karekod uygulaması edinmeleri gerekmektedir.



**Görsel 4.20.** Karekod kullandıklarına dair bir görsel

## V. BÖLÜM

### 5. Tartışma ve Sonuç

Araştırmanın bu bölümünde Sosyal Bilgiler öğretmenlerinin Facebook Sosyal Bilgiler öğretmen gruplarındaki etkileşimlerinin boyutlarını anlamayı amaçlayan bu çalışmanın bulgularından hareketle ortaya çıkan sonuçlar dört bölüm altında tartışılacaktır. Bu bölümler “amaç”, “norm”, “tipoloji” ve “dijital kültür izleri” temaları ile işlenecektir.

#### 5.1. Amaç

Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubu “sosyal bilgiler dersine ilişkin her türlü medyayı barındıran bir grup olmak” amacıyla grubun kurulduğunu ifade etmektedirler. Ancak grubun sadece belirtildiği şekilde görsel, işitsel ve matbu materyallerin toplanması amacıyla değil aynı zamanda bu gruba üye olan sosyal bilgiler öğretmenlerinin meslektaşlarıyla gerek iletişimde olabilmeleri gerekse meslektaşlarından yardım alabilmek amacıyla sosyal medya gruplarını tercih ettikleri sonucuna da ulaşılmaktadır. Bu sonuca dayalı olarak Facebook gruplarının sosyal bilgiler öğretmenleri tarafından bu amaçlar etrafında kullanılması sosyal bilgiler öğretmenlerinin Facebook’ta diğer sosyal medya platformlarına nazaran daha aktif olduklarını ve Facebook’un bu amaca hizmet edebilecek en iyi uygulamalardan biri olduğunu düşündürmektedir. Sarıdaş ve Deniz (2018), çevrimiçi ortamlarda öğretmenlerin oluşturdukları öğrenme topluluklarının öğretmenlerin mesleki gelişimlerini nasıl etkilediğini incelemek istediği çalışmasının sonucunda öğretmenlerin en çok Facebook gruplarını kullandığı tespit edilmiştir. Bir başka çalışmada ise Amerika merkezli eğitim pazarlamacılığı alanında oldukça geniş bir perpektife sahip olan MDR araştırma merkezi 2019 yılında yapmış olduğu araştırmanın sonucunda ise

katılımcıların %83'ünün Facebook'u kullandığı ve Facebook'u eğitim amaçlı kullanma nedenlerinin arasında yeni öğretim fikirlerinden ilham almaları, sınıfları için farklı kaynakları bulabilmeleri, eğitim alanındaki yeni trendleri takip etmeleri ve meslektaşlarıyla iletişim kurabilmeleri yer almaktadır (MDR, 2020). We are Social'ın 2020 verilerine göre de Facebook'un en çok kullanılan sosyal medya platformu olması öğretmenlerin de kuşkusuz bu ortamda bir araya gelmelerini kaçınılmaz kılmaktadır.

Facebook'un en çok kullanılan sosyal medya platformu olması ve eğitimciler tarafından çok tercih edilmesi Facebook'un iletişim ve etkileşim alanında avantajlı yönlerinin olduğunu ortaya koymaktadır. Facebook üyelerine sadece iletişim imkânı sunan bir platform değildir. Aynı zamanda bireylerin organizasyon ve etkinliklerle bir araya geldiği, bilgi ve düşüncelerin paylaşıldığı, bireylerin farklı amaçlarla bir araya gelerek kendilerini ait hissedebilecekleri bir alan oluşturabildikleri ve farklı medya türlerini bir arada barındıran bir platform olma özelliğine sahiptir. Bireylerin bir araya gelerek sosyal ağ üzerinden etkileşimi arttırarak sosyalleşmeyi gerçekleştirmeleri de yine bu platform sayesinde gerçekleşmektedir. Facebook sitesi içerisinde oluşturulabilecek grup sayfalarıyla bireyler kendilerine ve amaçlarına uygun gruplara dâhil olabilmektedirler.

## 5.2. Norm

Sosyal medyada henüz çözüme kavuşmamış olan etik sorunlar başlığı altında irdelenebilecek problemler Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubunda grup kuralları olarak özetlenmiştir. Bu kurallar arasında paylaşımların telif hakkı, ticari reklamlar, nefret söylemi, grubun gizliliği ile ilgili başlıklar gösterilebilir.

Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubunun yazılı ve yazısız normları bulunmaktadır. Yazılı normları, Facebook grubunda belirtildiği gibi grup içerisinde paylaşım altına yapılan yorumların sorumluluklarının gruba değil yazar şahıslara ait olduğu, özgün paylaşımlarla ilgili telif haklarının gözetildiği, ticari amaçlı reklamların yasak olduğu, spama ve nefret söylemlerine izin verilmediği ve grupta paylaşılan her

türlü paylaşımın grupta kalması gerektiğidir. Ancak Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubunun yazılı normlarının yanında yazısız normlarının da bulunduğu görülmektedir. Yazısız kurallar arasında ise grupta doğrudan siyasi paylaşımlar yapılmaması ve grubun yazılı kurallarına uymayanlara yönelik gruptan atılma uygulamasının olması gösterilebilir. Grup kurallarının tümüne bakıldığında görülmektedir ki kişilerin güvenliğini esas alan bir yapı mevcuttur. Ancak bu yapının sosyal medyanın rahat ve kolay erişilebilir yapısından olumsuz etkilenmemesi mümkün değildir dolayısıyla sosyal medyada etik sorunlar öne çıkmaktadır.

- Etik olarak öne çıkan ilk sorun Facebook reklamlarıdır. Bugün birçok firma Facebook reklamlarını ya ajanslardan destek alarak ya da kendisi oluşturmaktadır. Birçok firmanın kendini marka olarak tanıtmak ve satışlarını arttırabilmek için sosyal medyayı özellikle Facebook'u kullandığı görülmektedir. Markaların Facebook üzerinden potansiyel olarak müşterilerine ulaşmaları, tüketicilerin de yine bu platform üzerinden firmalara dair ürün ve hizmetler hakkında bilgi almaları pazarlama konusundaki etkileşimi oldukça sağlamaktadır. Ancak Facebook reklamlarına bakıldığında aldatıcı, yanıltıcı, çocukları hedef alan, cinsel unsurları içeren ve geleneksel medyada yasak olan ürünlerin de tanıtımının yapıldığı reklamların olduğuna dikkat çekmek gerekmektedir (Diker, 2016). Bu bağlamda gerekli duyarlılığın platform ve kişisel olarak gösterilmesi yararlı olacaktır çünkü sosyal medyadaki etik sorunlara ilişkin stratejiler henüz geliştirilmemiştir. Bu çalışmanın örneklem grubu olan Facebook Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubunun kurallarına bakıldığında da ticari reklamların yasak olduğu görülmektedir. Facebook'un platform olarak reklam konusundaki esnekliğinin grup içerisinde yapılabilecek reklam ve pazarlamaya yönelik faaliyetlerinin grubun her türlü materyali edinme amacına hizmet etmesinin ötesinde farklı bir role bürünebileceğini düşündürmüş olabilir. Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubu bu sebeple ticari paylaşımların önüne geçmek istemiş ve sosyal medyanın bizihi saha olarak bu konudaki sınırlamayı sağlamaması da grubun kuralları arasında ticari reklamların yasaklanmasını gerekli kılmıştır diyebiliriz.

- Etik olarak öne çıkan ikinci sorun ise sosyal medyada telif hakları sorunudur. Telif hakkı, kişi ya da kişilerin meydana getirdikleri her türlü ürünün

kullanılması ve kopyalanmasına ilişkin hukuken sağlanan hak olarak tanımlanmaktadır (Wikipedia, 2020). Bu hakkın sosyal medya alanında da irdelenmesi hak sahipleri açısından önemli bir husustur. Sosyal medya sitelerinde telif hakları hukukunu ilgilendiren esas eylem “paylaşmak” eylemidir. Sosyal medya kullanıcılarının kendilerinin meydana getirdikleri orijinal ürünleri paylaşabilmeleri, başkalarının meydana getirdiği bir üründen yararlanarak kendilerine ait eserleri yaratıp paylaşabilmeleri ve başka birinin eserini doğrudan paylaşabilmeleri telif hakları hukukunun konuya dâhil olduğu noktalardır. Günlük hayatımızda her ne kadar önemsemeden bu paylaşım tiplerini gerçekleştiriyor olsak bile bu paylaşım türleri telif hakları hukuku açısından çeşitli problemleri beraberinde getirmektedir. Hak sahipleri, ortam sağlayıcılar ve kullanıcılar arasında sosyal medyada paylaşılan orijinal içeriğin işlenmiş içerikten ya da kopya içerikten ayırt edilmesinin zor olması gibi haller bu problemler arasında gösterilebilir. Ancak sosyal medyanın çevrimiçi platform içinde kullanıcı sözleşmeleriyle beraber bir çeşit uyar-kaldır prosedürünün işlemesi ihlallerle ilgili en hızlı ve ağır olmayan çözümlerin alınması fırsatını yaratmaktadır. Ancak hukuka ve kullanıcıların algısına da sosyal medyadaki telif haklarına dair çeşitli enformasyonlar sağlanmalıdır (Kaynak ve Koç, 2015). Tam bu noktada dijital emek kavramına değinmek gerekir. Sosyal medyada üretilen içeriğin ya da üretilmiş olan içeriğin paylaşılması esasına dayanan sosyal medyadaki telif haklarını gözetme durumu ve reklamların yoğun bir şekilde kullanıcıların sayfasına düşmesi bu platformlar üzerinde bir emeğin olduğuna dair algıları güçlendirmektedir. Dijital emek kavramının sosyal medya kullanıcılarını üre-tüketici olarak ele alır. Zaten telif hakları hukukunda da sosyal medyadaki bireyler üre-tüketici konumundadır. Bu platformlar üzerinden içeriği üreten ve bu içeriği aynı zamanda tüketen etkileşimli bir kullanıcı yapısı mevcuttur. Yanık (2019), bilgi ve iletişim teknolojilerinin ve internetin çok sayıda insan tarafından kullanılması internet tabanlı sosyal medya platformlarının gelişmesinin ve yayılmasının kaçınılmaz olduğuna değinmiştir. Bu gelişmelerle birlikte gerçek ve sanal dünyaya ait çizgiler çizilmiş ve ekonomik değer oluşumunda harcanan insan emeğine dair tartışmaların gündeme gelmesi kaçınılmaz olmuştur. Bu gelişim sürecinde telif haklarının uygulanması emek biçimlerinin gelişmesine yol açmış ve dijital emek kavramı ortaya çıkmıştır. Farklı eğitim ve gelir seviyesinden gelen insanların Facebook, Instagram, LinkedIn gibi ticari platformlara üye olmaları sosyal medya platformlarında

zaman geçiren tüm kullanıcıları hem içerik üreten hem de tüketen konumuna getirmesi dijital emek kavramının önemli olduğunu göstermektedir. Bu yaklaşım doğrultusunda Facebook Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubunun grup içerisinde telif haklarını gözetmesi gruptaki paylaşımların özgünlük durumunun korunmasının önemli görüldüğüne, grup içinde dijital bir emeğin olduğuna ve sosyal bilgiler öğretmenlerinin aynı zamanda üretici rollerinin bulunduğuna işaret etmektedir denilebilir.

- Nefret söylemlerine izin verilmemesine ilişkin grup kuralı ise başka bir sosyal medya etik sorunudur. Nefret söylemi önyargılardan beslenen ve hoşgörüsüzlük sebebiyle ortaya çıkan, nefreti yayan, savunan ya da haklı çıkaran ifade biçimleri için kullanılan bir ifade biçimi olarak tanımlanmaktadır. Sosyal medya platformlarında paylaşılan içeriklerde nefret söylemlerinin oluşması ve bunların bir kontrol mekanizmasının olmaması etik ihlaller arasında bulunmaktadır. Sosyal medyada üretilen içeriklerin kullanıcıların bizzat kendisi tarafından yönetiliyor olması nefret söyleminin sosyal medyada yaygınlaşmasına yol açmaktadır (Öztürk, 2015). Bu sebeple kullanıcılar tarafından üretilen içeriklerin sosyal medya platformları tarafından takip edilmesi önemlidir. Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubunda farklı ülkelerin tarihine ya da ülkemizi etkileyen şiddetli Elazığ depremi sonrasında grup içerisindeki paylaşımların altına bırakılan birkaç yorumda nefret söylemini görmek mümkündür. Her ne kadar Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubunda nefret söylemi yasak olsa bile bazı sosyal bilgiler öğretmenlerinin bu söylemi kullandıkları görülmüştür. Böyle bir durumda ise yöneticilerin tavırları oldukça keskindir diyebiliriz. Nefret söyleminde bulunan üyelerin grupla ilişkilerinin kesildiği görülmektedir. Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubunda nefret söylemine taviz verilmediği, sadece ülkemizi etkileyen olaylarda değil başka ülkelerin tarihini ilgilendiren paylaşımlarda da nefret söylemine izin verilmemesi hoşgörü ve farklılıklara saygı kavramlarının önemli olduğunu göstermektedir diyebiliriz.

- 

Sosyal medyanın kullanıcı temelli büyüyen yapısının göz ardı edilmeden içerik üretimi ve paylaşımı konusunda hukuksal ve etik sınırları belirlemek önemlidir. Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubunun Hakkında kısmında yazılı beyan olarak sosyal medyadaki etik sorunlara ilişkin maddesel açıklamaları olsa da bu durum sorunların

doğmayacağı anlamına gelmemektedir. Ancak ortaya çıkan sorunların grup yöneticileri tarafından ivedilikle halledilmesi de yine bu grupta bu kuralların önemli olduğuna dair algıları kuvvetlendirmektedir. Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubunda bulunan sosyal bilgiler öğretmenlerinin eğitim düzeyleri dikkate alındığında da nefret söylemine taviz verilmemesi zaruri bir görev olarak görülmelidir.

### 5.3. Tipoloji

Tipoloji benzerlik ve farklılıklar üzerinden aynı katman içerisinde yapılan sınıflandırmalar için kullanılan bir kavramdır (Deniz, 2012). Tipoloji alanında yapılan çalışmalara bakıldığında eğitsel içerik türlerine dair herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Ancak pazarlama, reklam, arkeoloji, şehircilik ve bölge planlama, Türk dili ve edebiyatı, linguistik gibi alanlarda hem yurt içinde hem de yurt dışında farklı çalışmaların olduğu az da olsa görülmektedir. Bu çalışmanın alt problemlerinden biri olan paylaşım tipolojisine dair literatürde herhangi bir çalışmaya rastlanılmamış olması çalışma bakımından önemlidir. Araştırmacı eğitim alanında öğretmenlerin medya doğasına ait enformasyonlarını güçlendirecek bir adım olarak paylaşım tipolojisini ortaya koymayı amaçlamıştır. Çevrimiçi içeriğin internet tabanlı eğitim araştırmalarında nasıl konumlandırıldığı, hangi durumlarda içeriklerin anlam kazandığı, hangi tür içeriklerin daha fazla paylaşımda olduğuna dair algısal çalışmalar eğitim alanında arttırılmalıdır.

Çin'in Wuhan eyaletinde ortaya çıkan, tüm dünyaya etkisini her sektördeki aksamalar ve değişimlerle ortaya koyan Covid-19 salgını ile birlikte Türkiye de söz konusu aksamaları ve değişimleri yaşayan ülkeler arasında yerini almıştır. 11 Mart tarihinde ilk vakanın görülmesiyle birlikte 12 Mart'ta eğitim alanında alınması gereken bir dizi önlemlerde ilan edilmiştir. Alınan önlemler arasında ilk adımda okulların Tv kanalları ve EBA platformu üzerinden devam edeceği dijital eğitime geçilmesini ve dijitalleşme sürecini ülkemizde hızlandırmıştır (Altunel, 2020). Ancak örgün eğitime ara verilen bu dönemde dijital eğitime dair birikimlerimizin ve alt yapımızın ne olduğuna dair birçok sorular soruldu ve cevaplar alınmaya başlandı. Coronavirüs

tedbirleri amacıyla eğitime ara verilen bu dönemde öğrencilerin öğrenmelerini kolaylaştırabilmek amacıyla birçok alanda çalışmalar yapılmıştır ve bunlardan birisi de dijital içerik çalışmalarıdır. İçerik oluşturma süreci uzaktan eğitimde önemli bir ögedir. Eğitimcilerin sınıf içinde kullanabilecekleri içerikleri oluşturmaları hususunda önemli deneyimlere sahip oldukları göz ardı edilmemelidir. Ancak bu içeriklerin arttırılabilmesi içinde öğretmenlerin ciddi desteklere ihtiyaçları bulunmaktadır (Yamamoto ve Altun, 2020). Bu çalışmanın örneklem grubu olan Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubunun en fazla üye sayısına ve etkileşime sahip olan sosyal bilgiler öğretmen grubu olması ve amaçları bakımından materyal edinmek amacıyla bir araya gelmeleri içerik çalışmaları açısından değerli görülmektedir. Facebook'ta oluşturulan bu öğretmen grubunda paylaşılan her türlü materyalin öğretmenler tarafından derste kullanılabilecek bir içerik oldukları unutulmamalıdır. Dolayısıyla dijitalleşme sürecinde dijital içeriklerin daha fazla nasıl arttırılabileceği yönünde sorulacak ilk soruda öğretmenlerin bir araya geldikleri etkileşimli ortamlarda ne yaptıklarını incelemek, hangi materyalleri paylaştıklarını öğrenmek ve üretilen materyallerin türlerine dair çalışmaların eğitim sürecine nasıl adapte edileceğini kestirmek önemlidir. Bu sebeple sosyal medyada oluşturulan her türlü öğretmen topluluklarının incelenmesi dijital eğitim konusunda önem arz etmektedir. Bu sebeple bu araştırmanın alt problemlerinden biri olan paylaşım tipolojisi çalışmanın örneklem grubundaki etkileşimi anlayabilmek adına önemli kilit taşlardan biri olarak görülmektedir. Öğretmenlerin sosyal medya öğretmen gruplarındaki paylaşımlarına dair herhangi bir tipolojinin resmedilmemiş olması da aynı zamanda bu çalışmadaki paylaşım tipolojisini değerli kılacağı yönünde değerlendirilmektedir.

Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubunda yapılan paylaşımlara bakıldığında yöntem-teknik, ölçme-değerlendirme, materyal, rehberlik, bürokratik, mesleki, güncel, genel kültür ve genel paylaşımlar olmak üzere 9 tip paylaşım türünün ortaya çıktığı görülmektedir. Toplamda 654 paylaşımın incelendiği bu çalışmada paylaşım tipolojisine dair en fazla paylaşımın materyal türünde olduğu görülmektedir. Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubu öğretmenlerinin gruba üye olma amaçlarının arasında materyal (180 paylaşım) edinmek olduğu için bu durum pek şaşırtıcı görünmemektedir. Materyal paylaşımının fazla olmasının sebepleri arasında

sosyal bilgiler öğretmenlerinin değişen eğitim algısıyla birlikte dönüşmeleri de gösterilebilir. Sosyal medyadaki içeriklerin birçoğunun interaktif medya sahasına ait olduğu düşünülürse ve Facebook'un platform olarak bu tür paylaşımlara elverişli olması da grup içinde aynı zamanda materyal paylaşımlarını arttırmaktadır. Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubundaki medya paylaşımları görsel, işitsel, görsel-işitsel, matbu ve dijital alanlarda olması Facebook'un platform olarak her türlü medya paylaşımını desteklediği yönünde değerlendirilmelidir. Platform olarak Facebook'un her türlü paylaşıma olanak veren yapısı Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubunun en fazla etkileşimi materyal paylaşımı alanında yaşadığı sonucunu ortaya koymaktadır. Kıcı ve Dilmen (2014) bilişim toplumlarında istenilen temel yetkinliklerin eğitim süreçlerine uygun bir şekilde gerçekleştirilebilmesi, eğitim materyalleri için çevrimiçi ortamların kullanılması gerektiği üzerinde durmuşlardır. Özellikle Facebook gibi sosyal ağların böyle bir amaç için uygun bir ortam olduğunu dile getirirken diğer yandan da işbirliği kavramının bu platform üzerinde önemli olduğuna değinmişlerdir. Afşin (2019) gerçekleştirdiği “Sosyal Bilgiler Öğretmenlerine Yönelik Bir Facebook Grubunun Ve Bu Gruba İlişkin Öğretmen Görüşlerinin İncelenmesi” isimli yüksek lisans tezinde bir öğretmen grubunu incelemiş ve incelemeleri sonucunda Sosyal Bilgiler öğretmenlerinin materyal araç-gereç bağlamında yaptıkları paylaşımların fazla ve çeşitli olduğuna değinmiştir. Sosyal Bilgilerin ders olarak hayatın içinden gelen bir yapısı olduğuna işaret ederek akla gelebilecek her türlü paylaşımın sosyal bilgiler dersinde kullanılabilecek bir materyal olabileceğine dair vurguları olmuştur. Bunu “Göbeklitepe’ye giden bir Sosyal Bilgiler öğretmeni gördüklerini fotoğraflayıp bu platformlarda paylaşmakta ve gidemeyen öğretmenler ve onların öğrencileri için derste materyal kaynağı oluşturabilmektedir” örneğiyle açıklamaktadır. Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi’ne dair bulgularda bu çalışmanın sonucunu desteklemektedir.

En az paylaşımın ise rehberlik alanında yapıldığı görülmektedir. Rehberlik alanındaki paylaşımların azlığı ise öğretmenlerin bu konuda yeterli dijital içeriği bulamaması olarak yorumlanabilir. Zaten mevcut olan rehberlik paylaşımlarına bakıldığında da görülmektedir ki “Web 2.0 eğitimde nasıl kullanılır?”, “Google Classroom öğretmenler tarafından nasıl kullanılmalıdır?” , “Web 2.0 araçları nelerdir?” gibi öğretmenlerin dijital yeterliliklerine vurgu yapan paylaşımlar olduğu

görülmektedir. Tüm dünyadaki eğitimcileri küresel çapta bir araya getiren, eğitim ve öğretimi dönüştürmeyi hedefleyen bir kuruluş olan ISTE 21. yy'da yetişen bireylerin dijital eğitim sürecine uygun olarak yetişebilmeleri amacıyla öğretmenlerin de bazı yeterliliklere sahip olması gerektiği üzerinde durmaktadır. Bu yeterlilikler arasında öğretmenlerin dijital içerikleri üreten bir öğretmen profiline sahip olması da yatmaktadır (ISTE, 2008). Bu ise Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubundaki sosyal bilgiler öğretmenleri için çağın bir gerekliliği olarak bu yetkinliklerin üzerinde az da olsa üzerinde durulması önemli görüldüğü şeklinde yorumlanabilir.

Grubun ölçme-değerlendirme yaklaşımına bakıldığında ise Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubunda geleneksel ölçme değerlendirme anlayışının devam edildiği görülmektedir. En fazla test türünün paylaşıldığı Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubunda sosyal bilgiler öğretmenlerinin dijital ölçme değerlendirme anlayışlarına dair herhangi bir bulgu yoktur. Bu durum Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubunda dijital ölçme araçlarına dair sosyal bilgiler öğretmenlerinin bilgi eksikliği olduğu görüşünü doğrulayabilir. Aynı zamanda dijital ölçme değerlendirme yaklaşımlarının eğitimle de bağlantılı olması gerekmektedir. Ülkemizde hali hazırda örgün eğitimin yoğunlukla devam edildiği göz önünde bulundurulursa dijital ölçme ve değerlendirme yaklaşımlarının grup içerisinde izlerine rastlanılmaması şaşırtıcı değildir. Ancak dijital eğitimde dijital ölçme ve değerlendirme araçlarının kullanılması kaçınılmazdır. Ülkemizde Covid-19 sebebiyle eğitim verilen platformlardan birisi EBA olmuştur. Bu platform üzerinden öğretmenler birçok ölçme ve değerlendirme araçlarını öğrencilere uygulamaya çalışmışlardır. Ancak uygulanan eğitim ve ölçme araçlarına bakıldığında doğru-yanlış, test ve boşluk doldurma türündeki araçların online içerik haline getirildiğini görmekteyiz. Ancak dijital ölçme değerlendirme anlayışımızın bu noktada kısır kaldığını söylemek yanlış olmayacaktır. Sonuçta Socrative, Kahoot, Worldwall, Learning Apps, Mentimeter, Typeform, Quizizz, Quizmaker, Google Classroom, Google Dokümanlar, Wooclap, Edmodo, Blogger, Mindmeister, Apester gibi çoktan seçmeli, soru-cevap, boşluk doldurma, eşleştirme, test ve portfolyo gibi dijital ölçme değerlendirmeye fırsat sunan birçok uygulamanın (Özcan, 2020; Kırlangıç, 2019) kullanılmaması bu konudaki dijital eksikliği de gözler önüne sermektedir. Ancak bu konudaki eksikliğin giderilmesi de beklentiler dâhilindedir.

Sosyal Bilgiler öğretmenlerinin bürokratik gündemlerine bakıldığında ise evrak, atama ve yer değiştirme başlıklarının öne çıktığını ve bu konudaki paylaşımların diğer paylaşım türlerine göre az olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bürokratik paylaşımlar incelendiğinde bu paylaşımların az olmasının sebebi meslekte yeni olan sosyal bilgiler öğretmenlerinin sorduğu sorular olarak değerlendirilebilir. Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubundaki sosyal bilgiler öğretmenlerinin mesleklerinde deneyimli olduklarını ve bürokratik paylaşımlara gerek duymadıkları yönünde bir değerlendirme yapmak da mümkün görünmektedir. Eğitimin dijital dünyasına ait bürokratik paylaşımlara ait literatürde herhangi bir çalışmanın bulunmaması da bu çalışma bağlamında önemlidir.

Güncel paylaşımlara bakıldığında ise Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubunda sosyal bilgiler öğretmenlerinin gündemine dair önemli bulguların olduğu ve bulguların sosyal bilgilerin doğasıyla örtüştüğünü söylemek mümkündür. Paylaşımlara bakıldığında görülmektedir ki sosyal bilgiler öğretmenlerinin doğal afetler, belirli gün ve haftalar, duyurular, anlık fotoğraf çekimleri ve haberler ön plana çıkmaktadır. Güncel paylaşımlar paylaşım tipolojisi içinde her türlü haberin paylaşıldığı, önemli günlerin anıldığı, toplum için önemli olan kişilerin anıldığı, toplumu derinden etkileyen deprem, çığ gibi doğal afetlerde yaşanan üzüntünün paylaşıldığı bir kategoridir. Bu kategorinin Sosyal Bilgiler dersinin öğrenme alanları ve kazanımlarını desteklediği “Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı (İlkokul ve Ortaokul 4, 5, 6 ve 7. Sınıflar)” incelendiğinde görülecektir. Program çerçevesinde sosyal bilgiler güncel bilgilerden ve haberlerden yararlanılmasını gerekli kılan kazanımları, öğrenme alanları içine serpiştirilmiş konuları ve bireylerin ülkelerini ve dünyayı ilgilendiren konulara ilişkin duyarlı olmalarını sağlayan özel amaçlarıyla güncellik konusunda bir bütün yakalamış durumdadır (Milli Eğitim Bakanlığı (MEB), 2018). Dolayısıyla paylaşım tipolojisinde güncel paylaşımlara ilişkin izler rastlamak sosyal bilgiler öğretmenlerinin de program çerçevesini benimsediğini ve öğrencilere benimsetmek amacıyla bu paylaşımlara ağırlık verdiği söylenebilir.

Sonuç olarak sosyal medyadaki öğretmen gruplarının üreten ve aynı zamanda tüketen yapılarının sosyal bilgilerin dijital dünyasındaki yeri azımsanmamalıdır. Dijital içeriklerin neler olduğu ve tipolojisi konusunda sosyal medyadaki farklı platformlarda bir araya gelen öğretmenlerin paylaştıkları gönderilerin eğitim dünyasına dair önemli çıktıları ortaya koyacağı unutulmamalıdır.

#### 5.4. Dijital Kültür İzleri

Düşüncelerimizin, üretim şeklimizin ve eylemlerimizin bilgi teknolojileri ve dijitalleşme ile yaşam tarzımızı değiştirmesi dijital kültür kavramını oluşturmaktadır. Dijital kültür internet, akıllı telefonlar ve internetin yeni yaşam biçimlerini ortaya çıkarmasının bir sonucu olarak meydana getirdiği manevi ve maddi değerler bütünü olarak tanımlanmaktadır. Dijital kültür sadece internetle var olmaz aynı zamanda internetle birlikte birçok bireye ulaşarak kültür alanını genişletir (Karagözoğlu-Aslıyüksek, 2015; Özgiden, 2013). Literatüre bakıldığında dijital kültürün birçok bilim dalı tarafından incelendiğini ve farklı bakış açıları ile değerlendirildiğini görmek mümkündür. Antropoloji ve sosyoloji alanında yapılan çalışmalara bakıldığında dijital kültürün farklı yönlerinin ele alındığı görülecektir (Karagözoğlu-Aslıyüksek, 2015). Eğitim alanında yapılan dijital kültür çalışmalarına bakıldığında çalışmaların yeni olduğunu söylemek mümkündür (Yalçınkaya, 2016; Güzel, 2016; İnci, Akpınar ve Kandır, 2017; Menşan, 2019). Dijital kültür bu çalışmanın boyutlarından birisidir ve sosyal bilgiler öğretmenlerinin dijital kültür izlerine dair bulgularını içermektedir. Dijital çağ içinde büyüyen yeni neslin ihtiyaçlarını ve eğitim aracılığıyla beklentilerini karşılayabilmek için öğretmenlerin dijital araçlara ve dijital kültüre dair tutumlarını bilmek önemlidir (Yılmaz Karaoğlu ve Eyüboğlu Binay, 2018). Bu çalışma ile eğitim paydaşlarından biri olan sosyal bilgiler öğretmenlerinin Facebook Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubunda dijital bir kültürlerinin olup olmadığı ve dijital araçları nasıl kullandıkları ortaya konulmaya çalışılacaktır.

Bu çalışmada dijital kültür izleri diyebileceğimiz bazı bulgular maddeler halinde aşağıda verilmiştir;

1. Grup üye sayısı
2. Grupta paylaşılan medya tipi
3. Grup profil görseli
4. Gruptaki etkileşim komutları (Örn; Like)
5. Gruptaki dil (Örn; Emoji)
6. Grubun dijital araçları (Örn; Karekod Kullanılması)

Bugün taşınabilir mobil cihazlarla sosyal paylaşım ağlarına erişmek olanaklıdır ve bu sayede bireyler çevrimiçi kalıp sanal topluluklara ulaşabilirler. Kalabalıkların örgütlenmesini olanaklı kılan yapısıyla sosyal medyanın toplumlar üzerindeki etkisi küçümsenemez bir düzeydedir. Kitlelerin bir araya gelerek örgütlenmesini kolaylaştıran en önemli sebepler arasında internetin ve sosyal medya araçlarının bilgiye, güncel konulara, haberlere, olaylara ulaşmalarını sağlayan yapısı gösterilebilir (Murat Kırık, 2017; Alioğlu, 2016). Yeni medya araçlarının ortak özelliği iletişim sürecini büyük değişime uğratmasıdır. Etkileşim, kitlesizleştirme ve eş zamansızlık yeni medya araçlarının ana özellikleridir ancak bu özelliklerle birlikte Mayfield’in “topluluk” kavramına değinmek de yararlı olacaktır. Sosyal medyada topluluk oluşumlarının hızlı bir şekilde gerçekleşmesi sosyal gruplar adı verilen grupların oluşmasına zemin hazırlamaktadır (Murat Kırık, 2017; Mayfield, 2008). Bu bağlamda bu çalışmanın örneklem grubu olan Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivine bakıldığında görülmektedir ki üye sayısı benzerleri arasında en fazla olan sosyal bilgiler öğretmen topluluğudur. Bu grubun üye sayısının fazla olması ise amaçla doğru orantılı olarak bir başarı yakalamış olması gösterilebilir. Sosyal medyada bir grubun kalabalık olması grubun etkileşiminin fazla ve aynı amacı paylaşmak isteyen veya paylaşan birçok üyeden oluşması gösterilebilir. Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubuna bakıldığında üye sayısı üye olunan tarihte 24.190’dır. Sosyal Bilgiler öğretmenlerinin materyal edinmek amacıyla bir araya geldikleri bu öğretmen topluluğunun en fazla üye sayısına sahip olan grup olması Sosyal Bilgiler dersine ait farklı materyallerin gerçek yaşamda bu kadar bir arada bulunamayacağı gerçeğinden ileri gelmektedir denilebilir. Sonuçta topluluklar benzer amaçlar etrafında bir araya gelirler ve o amacı gerçekleştirebilmek amacıyla da çalışırlar. Facebook’un platform olarak etkileşime izin

veren ve kullanımı kolay olan yapısıyla da sosyal bilgiler öğretmenlerinin bir araya gelmelerini kolaylaştırmaktadır.

İkinci bulgu olarak grubun paylaştığı içeriklerin medya sahasına ait olmasıdır. Grubun kalabalık olması etkileşimli olması sonucunu doğururken aynı zamanda paylaşılan içeriklerin türlerinde de çeşitliliğin artması sonucunu doğurmuştur. İnternetin ortaya çıktığı ilk zamanlarda Web 1.0 teknolojisi hâkimdi ancak daha sonra Web 2.0'ın ortaya çıkmasıyla birlikte bireyler birer katılımcı profili sergilemişlerdir. Sonuçta sosyal medyanın Web 2.0 ile ortaya çıkması internet kullanıcılarının içerik üretmesini ve paylaşmasını olanaklı kılmıştır. Bugün sosyal medyada kullanıcılar resim, fotoğraf, yazı ve video gibi medyalar paylaşabilmektedirler (Özgiden, 2013). Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubuna bakıldığında da görülmektedir ki birçok medya türü bu grupta paylaşılmaktadır. Video, fotoğraf, resim, yazı, dizi, belgesel, animasyon, film, şarkı, karikatür, sunu, dijital arşiv, harita, gazete gibi görsel-işitsel medya sahasına ait olan birçok eğitsel medya türü Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubunda paylaşılmıştır. Paylaşılan bu medyalar bugün sosyal bilgiler dersinde kullanılabilecek materyaller haline gruptaki sosyal bilgiler öğretmenleri tarafından getirilmektedir. Grubun sosyal bilgilere ait bir medya arşivi olduğunu söylemek yerinde olacaktır.

Grup profilinin de dijital kültür izlerinden birini oluşturduğunu söylemek mümkündür. Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubunun profiline bakıldığında profildeki görselin şehirlerin veya bölgelerin yöreye özgü yemeklerini, turistik yerlerini, madenlerini, faaliyetlerini ve tarihi mekânlarını gösteren infografik türünde bir Türkiye haritası görseli olduğu görülmektedir. Bu görselin Milli Eğitim Bakanlığı tarafından yayımlanan Sosyal Bilgiler Öğretim Programı ile örtüştüğünü söyleyebiliriz. Basit gösterimlerle verilmek istenen mesajın hızlıca kavranılmasını sağlayan infografikler bir konuyu özetlemek amacıyla da kullanılabilirler (Denli, 2016). Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubunda sadece grup profili değil bazı yöneticilerin infografiklerle az da olsa bazı konuları özetledikleri görülmüştür. Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubunda bilginin infografiklerle resmedilmesi veya özetlenmesi önemli görülmektedir diyebiliriz.

Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi Grubunun dijital kültür izlerine dair çalışma içinde “facebook komutları” adını verdiğimiz yorum yap, beğen ve paylaş butonlarının toplamda 37382 kere kullanıldığına ulaşılmıştır. Ancak çalışmanın bir başka bulgusu olan “grubun dili” ile ilgili bulgulara facebook komutları ile girift bir ilişki içindedir. Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubunda sosyal bilgiler öğretmenlerinin paylaşılan içeriklerin altına yorum yaparken bazen bu yorumların noktalama işaretleriyle bazen de emojileri kullanarak gerçekleştiği söylenebilir. Facebook komutlarının da grubun dili hususunda önemli katkıları bulunmaktadır. Bir grupta “Like” komutunun ne kadar sık kullanıldığı aslında grubun ne demek istediğine dair ipuçlarını verebilir. “Like/Beğen” komutu Facebook’taki tüm üyeler tarafından aynı anlamı ifade eden ve kullanıcıların birbirleriyle iletişim kurmalarını kaçınılmaz kılan bir komut iken emojilerin de aynı düşüncede olmayan veya aynı hisleri paylaşmayan bireyleri bile bir araya getiren sembolik bir iletişim dili olduğu vurgulanmalıdır (Mert, 2019). Facebook komutlarına dair eğitim alanında herhangi bir çalışmaya rastlanılmaması ancak reklam ve pazarlama alanında yapılan çalışmaların azımsanmayacak derecede olması facebook komutlarına dair bakış açısını şekillendirmektedir. Like/Beğen komutunun kimlik inşasındaki rolüne, pazarlama, reklam ve turizm alanında beğeni sayılarına göre ürünlerin ya da hizmetlerin artırılıp azaltıldığına dikkat çekmek gerekir (Eryılmaz ve Zengin, 2014; Sütüoğlu, 2015; Can ve Serhateri, 2016). Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubuna bakıldığında “beğen” komutunun “yorum yap” komutu kadar fazla kullanılmasının ardında “tek tıkla/dokunuşla fikir belirten bir facebook aracı” haline gelmesi ve Facebook içerisinde anlık ifade anlamında kolaylık sağlaması gösterilebilir. Özellikle kalabalık gruplarda beğen komutunun önemli olduğu düşünülmektedir. Yoğun iş temposuna sahip olan öğretmenlerin vakitleri dar olsa bile ister okulda ister evde ister dışarıda mekân fark etmeksizin bu komutlarla görüşlerini bildirmeleri değerlidir.

Beğeni ve yorum sayılarının paylaş komutundan fazla olduğu da görülmektedir. Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubunda yapılan paylaşımların eğitsel paylaşımlar olduğu düşünüldüğünde paylaşma sayısının beğen ve yorum yap komutuna oranla az olması doğal karşılanabilir. Çünkü Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubu kendi içinde bir bütündür. Ancak üyelerden meydana geldiğini ve

paylaşımların eğitsel paylaşımlar olduğunu düşünecek olursak paylaşımların grup içerisinde daha anlamlı olduğu ve bu sebeple paylaş komutunun kişilerin profil sayfasında paylaşılsa bile ne kadar etkileşim yaratacağına dair algıların kullanıcı ekseninde negatif hissiyatı doğurduğu söylenebilir.

Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubunda sık olmamakla birlikte materyaller karekodlar içine depolanarak da paylaşılmıştır. Karekodlar 1994 yılında otomotiv sektöründe kullanılmak üzere geliştirilen, yüksek kapasiteye sahip olan ve bugün birçok kullanıcısı olan barkodlardır. İki boyutlu olan karekodlar bilgiyi her şekilde depolayabildikleri için her sektörde önemli bir araçtır. Eğitim alanında dijitalleşmenin başlamasıyla birlikte az da olsa kullanıldığı görülmektedir. Karekodlar basılı materyalleri öğrenme ortamlarına getirebilir ve eğitim ortamını hareketlendirebilir. Bu sayede çevrimiçi ortamlarda bulunan kaynaklara (video, resim, metin vb.) erişimde kolaylık sağlayacaktır (Akın, 2014). Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubunda da karekodlar materyallerin depolandığı bir barkod olarak kullanılmaktadır. Öğretmenler isterlerse bu kaynaklara akıllı tahta ile erişebilir isterlerse paylaşp öğrencilerinin edinmelerini sağlayabilirler.

Sonuçta Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubunun ortak amaçlar için bir araya gelen, yazılı ve yazısız kuralları olan, paylaştıkları içerik sayesinde üyeleriyle sürekli iletişim içine giren ve dijital kültür izlerine sahip olan etkileşimli bir öğretmen topluluğu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Öğretmen etkileşiminin sanal topluluklarda ortak amaçlar, kurallar, paylaşımlar ve dijitallik üzerine gerçekleştiği söylenebilir. Sosyal bilgiler öğretmenlerinin sosyal medya gruplarındaki etkileşimlerinin önemli bir boyutu da mesleki gelişim alanında gerçekleşmektedir. Sosyal medya üzerinden yapılan paylaşımlarla öğretmenlerin mesleki gelişim alanında her türlü bilgiyi edinebildiği unutulmamalıdır. Ayrıca yöntemin bir gerekliliği olarak bulgular Google Form üzerinden grup üyeleriyle paylaşılmıştır. Grup üyelerine sunulan bulgulara bakıldığında grup üyelerinin büyük çoğunluğunun sonuçları doğru bulduğu, çalışmada farkına varılmayan bazı noktaların üyeler tarafından ayrıca vurgulandığı ve grup üyelerinin grup hakkındaki izlenimlerine dair de yeni bulgular elde etmemize yardımcı olan ifadelerin yer aldığı görülmektedir.

## 5.5. Öneriler

### 5.5.1. Uygulamaya Dönük Öneriler

İstatistiksel sonuçların elde edilebildiği ve çevrimdışı ortamda da kullanılabilecek dijital ölçme ve değerlendirme araçlarına da ihtiyaç gün geçtikçe artmaktadır. Bu sebeple alternatif ölçme ve değerlendirme araçları dijitalleştirilmelidir. Bu bağlamda farklı ülkelerde yapılmış çalışmalar incelenmeli ve ölçme ve değerlendirme alanında yeni bir model geliştirilmelidir.

İnternet alanında yapılan çalışmalar Covid-19 ile birlikte ülkelerdeki eksiklikleri gözler önüne sermiştir. Bu sebeple dijital eğitim alanında yapılan çalışmalar ağırlık kazanmalıdır. Özellikle dijital ölçme ve değerlendirme konusundaki eksikliklerin farklı ülkelerde kullanılan ve geliştirilmiş olan Kahoot, Socrative, Worldwall, Learning Apps, Mentimeter, Typeform, Quizizz, Quizmaker, Google Classroom, Google Dokümanlar, Wooclap, Edmodo, Blogger, Mindmeister ve Apester gibi uygulamalarla ilgili öğretmenlere destek eğitimleri verilmelidir.

Sosyal medyada tartışılan etik sorunların temeli, kullanıcıların içerik oluşturmamasından kaynaklanmaktadır. Sosyal medyaya hiçbir kısıtlama, şart olmadan herkes girebilmekte ve paylaşımlar yapabilmektedir. Bu paylaşımlar, hiçbir şekilde denetimden geçmediği için de etik ihlalleri doğurmaktadır (Öztürk, 2015). Bu etik ihlallerin doğmaması amacıyla ülkemizde sosyal medyaya dair uygulamaya dönük politikalar izlenmelidir.

### 5.5.2. Yönteme Dönük Öneriler

Fiziksel şartların netnografi çalışmalarına etkisi büyüktür. İnternet bağlantısının kesildiği, arızalı olduğu zamanlarda araştırmacıların çalışmaları arızanın

boyutuna göre şekillenebilir, süre bakımından bir takım zorluklar yaşanabilir. Bu aksaklığın yaşanmaması için teknik çözümlerin araştırmacı tarafından araştırmaya başlamadan önce en iyi hale getirilmesi çalışmanın sağlıklı bir şekilde sürdürülebilmesi bakımından önemlidir.

Netnografi de süreye dair herhangi bir ilke bulunmamaktadır. Dolayısıyla bir araştırmacı çalışmaya başladığı andan itibaren sahada olup olmadığına bakmaksızın aldığı alan notlarıyla da çalışmayı anlamlandırdığı bir süreç içerisinde olduğunu unutmamalıdır. Araştırmacı alan notlarına önem vermelidir. Alan notlarını tarih bazında mühürlemelidir. Daha basit bir şekilde alan notlarını bir ajanda yardımıyla günü gününe tutmalıdır. Bu durum araştırmacının araştırma süresince geriye dönüşünü kolaylaştıracaktır.

Netnografi çalışmalarında depolama konusunda yaşanabilecek aksaklıkları gidermek amacıyla verilerin etik ilkelere uyulduğu takdirde farklı bir araca veya dijital hizmete kopyalanması (Örn; flash bellek, Google Drive) araştırmacı açısından kolaylık sağlayacaktır.

Netnografi çalışmaları internet tabanlı çalışmalardır ve bilgi ve iletişim teknolojilerini araç olarak kullanır. Bu çalışmaları yürütürken araştırmacının saatlerce bilgisayar başında veri topladığı zamanlar olacaktır. Bu zamanın araştırmacı açısından sağlıklı bir şekilde geçirilebilmesi için çalışma verilerinin sadece kolaylığı sağlanmamalı aynı zamanda ergonomik imkânlar da araştırmacı tarafından önemli görülmelidir.

### 5.5.3. Araştırmacıya Dönük Öneriler

Katılımcı kültür bağlamında yapılan çalışmalar her ne kadar sosyolojinin alanına giriyor görünse bile bu alanda yapılacak çalışmaların eğitim dünyasına katkıları da büyük olacaktır. Özellikle öğretmenlerin katılımcı kültürlerine dair çıkacak sonuçlar onların internet alanında yapılacak çalışmalardaki rollerine önemli atıflar sunacaktır.

Sosyal medyadaki bireylerin üreten ve tüketen kullanıcı yapısına sahip olmaları dijital emek çalışmalarını anlamlı kılmaktadır. Dijital emekle ilgili literatürdeki çalışmalar oldukça azdır. Bu sebeple internet sahasındaki örgütlü öğretmenlerin dijital emek çalışmalarına ağırlık verilmelidir.



## KAYNAKÇA

- Özlem Çakır, M. ve Palabıyık Çiçek, D. (2020, 4 Şubat). *Türkiye'nin nüfusu 83 milyon 154 bin 997 kişiye ulaştı.* Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/turkiyenin-nufusu-83-milyon-154-bin-997-kisiye-ulasti/1723520>.
- Afşin, Z. (2019). *Sosyal bilgiler öğretmenlerine yönelik bir Facebook grubunun ve bu gruba ilişkin öğretmen görüşlerinin incelenmesi (Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi), 2019.* Ulusal Tez Merkezi, (566229).
- Akar, E. (2010). *Sanal Toplulukların Bir Türü Olarak Sosyal Ağ Siteleri - Bir Pazarlama İletişim Kanalı Olarak İşleyişi.* Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (10) , 107-122.
- Akay, S. (2014). *Sosyal ağlarda öğrenci-öğretmen etkileşimi (Facebook örneği) (Gazi Üniversitesi), 2014.* Ulusal Tez Merkezi. (429532).
- Akın, T. (2014). *Karekod destekli öğrenme materyalinin erişimi ve kalıcılığa etkisi (Hacettepe Üniversitesi).* Ulusal Tez Merkezi. (378558).
- Aksu, O. (2018), *Bir Araştırma Yöntemi Olarak Netnografi: Ötekini Anlamanın Dijital Boyutu, Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi, 4, (2), 14-17.*
- Albion, P.R. (2008). Web 2.0 in Teacher Education: Two Imperatives for Action, Computers in the Schools: *Interdisciplinary Journal of Practice, Theory, and Applied Research*, 25, (3 - 4), 181-198, DOI: 10.1080/07380560802368173.
- Altunel, M. (2020). Koronavirüs (Covid-19) Salgınının Eğitim ve Öğretmenlere Etkisi. 22.06.2020 tarihinde Saat: 17.50'de erişildi. <https://www.setav.org/5-soru-koronavirus-covid-19-salgininin-egitim-ve-ogretmenlere-etkisi/>
- Alioğlu, N . (2016). Duygusal Tatmin Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Alan Araştırması. *Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 9 (2), DOI:10.18221/bujss.59416.*
- Alyakut, Ö., 2016. Kartepe Örneğinde Doğal Gıda Üretimi Yapan Üre-Tüketicilerin Sosyal Medyada Üretim ve Tüketim Pratikleri. *Akademik Bakış Dergisi, (57), 125-149.*

- Alyanak, B. Z. (2014). Etnografi ve Çevrimiçi Etnografi. M. Binark (ed.), *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri* (123-169). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Arkan, A. ve Yünter, S.(2018). Eğitim İçin Sosyal Ağlar. *SETA Perspektif*, (217), 2-6.
- Barab, S. A., ve Duffy, T. (2000). From practice fields to communities of practice. In D. Jonassen ve S. Land (Eds.), *Theoretical foundations of learning environments* (25-56). New York: Routledge.
- Baran, B., ve Çağıltay, K. (2006). Knowledge management and online communities of practice in teacher education. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 5(3), 12–19.
- Bilgiç, H. G., Duman, D. ve Seferoğlu, S. S. (2011). Dijital Yerlilerin Özellikleri ve Çevrimiçi Ortamların Tasarlanmasındaki Etkileri. *Akademik Bilişim Dergisi*, 257-263.
- Birleşmiş Milletler. (05.06.2020). World population prospects 2019. <https://www.un.org/development/desa/publications/world-population-prospects-2019-highlights.html> adresinden erişildi.
- Bostancı, M. (2010). *Sosyal Medyanın Gelişimi Ve İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Boyd, D. ve Ellison, N. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer Mediated Communication*, 13(1), 21-230, <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>.
- BC Government (British Columbia Government). Social Media Guidelines Resource. 17.05.2020 tarihinde Saat: 17.20'de erişildi. [https://www2.gov.bc.ca/assets/gov/erase/documents/social\\_media\\_guidelines.pdf](https://www2.gov.bc.ca/assets/gov/erase/documents/social_media_guidelines.pdf).
- Buss, A., ve Strauss, N. (2009). *Online Communities Handbook: Building Your Business And Brand On The Web*. Berkeley, CA: New Riders.
- Büyükimdat, M. K., Albayrak, D., Erdoğan, F. U., Yıldırım, S., Eryol, G. ve Ataman Y. E. (2011). Preservice Teachers' Facebook Usage and Their Perspectives about Facebook as a Professional Development Tool. *Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12 (2), 119-134.

- Campbell, R., Martin, C. R., ve Fabos, B. (2005). Magazines In The Age Of Specialization. In Media And Culture: An Introduction To Mass Communication. Boston: Bedford/St. Martin's.
- Can, L. ve Serhateri, A. (2016). Sosyal Medya Reklamlarının Markaya Yönelik Tutuma Etkisi: Facebook Üzerinde Bir Uygulama. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (3), 16-28.
- Cassidy, J. (2006, May 15). Me Media: How Hanging Out On The Internet Became Big Business. *The New Yorker*, 82 (13), 50.
- Cassidy, C., Christie, D., Coutts, N., Dunn, J., Sinclair, C., Skinner, D., ve Wilson, A. (2008). Building communities of educational enquiry. *Oxford Review of Education*, 34 (2), 217–235, DOI: 10.1080/03054980701614945.
- Cebeci, G. (2014). *Pazar Odaklı Online Toplulukların Netnografik Analizi: Müzik Sektöründe Bir Araştırma (Trakya Üniversitesi)*. Ulusal Tez Merkezi. (370382).
- Çalışkan, S . (2019). Üniversite öğrencilerinin sosyal medyada içerik üretimi üzerine bir çalışma. *Research Studies Anatolia Journal*, 2 (4) , 31-54, DOI: 10.33723/rs.509808.
- Çalışkan, M., Mencik, Y. (2015). Değişen Dünyanın Yeni Yüzü: Sosyal Medya, *Akademik Bakış Dergisi*, (50), 254-277.
- Çiftçi, O., Erdem, R., ve Çiftçi, D. (2017). İletişim Teknolojileriyle Değişen Örgütlenme Biçimleri: Sanal Topluluklar. *The Turkish Online Journal Of Design, Art And Communication*, 7 (2), 328–336.
- Çomu, T., Halaiqa, İ., (2014). Web İçeriklerinin Metin Temelli Çözümlemesi. M. Binark (ed.), *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri* (31-92). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Dabner, N. (2012). “Breaking Ground” In The Use Of Social Media: A Case Study Of A University Earthquake Response To Inform Educational Design With Facebook. *The Internet and Higher Education*, 15 (1), 69–78, DOI:10.1016/j.iheduc.2011.06.001
- Dedeoğlu, A. O., Üstündağlı, E., (2011), Sanal Topluluklar Bağlamında Tüketicilerin Tüketim, Yaşam Tarzı ve Kimlik Yönünden Değerlendirilmesi. *Business and Economics Research Journal*, 2 (2), 23-40.

- Deligöz, K., Kurnuç, M. ve Ünal, S. (2019). İnteraktif Platformlarda Sanal Topluluklar Ve Sanal Marka Toplulukları. Al –Farabi 4. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi, *Kongre Özeti Kitabı*, 1057-1064. Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- Demirci MS, Sağıroğlu S. Sosyal Ağ Verilerinin Kullanım Alanları Üzerine Kapsamlı Bir İnceleme. *GUJ Sci.* 5 (2), 1-21.
- Deniz, A. (2012). Eğitimli Gençliği Anlamada Yeni Bir Tipoloji Önerisi: Cool Gençlik. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (2), 115-139.
- Denli, S. (2016). Görsel İletişimde İnfografik, *Journal of International Social Research*, 9 (42), 1475-1479, DOI: 10.17719/jisr.20164216256.
- Derviş Dereli, M. (2018). *Dini Kimliklerin Sosyal Medyada Akışkanlaşması: Siber-Etnografik Bir Araştırma (Erciyes Üniversitesi)*. Ulusal Tez Merkezi. 531446.
- Derya Deniz, İ. (2016). *Öğretmen Mesleki Gelişim Aracı Olarak Bir Facebook Grubunun İncelenmesi (Gaziantep Üniversitesi)*. Ulusal Tez Merkezi. 441077.
- Dijk, J. V. (2018). *Ağ Toplumu*. (Ö. Sakin, Çev) İstanbul: Epsilon Yayınevi.
- Diker, E. (2016). *Sosyal Medya Reklamcılığı ve Etik: Facebook Reklamları ve Etik Değerlerdeki Değişim Üzerine Bir Araştırma (Selçuk Üniversitesi)*. Ulusal Tez Merkezi. (448012).
- Dilmen, Necmi Emel (2007). Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri - Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları. *Marmara İletişim Dergisi*, (12), (112 – 123).
- Devi, K. S., Gouthami, E., ve Lakshmi, V. V. (2019). Role of Social Media in Teaching – Learning Process. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research*, 6 (1), 96–103.
- European Commission (EC), 2019. *Digital Education at School in Europe*. Eurydice Report. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Eren Çetin, Ş., (2019). *Katılımcı Kültür Olgusu Bağlamında Sosyal Medya ve Çevrimiçi Topluluklar: Netnografik Bir Analiz (Akdeniz Üniversitesi)*. Ulusal Tez Merkezi. (579433).
- Ergen, Y. (2018). Büyük Veri, Sosyal Medya ve Etik: Facebook Örneğinde Bir Değerlendirme. *Yeni Düşünceler*, (10), 53-64.
- Eryılmaz, B, Zengin, B . (2014). Butik Otel İşletmelerinin Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Bir İnceleme: Facebook Örneği. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4 (2), 42-59.

- Facebook. (2013). *Facebook Guide For Educators*. London: Education Foundation.
- F.M. Belz ve W. Baumbach, Netnography as a Method of Lead User Identification, *Creativity and Innovation Management*, 19 (3), 304-313, DOI: 10.1111/j.1467-8691.2010.00571.x.
- Faizi, R., El Afia, A., ve Chiheb, R. (2013). Exploring The Potential Benefits Of Using Social Media İn Education. *International Journal Of Engineering Pedagogy (IJEP)*, 3 (4), 50–53, DOI: 10.3991/ijep.v3i4.2836.
- Garcia, A., A. Standlee, J. Bechkoff and Y. Cui. 2009. Ethnographic approaches to the Internet and computer-mediated communication. *Journal of Contemporary Ethnography*, 38 (1), 52–84, DOI: 10.1177/0891241607310839.
- Gonzales, L. ve Vodicka, D. ‘Top Ten Internet Resources for Educators’. Leadership. 2010. <https://www.questia.com/magazine/1G1-218449007/top-ten-internet-resources-for-educators-these-web-based> adresinden erişilmiştir.
- Göker, G., Demir, M. ve Doğan, D. (2010). Ağ Toplumunda Sosyalleşme Ve Paylaşım: Facebook Üzerine Ampirik Bir Araştırma. *E-Journal of New World Sciences Academy*, 5 (2), 55-70.
- Guskey, T. R. (2002). Professional Development and Teacher Change. *Teachers and Teaching*, 8(3), 381–391, DOI:10.1080/135406002100000512.
- Gün, C. S. (2018). *Kanserli Çocuğu Olan Anne Babaların Oluşturduğu Sanal Topluluklar Üzerinden Online Paylaşımların Netnografik Yöntemle İncelenmesi (Ege Üniversitesi)*. Ulusal Tez Merkezi. (494550).
- Güneş, E. P. U. (2016). Toplumsal Değişim, Teknoloji ve Eğitim İlişkisinde Sosyal Ağların Yeri. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 2 (2), 191-206.
- Güzel, Ebru (2016). Dijital Kültür ve Çevrimiçi Sosyal Ağlarda Rekabetin Aktörü: Dijital Habitus. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4 (1), 82-103.
- Haverinen, Anna. 2015. Internet Ethnography: The Past, the Present and the Future. *Ethnologia Fennica*, (42), 79–90.
- Hine, Christine 2000. Virtual Ethnography. London: Sage.
- International Society for Technology in Education. (2008). ISTE standarts for teacher. [https://www.iste.org/docs/pdfs/20-14\\_ISTE\\_Standards-T\\_PDF.pdf](https://www.iste.org/docs/pdfs/20-14_ISTE_Standards-T_PDF.pdf) adresinden erişilmiştir.

- İnci, M, Akpınar, Ü, Kandır, A. (2017). Dijital Kültür ve Eğitim. Gazi Üniversitesi *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 37 (2), 493-522.
- İşman, A. ve Albayrak, E. (2014). Sosyal Ağlardan Facebook'un Eğitime Yönelik Etkililiği (Effectiveness Of Facebook As A Social Network In Education). *Trakya University Journal of Education*, 4(1), 129-138.
- Jones, R. (2009). Social Media Marketing 101, Part 1. Search Engine Watch, 16.
- Kaplan, A. M. ve Haenlein, M. (2016). Higher Education And The Digital Revolution: About Moocs, Spocs, Social Media, And The Cookie Monster. *Business Horizons*, 59 (4), 441–450, DOI:10.1016/j.bushor.2016.03.008.
- Karademir, T. ve Alper, A. (2011). Öğrenme Ortamı Olarak Sosyal Ağlarda Bulunması Gereken Standartlar. *5th International Computer & Instructional Technologies Symposium*, (1 – 25). Fırat Üniversitesi, Elazığ.
- Karagözoğlu Aslıyüksek, M. (2016). Bilgi Teknolojileri Ve Dijitalleşmenin Türkiye’de Bilgibilim Literatürüne Yansıması: Bilgi Dünyası Dergisi Örneği (2000-2014). *Bilgi Dünyası*, 17 (1), 87-103.
- Kardaş, F. & Yeşilyaprak, B. (2015). Eğitim ve Öğretimde Güncel Bir Yaklaşım: Teknoloji Destekli Esnek Öğrenme (Flipped Learning) Modeli. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 48 (2), 103-122.
- Kaynak, S. ve Koç, S. (2015). Telif Hakları Hukuku’nun Yeni Macerası: Sosyal Medya. *Kıbrıs Uluslararası Üniversitesi Folklor/Edebiyat Dergisi*, 21 (83): 389-410.
- Kern, T. ve Rubin, A. (2012). *Designing The Future of Learning: Unthink School to Rethink Learning*. 2Revolutions.
- Kırık, A. M. (2017). Yeni Medya Aracılığıyla Değişen İletişim Süreci: Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Konumu. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5 (1), 230 - 261.
- Kırlangıç, A. (2020). <https://alikirlangic.weebly.com/oumllccedilme-de287erlendirme-aracedillar305.html> 23.06.2020 tarihinde 18:50 de erişildi.
- Kıcı, D., ve Dilmen, N. E. (2014). Sosyal Paylaşım Ağlarının İşbirlikli Öğrenmede Kullanımı: Bir Facebook Uygulaması. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 11 (41), 343-355, DOI: 10.14783/od.v11i41.5000011422.
- Kimball, L. ve Rheingold, H. (2000, Mart). *How online social networks benefits organizations*. [www.rheingold.com/Associates/onlinenetworks.html](http://www.rheingold.com/Associates/onlinenetworks.html)

- Kobak, K. ve Biçer, S. (2008). Facebook Sosyal Paylaşım Sitesinin Kullanım Nedenleri, *8th International EducationTechnology Conference*, 567-571.
- Kozinets, R. V. (2010). Netnography: Doing Ethnographic Research Online. *Thousand Oaks, CA: SAGE*.
- Kozinets, R. V. (2015). Netnography. *The International Encyclopedia of Digital Communication and Society*, 1–8, DOI:10.1002/9781118767771.wbiedcs067.
- Kulak, H, Ayparçası, M . (2019). Öğretmenlerin İnternet Ve Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Araştırma: Çanakçı İlçesi Örneği. *İmgelem*, 3 (4) , 7-32.
- Kulavuz Onal, D. (2015). Using Netnography To Explore The Culture Of Online Language Teaching Communities. *CALICO Journal* 32 (3). 426–448, DOI: 10.1558/cj.v32i3.26636.
- Kuzma, J. (2010). Asian Government Usage Of Web 2.0 Social Media. *European Journal ePractice*, 1–13.
- Lau, W. W. (2018). Relationships between Pre-service Teachers’ Social Media Usage in Informal Settings and Technological Pedagogical Content Knowledge. *EURASIA Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 14 (12), <https://doi.org/10.29333/ejmste/94228>.
- Lietsala, K., ve Sirkkunen, E. (2008). *Social media. Introduction to the tools and processes of participatory economy*. Hypermedia Laboratory Net Series, Finland: Tampere University Press.
- Mayfield, A. (Mart, 2008). *What is social media?*. [https://www.icrossing.com/uk/sites/default/files\\_uk/insight\\_pdf\\_files/What%20is%20Social%20Media\\_iCrossing\\_ebook.pdf](https://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf)
- MDR. (2020, 24 Mayıs). <https://mdreducation.com/2019/01/17/teachers-social-media-use/>
- Menşan, N. Ö. (2019). *Sınıf Öğretmenlerinin Dijital Kültür Algısı (Eskişehir Osmangazi Üniversitesi)*. Ulusal Tez Merkezi. (557356).
- Mert, S. (2019). *Sanal Etkileşim ve Sanal Kimlikler (Erciyes Üniversitesi)*. Ulusal Tez Merkezi. (572111).
- McLoughlin, C. ve Lee, M. J.W. (2007) . Social Software And Participatory Learning: Pedagogical Choices With Technology Affordances In The Web 2.0 Era. *ASCILITE*. 664-675.

- McLoughlin, C. ve Lee, M. J. W. (2008). The 3 P's of pedagogy for the networked society: Personalization, participation, and productivity. *International Journal of Teaching and Learning in Higher Education*, 20 (1), 10–27.
- MEB (2017). Milli Eğitim Bakanlığı Hukuk Hizmetleri Genel Müdürlüğü 14168703-10.06.02-E.2975829 sayılı Okullarda Sosyal Medyanın Kullanılması konulu genelge. [http://mebk12.meb.gov.tr/meb\\_iys\\_dosyalar/11/02/965196/dosyalar/2017\\_03/13112636\\_genelge.pdf](http://mebk12.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/11/02/965196/dosyalar/2017_03/13112636_genelge.pdf) adresinden erişilmiştir.
- Milli Eğitim Bakanlığı. (2018). Sosyal Bilgiler Öğretim Programı (İlkokul ve Ortaokul 4, 5, 6 ve 7. Sınıflar). Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı. 16.07.2020 tarihinde <http://mufredat.meb.gov.tr/ProgramDetay.aspx?PID=354> adresinden alınmıştır.
- Medin, B. (2018). Dijital Kültür, Dijital Yerliler ve Günümüzdeki Yeni Film Seyir Deneyimleri. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5 (3), 142-158.
- Murthy, D. (2008). Digital Ethnography: An Examination of The Use Of New Technologies For Social Research. *Sociology*, 42, 837–855, <https://doi.org/10.1177/0038038508094565>.
- OFCOM, 2008. Social Networking. *A Quantitative and Qualitative Research Report into Attitudes, Behaviours and Use*. Office of Communication, London.
- Özdemir, İ. (2012). Sanal Kültür: Yanılsama mı, Gerçeklik mi?. *Folklor/Edebiyat Dergisi*. 18, (18) 4. 13-34.
- Özer, B. (2008). Öğretmenlerin Mesleki Gelişimi. A. Hakan (Ed.), Öğretmenlik Meslek Bilgisi Alanındaki Gelişmeler, 195–216, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi. <http://i-rep.emu.edu.tr:8080/jspui/bitstream/11129/2426/1/Ogret%20Meslek%20Gel%20B%20Ozer.pdf> adresinden erişilmiştir.
- Özer, M. A. (2019). *Eğitimde sosyal medya kullanımı (Marmara Üniversitesi)*. Ulusal tez merkezi. (537401).
- Özgiden, H. (2013). *Dijital kültür sürecinde elektronik ticaretin dönüşümü: Sosyal ticaret uygulamaları (Ege Üniversitesi)*. Ulusal Tez Merkezi. (350864).
- Özcan, S. (2020, 18 Haziran). *Dijital Araçlarla Çevrimiçi Ölçme ve Değerlendirme*. 23.06.2020 tarihinde Saat: 18.16'da erişildi. <https://www.egiteknoloji.com/cevrimici-olcme-ve-degerlendirme.html>.

- Özkan, B. ve McKenzie, B. (2008). *Social Networking Tools for Teacher Education*. In K. McFerrin et al. (Eds.), *Proceedings of Society for Information Technology and Teacher Education International Conference*. 2772-2776. Chesapeake, VA: AACE.
- Öztürk, Ş. (2015). Sosyal medyada etik sorunlar. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 9 (1), 287-311.
- Özmen, F., Aküzüm, C., ve Sünkür, M. (2012). Sosyal ağ sitelerinin eğitsel ortamlardaki işlevselliği. *Education Sciences*, 7 (2), 496-506.
- Öztürk, M. F., & Talas, M. (2015). Sosyal medya ve eğitim etkileşimi. *Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turks*, 7 (1), 101-120.
- Pettenati, M. C. ve Ranieri, M. (2006). Informal learning theories and tools to support knowledge management in distributed CoPs. Paper presented at the Innovative Approaches for Learning and Knowledge Sharing, EC-TEL.
- Preece, J. (2000). *Online communities: Designing usability, supporting sociability*. New York: Wiley.
- Rao, A. V., ve Shalini, P. (2013). Social media and its impact on generation next. *International Journal of Logistics and Supply Chain Management Perspectives*, 2 (4), 647-654.
- Rutherford, C., 2010. Facebook as a Source of Informal Teacher Professional Development. *In Education* 16 (1), 60–74.
- Sade-Beck L., (2004). Internet ethnography: online and offline. *The International Journal of Qualitative Methods*, 3 (2), 45–51, DOI: 10.1177/160940690400300204.
- Sarıdaş, G. (2017). *Çevrimiçi öğrenme topluluklarının öğretmenlerin mesleki gelişimine etkisine yönelik öğretmen görüşleri (Marmara Üniversitesi)*. Ulusal Tez Merkezi. (469656).
- Sarıdaş, G. ve Deniz, L. (2018). Çevrimiçi Öğrenme Topluluklarının Öğretmenlerin Mesleki Gelişimine Etkisine Yönelik Öğretmen Görüşleri. *Çağdaş Yönetim Bilimleri Dergisi*, 1 (5), 11-41.
- Sarsar, F., Başbay, M. ve Başbay, A. (2015). Öğrenme Öğretme Sürecinde Sosyal Medya Kullanımı. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11 (2), 418-431.

- Saykılı, A. (2014). *Çevrimiçi Sosyal Ağların Yabancı Dil Eğitimini Destekleme Potansiyeli: Facebook Örneği (Anadolu Üniversitesi)*. Ulusal Tez Merkezi. (375277).
- YBS Ansiklopedi (2014). *Sosyal Ağlarda Akan Veri Madenciliği, 1*, ( 21-25).
- Sicilia, M. ve Palazon, M., (2008). Brand communities on the Internet: A case study of Coca-Cola's Spanish virtual community. *Corporate Communications: An International Journal*, 13 (3), 255–270, DOI: 10.1108/13563280810893643.
- SimilarWeb. (2020, Nisan 10). *En çok kullanılan internet siteleri*. <https://www.similarweb.com/top-websites>
- Smith, B. G., ve Gallicano, T. D. (2015). Terms Of Engagement: Analyzing Public Engagement With Organizations Through Social Media. *Computers In Human Behavior*, (53), 82–90, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.05.060>.
- Solmaz, B, Tekin, G, Herzem, Z ve Demir, M. (2013). İnternet ve sosyal medya kullanımı üzerine bir uygulama. *Selçuk İletişim*, 7 (4) , 23-32.
- Sütlüoğlu, T. (2015). Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Süreçleri: Facebook Örneği. *Folklor/Edebiyat Dergisi*. (83), 125-147.
- Şeker, T. B. (2005). *İnternet ve Bilgi Açığı*, Konya: Çizgi Kitabevi.
- Türk Dil Kurumu. (2020, 5 Mayıs). <https://sozluk.gov.tr/>
- Tess, P. A. (2013). The Role Of Socialmedia İn Higher Education Classes (Real And Virtual), *A Literatüre Review. Computers In Human Behavior*, 29 (5), 60-68, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.12.032>.
- Tınmaz, H., ve Çağıltay, K. (2012). Social Networking Website Analyses: Usable and Instructional Facebook. *Eğitim Bilimleri ve Uygulama*, 11 (21), 69-82.
- Toğay, A., Akdur, T. E. vd. (2013). Eğitim süreçlerinde sosyal ağların kullanımı: Bir MYO deneyimi. *Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri* (1001- 1006). Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Tredinnick, L. (2006). Web 2.0 And Business: A Pointer To The İntranets Of The Future. *Business Information Review*, 23 (4), 228–234.
- Trust, T. (2012) Professional Learning Networks Designed for Teacher Learning, *Journal of Digital Learning in Teacher Education*, 28 (4), 133-138, DOI: 10.1080/21532974.2012.10784693.

- Trust, T., Krutka, D. G., & Carpenter, J. P. (2016). Together We Are Better: Professional Learning Networks For Teachers. *Computers and Education*, (102), 15-34, <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2016.06.007>.
- Tseng, F.-C., & Kuo, F.-Y. (2014). A study of social participation and knowledge sharing in the teachers' online professional community of practice. *Computers and Education*, (72), 37-47, <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2013.10.005>.
- Uluç G. ve Yarcı A. (2017). Sosyal medya kültürü. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (52), 88-102.
- UNESCO (Birleşmiş Milletler Eğitim Bilim ve Kültür Örgütü), (2020a, 16 Mayıs). *Distance learning solutions*.  
<https://en.unesco.org/covid19/educationresponse/solutions>
- UNESCO (Birleşmiş Milletler Eğitim Bilim ve Kültür Örgütü), (2020b, 15 Mayıs). *1.3 billion learners are still affected by school or university closures, as educational institutions start reopening around the world, says UNESCO*.  
<https://en.unesco.org/news/13-billion-learners-are-still-affected-school-university-closures-educational-institutions>.
- Varnalı, K. (2013). *Dijital Kabilelerin İzinde*. İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Victoria of Government. PAL. Policy and Advisory Library. (2020, Mayıs 17). *Find operational policies and guidance for schools from the Department of Education and Training*.  
<https://www.education.vic.gov.au/school/principals/spag/governance/Pages/social-media.aspx>.
- Vural, B. Ve Bat, M. (2010),Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Yasar University*, 20 (5), 3348-3382.
- WeareSocial, 2020. *Digital Reports Turkey 2020*. 16.05.2020 tarihinde Saat: 14.10'da <https://datareportal.com/reports/digital-2020-turkey> adresinden erişildi.
- Wikipedia. Telif Hakkı. 20.06.2020 tarihinde Saat: 16.11'de erişildi.  
[https://tr.wikipedia.org/wiki/Telif\\_hakk%C4%B1](https://tr.wikipedia.org/wiki/Telif_hakk%C4%B1)

- Yalçınkaya, Y. (2016). Dijital Kültür ve Dijital Kütüphane. *Türk Kütüphaneciliği*, 30 (4), 595-618.
- Yang, Y., & Yu, K. (2016). Construction Of Distance Education Classroom İn Architecture Specialty Based On İnternet Of Things Technology. *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, 11 (5).
- Yanık, A. ,H. (2019). *Türkiye’de Dijital Emek (Marmara Üniversitesi, 2019)*. Ulusal Tez Merkezi. (551567).
- Yamamoto, G. T., Altun, D.; Coronavirüs ve Çevrimiçi (Online) Eğitimin Önlenemeyen Yükselişi, *Üniversite Araştırmaları Dergisi*, 3 (1), 25-34.
- Yaylak, E., (2017). *Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Eğitimde Sosyal Medyayı Kullanım Düzeyleri ve Görüşleri (Pamukkale Üniversitesi)*. Ulusal Tez Merkezi. (481789).
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yılmazsoy, B. (2018). *Eğitsel Amaçlı Sosyal Medya Kullanımı: Facebook Örneği. (Afyon Kocatepe Üniversitesi)*. Ulusal Tez Merkezi. (495192). (<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden alınmıştır).
- Yılmaz Karaoğlu, G. F. ve Eyüboğlu Binay A. F. (2018). Öğretmenlerin yaşam boyu öğrenme tutumları, dijital yerli olma durumları ve teknoloji kabulü arasındaki ilişkinin birbirleri ile ve çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Uluslararası Eğitim Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 4 (1), 1-17.
- Yokuş, G. (2018). *Çevrimiçi Mesleki Öğrenme Ağlarının Öğretmen Adaylarının Araştırmacı Kimlik Eğilimleri, Sosyal Sorumluluk Temelli Liderlik Algıları Ve Sosyal Ağlara Dayalı Öğrenme Algıları Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi: Dijital Öğretmen Topluluğu (Mersin Üniversitesi)*. Ulusal Tez Merkezi. (531187).

## EKLER

## Ek - 1:

**Berdel Özçandan**  
20 Kasım 2019

Merhaba, Sosyal Bilgiler Bilgi ve Görsel Arşivi grubu. Ben Abant İzzet Baysal Üniversitesi'nde Sosyal Bilgiler Eğitimi alanında tezli yüksek lisans yapıyorum. Tez araştırma konum Facebook Sosyal Bilgiler Öğretmen Grupları çerçevesindedir. Grup yöneticimiz **Yılmaz Özgür**'nin onayını aldıktan sonra sizlerin de onayını almak araştırmanın etik olması bakımından önemlidir. Eğer sizlerinde onayı olursa yaptığım araştırmada grubunuza da değinmek isterim. Beğenileriniz ve yorumlarınız benim için önemlidir. Teşekkür ederim...

**Yılmaz Özgür** ve 81 diğer kişi 13 Yorum

Beğen Yorum Yap Paylaş

**Yılmaz Özgür** Meslektaşımıza destek bizi çok mutlu eder. Güzel bir araştırma konusu.  
Beğen · Yanıtla · 7h

**Yılmaz Özgür** Elbette. Güzel olur.  
Beğen · Yanıtla · 7h

**Yılmaz Özgür** Yaklaşık 2 buçuk senedir grupta ve yönetimde bulunan biri olarak bu grubu çok başka bir yerde tutuyorum. 😊👍  
Kalite, paylaşım ve saygı konusunda kesinlikle açık ara önde diyebilirim. Bunda; yönetiminizin kuralları ve saygının temel unsur olarak kabul... Daha Fazlasını Gör  
Beğen · Yanıtla · 7h · Düzenlendi

1 Yanıt

**Yılmaz Özgür** Tebrikler

**Yılmaz Özgür** Yaklaşık 2 buçuk senedir grupta ve yönetimde bulunan biri olarak bu grubu çok başka bir yerde tutuyorum. 😊👍  
Kalite, paylaşım ve saygı konusunda kesinlikle açık ara önde diyebilirim. Bunda; yönetiminizin kuralları ve saygının temel unsur olarak kabul edilmesi nazizane bence başta geliyor, ardından da yaptığımız işi sevmek ve saymak ikinci sırada diye düşünüyorum, yoksa bu kadar aktif ve üretken olmamız mümkün olmazdı. Bir yanımız öğretmenken bir yanımızla daima öğrenen olmak güzel, bu anlamda sanal ortamda bulunabilecek nadide bir platform, dilerim hiç bozulmasın... 🙌👍👍👍 Çalışmanızda kolaylıklar diliyor, sonuçlarını da bizimle paylaşmanızı rica ediyorum. 😊  
Beğen · Yanıtla · 7h · Düzenlendi

1 Yanıt

**Yılmaz Özgür** Tebrikler  
Beğen · Yanıtla · 7h

**Yılmaz Özgür** Elbette  
Beğen · Yanıtla · 7h

**Yılmaz Özgür** Elbette  
Beğen · Yanıtla · 7h

**Yılmaz Özgür** 🙌👍  
Beğen · Yanıtla · 7h

**Yılmaz Özgür** Farklı düşüncedeki öğretmen arkadaşlarımızı "saygı" çerçevesi içerisinde bir arada tutan kaliteli bir gruptur. Kendimi aile ortamında hissettiğim gruptur. Bu grubun örnek bir grup olmasını sağlayan grubun tüm yöneticilerine teşekkür ediyorum.



## ÖZGEÇMİŞ

Berdel ÖZCANDAN

25.04.1994

İzmir / Konak

E-posta: [berdelozcandan@gmail.com](mailto:berdelozcandan@gmail.com)

### EĞİTİM BİLGİLERİ

Lise: Buca Anadolu Meslek ve Meslek Lisesi – Grafik ve Fotoğrafçılık Bölümü (2008 – 2012)

Lisans: Abant İzzet Baysal Üniversitesi – Sosyal Bilgiler Öğretmenliği (2013 – 2017)

Yüksek Lisans: Abant İzzet Baysal Üniversitesi – Sosyal Bilgiler Eğitimi (2017 – 2020)

### ETKİNLİKLER

Bilgisayar İşletmenliği Kurs Sertifikası (2008)

İş Yeri Açma Belgesi – Grafik ve Fotoğraf Alanı (2012)

Bamer (Bolu Halk Kültürünü Araştırma ve Uygulama Merkezi)

Konak Tanıtım Günleri - Düzenleme Kurulu (2013)

10. Sınıflar için Akran Eğitimi bağlamında Gülezler Konağı Tanıtımı (2013)

Keşfedilmeyi Bekleyen Cennet: Seben Fotoğraf Sergisi (2014)

Kitre Bebek Sergisi (2014)

Elginkan Vakfı Proje Okuryazarlığı Eğitimi (2014 – 2015)

Bolu’da Çepni Kültürü Konferansı (2015)

Bolu Halk Kültürünü Araştırma ve Uygulama Merkezi/

Öğrenci Topluluğu Başkanlığı (2015-2016)

Öğretmen ve Öğrenci Görüşlerine Göre Bolu’da Eğitim Konferansı (2015)

SOKÜM (Somut Olmayan Kültürel Miras)

Mengen Açıcılık Çalıştayı – Düzenleme Kurulu (2014 – 2015)

IV. Uluslararası Sosyal Bilgiler “Barış Eğitimi” Sempozyumu/ Düzenleme Kurulu (USBES 23 –25 Nisan 2015)

International House İngilizce Kursu (22 Haziran – 15 Temmuz 2015)

VI. Uluslararası Körođlu ve Türk Dünyası Kahramanları Sempozyumu/ Düzenleme Kurulu (UKS 10 – 12 Ekim 2016)

Meşrutiyetten Günümüze Milli Gün ve Bayramlar Konferansı/ Düzenleme Kurulu (Mart 2017)

Bilge Adam Bilişim Grubu – Web ve Grafik Sertifikasyon Programı (2017 Temmuz)

