

# Türkiye Eğitim Dergisi

(2023) Cilt 8, Sayı 1, s. 50-65

## Öğretmenlerin İş Yerinde Sosyal Medya Kullanmalarına Yönelik Görüşlerinin İncelenmesi

Dilek KARATAŞ<sup>1</sup>  
İbrahim GÜL<sup>2</sup>

### Özet

Bu araştırmanın amacı, öğretmenlerin işyerinde sosyal medyayı kullanmalarına yönelik görüşlerini ortaya çıkarmaktır. Bu çalışma nicel bir araştırma olup araştırmanın çalışma grubunu, 2021- 2022 Eğitim-Öğretim yılında Manisa ilinde farklı kademelerde görev yapan 233 öğretmen oluşturmaktadır. Verilerin toplanmasında "İş Yerinde Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği" kullanılmıştır. Araştırma verileri normal dağılım gösterdiğinden parametrik testlerden yararlanılmıştır. Araştırma bulgularına göre erkek ve kadın öğretmenlerin iş yerinde sosyal medyayı orta düzeyde kullandıkları görülmüştür. Öğretmenlerin sosyal medyayı kullanmalarına ilişkin davranışlarının çoğunlukla İlişki/bağ kurucu sosyal medya ile uygunsuz sosyal medya kullanmada yoğunlaştığı görülmektedir. Bu iki boyuta ilişkin görüşlerin oldukça katılıyorum düzeyinde olduğu anlaşılmaktadır. Yapılan işe yönelik sosyal medya kullanımı davranışı orta, iş dışı kullanım ile sosyal medya kullanım yoğunluğu davranışlarının ise katılmıyorum düzeyinde olduğu görülmektedir. Öğretmenlere medyayı doğru kullanma konusunda eğitimler verilmesi önerilmektedir.

### Anahtar Kelimeler

Sosyal Medya  
İşyeri  
Öğretmen

### Makale Hakkında

Gönderim Tarihi: 12.06.2022

Kabul Tarihi: 03.04.2023

Elektronik Yayım Tarihi: 26.06.2023

DOI: 10.54979/turkegitimdergisi.1129586

<sup>1</sup> Öğretmen, Manisa İl Milli Eğitim Müdürlüğü, dilekkaratas4545@gmail.com, 0000-0003-4184-4085

<sup>2</sup> Doç. Dr. Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, igul@omu.edu.tr, 0000-0002-0501-8221

## Examination of Teachers' Opinions on the Use of Social Media at the Workplace

### Abstract

The aim of this research is to reveal the opinions of teachers about their use of social media in the workplace. This study is a quantitative research and the study group of the research consists of 233 teachers working at different levels in the province of Manisa in the 2021-2022 academic year. "Scale of Social Media Use in the Workplace" was used to collect data. Parametric tests were used because the research data showed a normal distribution. According to the research findings, it was seen that both male and female teachers use social media at a moderate level in the workplace. It is seen that the behaviors of teachers regarding their use of social media mostly concentrate on using relationship/bonding social media and inappropriate social media. It is understood that the views on these two dimensions are quite agreeable. It is seen that the behavior of social media use for the job is moderate, while the behaviors of non-work use and social media use intensity are at the level of disagree. It is recommended that teachers be trained on the correct use of the media.

### Keywords

Social Media  
Workplace  
Teacher

### About Article

SendingDate: 12.06.2023  
AcceptanceDate: 03.04.2023  
Electronic IssueDate: 26.06.2023

DOI: 10.54979/turkegitimdergisi.1129586

## GİRİŞ

Teknolojinin sürekli kendini yenilemesi ve gelişmesiyle birlikte insanların yaşamlarında internet ve teknoloji kullanımı da artmaktadır. Sosyal medya kavramı, özellikle son zamanlarda gelişen teknoloji, internet ve Web 2.0 araçları ile içerik oluşturulmasına fırsat veren kısmen de yeni olan bir kavramdır. İnternet 1990'lı yıllardan başlayarak gelişmesini sürdürmüştür. 20. yüzyıldan 21. yüzyıla gelindiğinde, internetin bir uzantısı olan sosyal medya, kişilerin hayatlarında fazlasıyla önem taşıyan bir noktaya gelmiş bulunmaktadır (Şeker, 2021; Vural ve Bat, 2010). Web 2.0 kavramı ilk olarak, Tim O'Reilly tarafından internet üzerindeki yeniliklerin ve değişikliklerin konuşulduğu bir ortamda 2004 senesinde dile getirilmiştir (akt. Korucu ve Karaalar, 2017). Teknolojinin, Web 2.0 araçları ile gelişmesinin ardından, birçok kişinin birbirleri ile iletişim ve etkileşime girmelerinin ardından aynı zamanda bilgiye çok hızlıca ulaşmaya yardım eden "sosyal medya" kavramı ortaya çıkmıştır. Sosyal medya, Web 2.0 araçlarının yapısına dayanan ve çeşitli kullanıcılar tarafından oluşturulan internet aracılığıyla ulaşılan uygulamalar olarak tanımlanmaktadır (Kaplan ve Haenlein, 2010). Sosyal medya geniş anlamıyla, internet üzerinden kolay erişim sağlanan, farklı kişiler ile iletişim kurulabilen, çeşitli videoların, podcastlerin, blogların oluşturulabildiği ve bu oluşturulan içeriklerin paylaşılmasına izin verilen, gelişen internet araçlarını ve teknolojilerini kapsayan, etkileşime fırsat tanıyan tüm sosyal ağların tamamıdır (Taşdemir, 2021; Weisgerber, 2009). Sosyal medya ile kişiler, zamandan ve yerden bağımsız olarak, yeni arkadaşlar edinip eski arkadaşları ile iletişim kurma imkânı edinmekte, kendi özgür fikirlerini ifade etmekte ve bu fikirlerinin ortak olduğu kişilerle yeni gruplar oluşturma ve paylaşma imkânına sahip olmaktadır (Castells, 2008; akt. Şeker, 2021).

Sosyal medyanın temelini iletişim oluşturmakla birlikte telefon, telgrafın icadından itibaren geçen süre sosyal medyanın başlangıcı olarak kabul edilmemektedir. Sosyal medyanın temelini iletişim oluştursa da bu iletişim daha çok kişisel iletişim olmaktan öte kitlesel iletişimin daha çok kullanıldığı bir mekanizmadır. Bu sebeple, sosyal medya gelişiminde ilk ayağın kitlesel iletişimin de ilk adımını kapsayan e-posta aracılığı ile başladığı söylenebilir (Feyzioğlu, 2016). Sosyal medyanın başlangıcı olarak 1971 yılında iki bilgisayar aracılığı ile karşılıklı e-posta atılması kabul edilmektedir. Ancak bugün kullanılan ifadesi ile sosyal medya 1979 senesinde “JimEllis ve TomTruscott” tarafından kurulmuş olan “Usenet” ile başlamaktadır. Profil oluşturmak ve çeşitli tartışmalar için kullanılan ilk sosyal ağ Usenet’tir. Usenet’in kurulmasının ardından pek çok tartışma grubu açılmış ve pek çok kullanıcıya ulaşılarak bu platform büyümüştür (Taşdemir, 2021; Kaplan ve Haenlein, 2010). Bunun ardından 1991 senesinde “Worldwide web” bilinen adıyla “www” ortaya çıkmıştır. Bu durum internet için önemli bir gelişme olarak kayıtlara geçmiştir. 1997 senesinde açılmış olan “sixdegrees.com” isimli platform, bugün kullanılan sosyal ağlara en çok benzeyen sitedir. Bu platform üzerinden, yine kişisel profil oluşturulmasına, sözlü ve yazılı olarak iletişim kurulmasına, arkadaşlık edinilmesine olanak sağlanmıştır (Köksal, 2012; Taşdemir, 2021). 1998’den 2001 senesine kadar Wikipedia, Blogger gibi pek çok farklı platform oluşturulmuştur. 1999 senesinde “Microsoft” tarafından geliştirilen “Messenger” pek çok kullanıcının kendi isimleri ile katılabildikleri bir platform olmuş, dinamik bir iletişim ortamı olarak kullanıcılara sunulmuştur. 2003 senesinden sonra yeni sosyal medya platformları oluşmaya başlamış ve bu platformlara üye olan kullanıcıların sayısı da her geçen gün gittikçe artmıştır. Web 2.0 teknolojisinin 2004 yılından sonra gelişmesi ile de sosyal medyada yeni bir döneme girilmiştir. Web 2.0 teknolojisi, bununla beraber sosyal medya platformları kişilerin ve kurumların belirli kitlelerle ile iletişime geçmesini sağlamış ve sosyal medya çok daha hızlı gelişim göstermeye başlamıştır. Bu hızlı gelişim, sosyal medyanın ekonomik açıdan kullanımının düşük olması, ulaşılabilirliğinin kolaylığı, kendi içinde sürekli güncellenmesi ve yenilenmesi ve hemen hemen her alanda bilgi içeriklerine sahip olması ile doğrudan bağlantılıdır (Vural ve Bat,2010; akt. Şeker, 2021).Sosyal medyanın birçok özelliği bulunmaktadır. Bu özellikler Gürsakal tarafından “katılım, açıklık, karşılıklı konuşma, topluluk ve bağlantısallık” olarak beş ana başlıkta toplanmıştır (Gürsakal, 2009; akt. Taşdemir, 2021): Katılım, sosyal medyayı kullanan kişilerin sosyal medyaya katılımını ifade eder. Kişiler kendi kullandıkları platformların yöneticisi konumundadır. Açıklık, sosyal medyayı kullanan kişilerin sosyal medya kullanımının fazlasıyla kolaylaştırılmış bir şekilde bu platformu kullanabilmelerini ifade eder. Farklı kişilerden geri bildirimler alınmakta ve kullanıcı sayısını artırmak adına kişiler fikirlerini açıklayıp birbirlerine yorum yapmaktadırlar. Karşılıklı Konuşma, sosyal medyayı kullanan kişilerin tek taraflı değil, karşılıklı bir iletişim ve etkileşim halinde olunmasını ifade etmektedir. Sosyal medya dışındaki diğer platformlarda tek taraflı bir bilgi akışı yer alırken sosyal medyada bu durum çift yönlüdür. Topluluk, sosyal medyayı kullanan kişilerin sadece bireysel olarak değil grup olarak da o platformda bulunabilmelerini ifade eder. Gruplar istedikleri şekilde farklı topluluklarla iletişime girip onlara ulaşım sağlayabilmektedirler. Bağlantısallık, sosyal medyayı kullanan kişiler sosyal medya sayesinde bağlantı ve link paylaşımı yapabilmelerini ifade etmektedir. Bu sayede çeşitli kaynaklara, verilere, bireylere, internet sitelerine ulaşılabilme imkânı edilmektedir.Sosyal medyada daha çok gençlerin zaman geçirdiği görülmektedir. Gençlerin sosyal medyayı kullanım amaçları ise daha çok mesaj yazma, video paylaşma, eğlence, kişilerin boş zamanlarını değerlendirme olarak karşımıza çıkmaktadır. Bilgiye ulaşma ve bilginin başka kişilerle paylaşılması konusunda sosyal

medyanın kullanım amaçları daha gerilerde kalmaktadır (Çömlekçi ve Başol, 2019). Örneğin, Buluk, Eşitti ve Boz (2017) yaptıkları araştırmada, kişilerin sosyal medyayı ilgilendikleri konularla ilgili takip sağlama, yine ilgilerini çeken konularla ilgili fikir alışverişi yapma, kendi bireysel gelişimlerine katkı sağlama, bilgi erişimi, fotoğraflarını paylaşma gibi amaçlarla kullandıklarını belirtmişlerdir. Yapılan diğer çalışmalar sosyal medyanın araştırma yapmak, kişiler arası iletişimi devam ettirme, güncel bilgi kaynaklarını edinme, kişilerin kendilerince eğlenceli buldukları içeriklerle zaman geçirme amaçlı kullanıldığını ortaya koymuştur (Başoğlu ve Yanar, 2017; Fuat ve Him, 2013; Şahin vd., 2016). Dünyada internet ve sosyal medya kullanımının daha çok gençler arasında kullanıldığı bilinmektedir. Türkiye’de genç nüfus oranının fazlalığı dikkate alındığında, dünyada sosyal medya kullanımı oranı olarak ülkemiz ilk sıralarda yer almaktadır (Kartal, 2013). WeareSocial (2022) Türkiye Raporuna göre, yılın ocak ayında 68,90 milyon sosyal medya kullanıcısı olup nüfusun yaklaşık %81’ine karşılık gelirken, 2021 ve 2022 yılları arasında bu sayı 8,9 milyon artmış ve 77,80 milyona ulaşarak yaklaşık %14,8 artış göstermiştir. Sosyal medyayı daha çok erkeklerin (%58.7) kullandığı, kadınların (% 41.3) onları takip ettiği görülmektedir. Kısaca belirtmek gerekirse, sosyal medyayı kullanan bireyler günlük ortalama üç saat sosyal medyada zaman geçirmektedirler. Türkiye’de kişiler ilk olarak aile ve yakın arkadaşları ile iletişim kurmak için sosyal medyayı kullanırken, ikinci sırada haberleri takip etmek için sosyal medyayı kullanmaktadırlar. Yine sosyal medya platformlarından en çok Instagram, Facebook ve Twitter kullanılmaktadır (Avcı, 2020; Solmaz vd., 2013).

Hem iç paydaşların hem de dış paydaşların, kurumlarla ilgili kendi algılarından oluşan sisteme kurumsal itibar denilmektedir. Kurumsal itibar ile ilgili olumlu bir algının oluşması pek çok açıdan önem taşımaktadır ve kurumsal itibar kazanılırken uzun bir süreç gerekmektedir. Ancak gerekli önlemler alınmaz ise itibar kısa sürede kaybedilebilmektedir (Kara, 2012). Sosyal medya kurumsal itibarı etkileyen yeni teknolojilerden biridir. Sosyal medyanın kullanılış tarzı, aktif şekilde kullanılıp kullanılmaması kurumların itibarı açısından önemlidir (Aydın, 2015). Sosyal medya ile hayatımıza pek çok yenilik girmiştir. Kurumlar da artık sosyal medya üzerinden kendi paydaşlarını takibe alarak paydaşların dilek ve isteklerini sosyal medya aracılığıyla belirlemekte ve buna yönelik farklı stratejiler de geliştirmektedirler. Bu açıdan bakıldığında, bazı sosyal medya platformlarının aktif ve etkili kullanılması gerekmektedir. Özellikle kişilerin aktif olarak kullandıkları mecralar takip edilmeli bu mecralardan paylaşım yapılmasına özen gösterilmelidir (Kara, 2012). Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi öğrencileriyle yapılan bir araştırmada katılımcıların neredeyse tamamı sosyal medyayı kullanmakta ve vakitlerinin önemli bir kısmını burada geçirmektedirler (Solmaz vd, 2013). Bu öğrencilerin yetişkin olduğu ve sosyal medyayı daha bilinçli kullanacakları düşünülebilir. Ancak ilköğretim ve liselerde sosyal medya daha dikkatli kullanılmalıdır. Elbette bu sayede sosyal medyadan eğitim amaçlı yararlanma söz konusu olabilir (Zorlu, 2016). Bir araştırmada sanal oyunlara dikkat çekilmiş (Vural ve Bat, 2010) ve çevrimiçi eğitimlerin öğrencilere yararı konusunda endişeler dile getirilmiştir (Konuk ve Güntaş, 2019; Tuncer vd, 2008). İnternet kullanımının öğrencilere yararı yanında onları şiddete yönelttiği yönünde araştırmalar bulunmaktadır (Gül, 2019). Millî Eğitim Bakanlığı da bu konulara dikkat çekerek okullarda sosyal medya kullanımına ilişkin bir genelge yayınlamıştır (MEB, 2017). Okullar, eğitim ortamlarının sürdürüldüğü en önemli kurumlardan birisi olup bu konuda okul çalışanları duyarlı hareket etmelidirler. Yani okul içinde daha çok sosyal medya araçları etkili ve daha çok eğitimsel amaçlarla kullanılmalıdır.

Okullarda yapılan çalışmalar, etkinlikler, birbirinden farklı süregelen faaliyetlerin sosyal medyada paylaşılması okulların itibarı açısından da önemlidir. Bu araştırmanın amacı öğretmenlerin işyerinde sosyal medyayı kullanmalarına yönelik görüşlerini ortaya çıkarmak olup şu sorulara yanıt aranmıştır:

1. Öğretmenlerin sosyal medyayı kullanma düzeyi nedir?
2. Öğretmenlerin sosyal medya kullanmalarına yönelik görüşleri,
  - a. Cinsiyetlerine
  - b. Alanlarına
  - c. Okul türüne göre farklılık göstermekte midir?

## YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde çalışmanın deseni, araştırmanın çalışma grubu, veri toplama aracı ve verilerin çözümlenmesi başlıklarına yer verilmiştir.

### Araştırma Deseni

Öğretmenlerin iş yerinde sosyal medyayı kullanmalarına yönelik görüşlerini ortaya koymayı amaçlayan bu çalışma, betimsel tarama araştırma modelinde olması ile toplanan verilerin özelliği bağlamında nicel bir araştırmadır. Tarama modelindeki araştırmalar, önceden veya şu an var olan bir durumu olduğu gibi yansıtmayı amaçlar (Büyüköztürk, 2016; Karasar, 2002). Bu araştırma ile öğretmenlerin iş yerinde sosyal medyayı kullanmalarına ilişkin verileri betimlenerek bir takım bulgular ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu tür bir betimsel ve nitel çalışmaya ilişkin olarak tarama modeli uygun düşmektedir.

### Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu 2021–2022 eğitim-öğretim yılında, Manisa ilinde farklı kademelerde görev yapan 240 öğretmen oluşturmaktadır. Bu öğretmenlerin seçiminde basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırma evreni içinden rastgele öğretmenler seçilerek veriler toplanmıştır. Toplanan ölçekler içinden 7 kişiye ait olanların usulüne uygun olmadığı belirlenerek bunlar analiz dışı bırakılmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu 233 öğretmen oluşturmuş olup bunlara ilişkin demografik bilgilere Tablo 1’de yer verilmiştir.

**Tablo 1.** Araştırmaya Katılan Öğretmenlere İlişkin Demografik Bilgiler

| Değişken      | Kategori     | f          | %          |
|---------------|--------------|------------|------------|
| Cinsiyet      | Kadın        | 148        | 64         |
|               | Erkek        | 85         | 37         |
| Branş         | Sınıf        | 65         | 28         |
|               | Alan         | 168        | 72         |
| Okul türü     | Temel Eğitim | 76         | 33         |
|               | Ortaokul     | 42         | 18         |
|               | Lise         | 115        | 49         |
| <b>Toplam</b> |              | <b>233</b> | <b>100</b> |

Tablo 1 incelendiğinde, öğretmenlerin cinsiyetlerine ilişkin dağılımlarına bakıldığında çoğunluğunun kadın; branşlarına ilişkin dağılımına bakıldığında çoğunun alan öğretmeni olduğu ve okul türü değişkenine göre dağılımlarına bakıldığında çoğunluğunun lise kademesinde çalıştığı görülmektedir.

Okul öncesi ve ilkökul öğretmenlerinin sayıları birleştirilmiş ve bunlar toplam olarak Temel Eğitim kademesi olarak ele alınmış ve çözümlenmeler yapılmıştır.

### Veri Toplama Aracı

İş Yerinde Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği'nin orijinal formunu Carlson vd. (2016) geliştirmişlerdir. Er, Solmaz ve Yıldız (2020) ölçeği Türkçe 'ye uyarlamışlardır. 6 alt boyuttan oluşan yirmi iki maddelik 5'li likert yapıdaki ölçeğin geliştirilme aşamasında 335 yetişkin birey katılmıştır. Ölçek likert türü olup "1= Hiç Katılmıyorum. 2= Katılmıyorum. 3= Orta Derecede Katılıyorum. 4= Katılıyorum. 5= Tamamen Katılıyorum seçeneklerinden oluşmaktadır. Örneklem büyüklüğünün yeterliği incelendiğinde KMO katsayısının (.82) olduğu görülmüştür. İç tutarlılık katsayısı ise (.83) olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin 6 alt boyutu; ilişki/bağ kurucu sosyal medya davranışı, uygunsuz sosyal medya kullanım davranışı, yapılan işe yönelik sosyal medya kullanımı davranışı, sosyal medyayı farklı izlenim vermek için kullanma davranışı, sosyal medyayı kendi iş dışı amaçları için kullanma davranışı, sosyal medya kullanım yoğunluğu davranışı olarak isimlendirilmiştir. Bu çalışmada güvenirlik analizi tekrarlanmış ve Cronbach Alpha güvenirlik katsayısı toplamda(.88), ilişki/bağ kurucu sosyal medya davranışı alt boyutunda (.67); uygunsuz sosyal medya kullanım davranışı alt boyutunda (.71); yapılan işe yönelik sosyal medya kullanımı davranışı alt boyutunda (.81); sosyal medyayı farklı izlenim vermek için kullanma davranışı alt boyutunda(.78); sosyal medyayı kendi iş dışı amaçları için kullanma davranışı alt boyutunda (.76); sosyal medya kullanım yoğunluğu davranışı alt boyutunda (.74) olarak hesaplanmıştır. Araştırmanın bağımsız değişkenleriyle ilgili bilgileri toplamak için araştırmacılar tarafından geliştirilmiş kişisel bilgi formu kullanılmıştır.Verilerin toplanması sürecinde öncelikle araştırmada kullanılan ölçekle ilgili olarak kullanım izni alınmıştır. Kullanılan ölçek ve katılımcı bilgi formu elektronik form olarak düzenlenmiş ve Google Formlar üzerinden alınan bağlantı 2022 yılı Nisan ayında Manisa ilinde merkezinde farklı kademelerde görev yapan öğretmenlere uygulanmıştır. Yaklaşık 10 gün boyunca form yanıtlarının toplanmasına devam edilmiş ve bu süre sonunda toplam 240 öğretmene ait yanıtlara ulaşılmıştır.

### Verilerin Analizi

Veriler analiz edilmeden önce bir takım ön analizlerden geçirilmiştir. Yapılan uç değer analizinde 7 kişiye ait yanıtlar analiz dışı bırakılmıştır. Yapılan uç değer analizinin ardından analiz dışı bırakılması gereken kişiler veri seti arasından çıkarıldıktan sonra normallik analizleri yapılmıştır. Verilerin dağılımının normal olduğuna karar verirken basıklık ve çarpıklık katsayılarına, merkezi eğilim ölçülerine, KolmogorovSmirnov katsayısına bakılarak dağılımın normalliğine bakılmıştır (skewness=+.556 ile -.363; kurtosis=+.363 ile -.289 arasındadır). Bu değerlerin  $\pm 1,5$  olması dağılımın normal olduğunu gösterir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Bu değerlere göre dağılımların normal olduğuna karar verilmiş ve cinsiyet ile branş değişkenlerine göre puanların değişimi bağımsız örneklem için kullanılan t testi ile hesaplanmıştır. Ek olarak görev yapılan kademeye göre puanların değişimi ise ANOVA testi

ile hesaplanmıştır. Ölçek maddelerinin değerlendirilmesinde, ölçekte yer alan değerler dikkate alınmış ve bunlara göre araştırma bulguları yorumlanırken 0,00–0,99 hiç; 1,00–1,99 az düzeyde; 2,00–2,99 orta düzeyde; 3,00–3,99 oldukça; 4,00–5,00 çoğunlukla ifadeleri kullanılmıştır.

## BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde öğretmenlerin, İş Yerinde Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğinden elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

### Öğretmenlerin İş Yerinde Sosyal Medyayı Kullanma Düzeyleri

Araştırmaya katılan öğretmenlerin iş yerinde sosyal medyayı kullanma düzeylerine yönelik ortalamalar ve standart sapmalar Tablo 2’de verilmiştir.

**Tablo 2.** Öğretmenlerin Bazı Değişkenlere Göre Puan Ortalamaları ve Standart Sapmaları

| Bağımsız Değişken | Değerler  | İlişki/bağ kurucu sosyal medya k. davranışı | Uygunsuz sosyal medya kullanımı davranışı | İşe yönelik medya kullanımı davranışı | Farklı izlenim vermek için k. davranışı | İş dışı sosyal medya kullanımı davranışı | Sosyal Medya Kullanım yoğunluğu davranışı | Sosyal medya kullanım davranışı (Toplam) |
|-------------------|-----------|---------------------------------------------|-------------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------|------------------------------------------|
| Kadın             | $\bar{x}$ | 3,44                                        | 3,29                                      | 2,53                                  | 1,70                                    | 1,85                                     | 1,90                                      | 2,44                                     |
|                   | ss        | 0,73                                        | 0,88                                      | 0,86                                  | 0,79                                    | 0,87                                     | 1,00                                      | 0,63                                     |
| Erkek             | $\bar{x}$ | 3,08                                        | 3,08                                      | 2,65                                  | 1,86                                    | 1,95                                     | 1,96                                      | 2,43                                     |
|                   | ss        | 0,93                                        | 1,12                                      | 0,93                                  | 0,94                                    | 0,97                                     | 0,94                                      | 0,75                                     |
| Sınıf             | $\bar{x}$ | 3,39                                        | 3,42                                      | 2,64                                  | 1,81                                    | 1,90                                     | 1,88                                      | 2,50                                     |
|                   | ss        | 0,84                                        | 0,95                                      | 0,96                                  | 0,89                                    | 0,96                                     | 1,05                                      | 0,66                                     |
| Alan              | $\bar{x}$ | 3,19                                        | 3,13                                      | 2,55                                  | 1,75                                    | 1,88                                     | 1,94                                      | 2,41                                     |
|                   | ss        | 0,81                                        | 0,98                                      | 0,86                                  | 0,84                                    | 0,88                                     | 0,95                                      | 0,68                                     |
| Temel eğitim      | $\bar{x}$ | 3,41                                        | 3,39                                      | 2,63                                  | 1,79                                    | 1,84                                     | 1,91                                      | 2,50                                     |
|                   | ss        | 0,81                                        | 0,95                                      | 0,92                                  | 0,88                                    | 0,91                                     | 0,96                                      | 0,66                                     |
| Ortaokul          | $\bar{x}$ | 3,22                                        | 3,12                                      | 2,44                                  | 1,48                                    | 1,61                                     | 1,67                                      | 2,26                                     |
|                   | ss        | 0,73                                        | 1,08                                      | 0,83                                  | 0,51                                    | 0,74                                     | 0,78                                      | 0,51                                     |
| Lise              | $\bar{x}$ | 3,15                                        | 3,13                                      | 2,59                                  | 1,84                                    | 2,01                                     | 2,03                                      | 2,46                                     |
|                   | ss        | 0,85                                        | 0,96                                      | 0,89                                  | 0,91                                    | 0,94                                     | 1,04                                      | 0,73                                     |

Araştırmaya katılan öğretmenlerin iş yerinde medya kullanım düzeylerine bakıldığında toplamda, erkek ve kadınların *orta düzeyde*, alanlarına ve okul türü değişkenlerine bakıldığında *orta düzeyde* sosyal medyayı kullandıkları görülmektedir. Kadın ve erkek öğretmenlerin iş yerinde sosyal medyayı benzer düzeyde, sınıf öğretmenlerinin alan öğretmenlerinden biraz daha fazla kullandıkları anlaşılmaktadır. Okul türüne değişkenine göre en çok medyayı kullanan kişilerin temel eğitim kurumlarında çalışan öğretmenler olduğu ve sırasıyla lise ve son olarak ortaokul öğretmenlerinin sosyal medyayı kullandıkları görülmektedir. Standart sapmalara bakıldığında bunların küçük olduğu ve araştırmaya katılanların benzer görüşlere sahip oldukları söylenebilir. Öğretmenlerin iş yerinde sosyal medya kullanmalarına yönelik görüşleri, ölçeğin alt boyutlarına göre incelendiğinde, ilişki/bağ kurucu sosyal medya davranışı ile uygunsuz sosyal medaya kullanımı davranışı puanlarının diğer alt boyutlardan daha yüksek olduğu görülmektedir.

İşe yönelik sosyal medya kullanma davranışlarının ise bunlara göre daha düşük olduğu anlaşılmaktadır. Bu açıklamalardan öğretmenlerin iş yerinde daha çok sosyal medyayı amacı dışında kullandıkları şeklinde bir yorum yapılabilir. Ancak öğretmenlerin sosyal medyayı kullanmaya ilişkin farklı izlenim verme, iş dışı sosyal medya kullanımı ile sosyal medya kullanımı yoğunluğu alt boyutlarında puanların düşük olduğu görülmektedir.

### Öğretmen Görüşlerinin Bazı Değişkenler Bakımından Karşılaştırılması

Aşağıda öğretmenlerin görüşlerini bazı değişkenler bakımından (cinsiyet, brans, okul türü) karşılaştırılması bulgularına yer verilmiştir.

#### Öğretmen Görüşlerinin Cinsiyet Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Öğretmenlerin cinsiyet değişkenine göre karşılaştırma sonuçları Tablo 3'te verilmiştir.

**Tablo 3.** Öğretmenlerin İş Yerinde Sosyal Medya Kullanımlarının Cinsiyete Göre Değişimi

| Bağımlı Değişken                  | Cinsiyet | f   | $\bar{x}$ | ss   | t    | p    |
|-----------------------------------|----------|-----|-----------|------|------|------|
| İş Yerinde Sosyal Medya Kullanımı | Kadın    | 148 | 2,44      | 0,63 | 0,53 | .958 |
|                                   | Erkek    | 85  | 2,43      | 0,75 |      |      |

$p > ,05$

Öğretmenlerin sosyal medya kullanımlarının cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla bağımsız gruplar için t testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, öğretmenlerin iş yerinde sosyal medya kullanımına ait puanlarının cinsiyete göre anlamlı oranda farklılaşmadığı görülmüştür ( $t=0,53$ ;  $p=0,958$ ). Başka bir anlatımla, öğretmenlerin iş yerlerinde sosyal medya kullanımlarına ilişkin erkek ve kadın öğretmenlerin benzer görüşlerde olduğu söylenebilir. Yani öğretmenlerin cinsiyetleri bakımından sosyal medyayı kullanma konusunda öğretmen görüşlerinin birbirine yakın olduğu anlaşılmaktadır.

#### Öğretmen Görüşlerinin Alan (Brans) Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Araştırmanın ikinci alt problemi yani öğretmenlerin iş yerinde sosyal medya kullanımlarına ilişkin görüşlerinin branşlarına göre farklılaşmasına ilişkin bulgular Tablo 4'te yer verilmiştir.

**Tablo 4.** Öğretmenlerin İş Yerinde Sosyal Medya Kullanımlarının Branşa Göre Değişimi

|                                   | Branş | f   | $\bar{x}$ | Ss   | t    | p    |
|-----------------------------------|-------|-----|-----------|------|------|------|
| İş Yerinde Sosyal Medya Kullanımı | Sınıf | 65  | 2,50      | 0,66 | 0,97 | .330 |
|                                   | Alan  | 168 | 2,41      | 0,68 |      |      |

$p > ,05$



Öğretmenlerin iş yerinde sosyal medya kullanımına ait puanlarının branşlarına göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla bağımsız gruplar için kullanılan t testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda öğretmenlerin iş yerinde sosyal medya kullanımı puanlarının branşlarına göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır ( $t=0,97$ ;  $p=0.330$ ). Buradan hareketle sınıf öğretmenleri ile alan öğretmenlerinin iş yerinde sosyal medya kullanımına ilişkin görüşlerinin benzerlik gösterdiği söylenebilir.

### Öğretmen Görüşlerinin Okul Türü Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Araştırmaya katılan öğretmenlerin görüşlerinin okul türü değişkenine göre karşılaştırma bulguları Tablo 5'te yer verilmiştir.

**Tablo 5.** Öğretmenlerin İş Yerinde Sosyal Medya Kullanımlarının Kademeye Göre Değişimi

|                                   | Branş        | f   | $\bar{x}$ | Ss   | f    | p    |
|-----------------------------------|--------------|-----|-----------|------|------|------|
| İş Yerinde Sosyal Medya Kullanımı | Temel eğitim | 76  | 2,50      | 0,65 | 1,85 | .160 |
|                                   | Ortaokul     | 42  | 2,26      | 0,51 |      |      |
|                                   | Lise         | 115 | 2,46      | 0,72 |      |      |

$p>,05$

Öğretmenlerin iş yerinde sosyal medya kullanımlarına ilişkin görüşlerinin okul türü değişkenine göre karşılaştırıldığında öğretmen görüşleri arasında bir farklılık olmadığı görülmektedir ( $F_{(2,230)}=1,830$ ;  $p=.160$ ).

Başka bir anlatımla öğretmenlerin iş yerinde sosyal medya kullanımları okul türü değişkenine göre ele alındığında, temel eğitim öğretmenlerinin en çok iş yerinde sosyal medyayı kullandıkları anlaşılmaktadır. En yüksek ortalamanın temel eğitim kademesinde çalışan öğretmenlere ait olduğu anlaşılmaktadır. Bunu sırasıyla lisede görevli öğretmenler ve en az olarak ortaokul öğretmenlerinin sosyal medyayı kullandıkları anlaşılmaktadır.

### SONUÇ, TARTIŞMA ve ÖNERİLER

Bu bölümde, araştırmada elde edilen veriler tartışılmış ve tartışmaya dayalı olarak ulaşılan sonuçlara ve önerilere yer verilmiştir. Bulgular tartışılırken alt problemlere dayalı bir sıralama ile konu ele alınmıştır. Öğretmenlerin iş yerlerinde sosyal medyayı kullanmalarına ilişkin görüşlerin yer aldığı bulgular incelendiğinde, öğretmenlerin sosyal medyayı kullanma düzeylerinin toplamda orta düzeyde olduğu anlaşılmaktadır. Kadın ve erkek öğretmenlerin sosyal medyayı kullanma puanlarının benzer olduğu anlaşılmaktadır. Sınıf öğretmenlerinin ortalaması alan öğretmenlerinden biraz daha yüksektir. Okul türü değişkenine göre ise temel eğitim öğretmenlerinin puanları diğerlerinden yüksektir. Bulgulara göre, sınıf öğretmenlerinin alan öğretmenlerinden ve temel eğitim öğretmenlerinin de diğer öğretmenlerden sosyal medyayı daha fazla kullandıkları söylenebilir. Öğretmenlerin iş yerinde sosyal medyayı kullanmalarına ilişkin alt boyutlara bakıldığında, ilişki/bağ kurma ve uygunsuz sosyal medya kullanım davranışları alt boyutlarında oldukça, işe yönelik sosyal medya kullanımı davranışlarının orta düzeyde, farklı izlenim vermek,

kendi iş dışı amaçlar ve medya kullanımı yoğunluğu davranışlarına ilişkin görüşlerinin ise biraz düzeyinde olduğu görülmektedir. Öğretmenlerin iş yerinde çoğunlukla sosyal medyayı ilişki/bağ kurma amacıyla kullanmaları kabul edilebilir olsa da uygunsuz sosyal medya aracı olarak kullanılmaları doğru bir davranış değildir. Orta düzeyde olan işe yönelik medya kullanım davranışlarının ise daha fazla olması beklenirdi. İş dışında medya kullanımı ile medya kullanımı yoğunluğunun az olması olumlu bir yaklaşımdır. Bir araştırmada öğretmenler kendi ve kişisel gelişimlerine yönelik sosyal medya kullanımını 1.mesleki paylaşımlar, 2.ilham kaynağı, 3.iletişim ve bilgi paylaşımı, 4.materyal seçimi ve 5.fikir paylaşımı ve tartışma şeklinde sıralamışlardır (Duran ve Bayar, 2020). Başka bir çalışmada ise öğretmenlerin sosyal medya bağımlılığı ortalaması çok düşük düzeyde bulunmuştur (Döş ve Özşahin, 2019). Araştırma bulguları bu çalışmanın bulgularıyla benzerlik göstermektedir. ERG tarafından yapılan bir araştırmada, öğretmenlerin YouTube, Instagram, TikTok, Twitter gibi pek çok sosyal ağda paylaşımlar yaptığı ve içerik üretçi, kimi paylaşımlarda çocukların kişilik ve özel hayatın gizliliğini ihlal ettiğini belirtmektedir (Salman, 2022). Bu çalışmalar öğretmenlerin sosyal medyanın daha dikkatli kullanmaları gerektiğini göstermektedir. Bazı istisnai durumlarda sosyal medya kullanımının artması beklenebilir. Örneğin pandemi döneminde çevrimiçi eğitim yoluyla eğitim sürdürülmüştür ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarından bazı değişimler yaşanmıştır (Bakioğlu ve Çevik, 2020; Can ve Nikolayidis, 2022; Dikmen, 2021; Kovan ve Ormanlı, 2021; Gökler ve Turan, 2020; Öztürk, 2021).

Literatür incelendiğinde, akıllı telefon kullanımının artması internete ulaşmayı ve böylece sosyal medya kullanımını artırmıştır (Sarıhan, 2018). Teknolojideki gelişmeler sosyal medyanın farklı alanlarda (alışveriş, seyahat, bankacılık, e-posta, e-devlet) kullanmaya olanak sağlamıştır (Yıldız, 2018). Daha çok örgütlerde sosyal problemlere dikkat çekmek ve birtakım eylemler için sosyal medya kullanılmaktadır (Türesin, 2018). Sosyal medyada bazen iş dışı etkinlikler için bir ağ topluluğu oluşturulmaktadır (Tani, 2018). Sosyal medya, iş bulma ve iş ilişkisi kurma gibi hukuk alanında da kullanılmaktadır (Bilen, 2019). Okullarda daha çok eğitim amaçlı kullanılması gereken sosyal medyanın farklı amaçlarla kullanıldığına ilişkin bulguların yer aldığı araştırmalar bulunmaktadır (Konuk ve Güntaş, 2019; Tuncer vd, 2008; Vural ve Bat, 2010; Gül, 2019).Diğer yandan sosyal medya bağımlılığının bireyi olumsuz etkilediğine yönelik bulgulara da rastlanmaktadır (Demirci, 2019; Duran vd., 2019; Güneş vd. 2018; Tekin, 2019).Öğretmenlerin görüşleri bazı değişkenler bakımından karşılaştırıldığında, kadın ve erkek öğretmenlerin ortalamasının birbirine yakın olduğu yani cinsiyet değişkenine göre kadın ve erkek öğretmenler arasında bir farklılık olmadığı, hem kadın hem de erkek öğretmenlerin iş yerinde sosyal medyayı kullandıkları anlaşılmaktadır. Sosyal medyanın toplumun her ekonomik koşuldaki bireye ulaşmış olmasının yanında hem erkeklere hem de kadınlara yönelik içeriklerin geniş bir yelpazede sunulması her iki cinsiyet için de sosyal medyayı cazip kılmaktadır. Yıllar geçtikçe sosyal medya bağımlılığın arttığı bir gerçektir. Literatür incelendiğinde, Türk kültüründe sosyal medya bağımlılığı konusunda yapılan çalışmaların önemli bir bölümünde örneklem seçiminde öğretmen adayları ve üniversite öğrencileri kullanılmıştır. Bu çalışmaların birçoğunda cinsiyet bağlamında sosyal medya kullanımı konusunda anlamlı farklılıklar görülmemiştir (Coşar ve Gedik, 2021; Karaduman, Köse ve Eryılmaz, 2017; Karasu ve Arıkan, 2016; Gül ve Diken, 2018; Tekin, 2019). Ancak bazı çalışmalarda erkeklerin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin daha yüksek olduğuna ilişkin bulgular da bulunmaktadır (Baş ve Diktaş, 2020). Bir araştırmada ise erkek öğretmenlerin kadın öğretmenlere göre daha fazla internet kullandığı bulgularına

ulaşmıştır (Küçük, 2019). Öğretmenlerin görüşleri branş (alan) değişkeni bağlamında ele alındığında, görüşleri arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir. Ölçeğin alt boyutlara ilişkin bir karşılaştırma yapılmamış karşılaştırmalar toplam puanlar üzerinden yapılmıştır. Günümüzde sosyal medya kullanımı, eğitim ortamlarına da girmiş, öğretmen ve öğrencilerin ders içi ve dışı etkileşimini artırmıştır (Korucu ve Usta, 2017). Öğretmenlerin, görev ve iş tanımları aynı olsa da içerik olarak farklı yollarda ilerleyen sınıf öğretmenleri ile branş öğretmenlerinin sosyal medya kullanımları karşılaştırıldığında, sınıf öğretmenlerinin sosyal medya kullanımına biraz daha fazla zaman ayırdıkları anlaşılmaktadır. Sınıf öğretmenleri ağırlıklı olarak aynı öğrenci grubu ile gün boyu vakit geçirirken, branş öğretmenleri farklı öğrenci grupları ile çalışmaktadırlar. Diğer yandan temel eğitim düzeyinde bir eğitim, sınıf öğretmenlerinin çok fazla bir hazırlık yapmasını gerektirmez. Yani bu öğretmenler mevcut bilgileriyle eğitim-öğretim sürecini yönetebilirler. Böylece sosyal medya kullanmaya daha fazla zaman ayırabilirler. Bir araştırmada sınıf öğretmenlerinin sosyal medyayı sıklıkla ve daha çok sosyal medyayı iletişim kurmak amacıyla, gündemde haberdar olma amacıyla kullandıklarını belirtmişlerdir. Sınıf öğretmenleri günlük 1 ila 2 saatlerini sosyal medya kullanarak geçirmektedirler (Öztürk, Çiftçi, Doğan, Acar ve Bilgin, 2016). Bu araştırmanın bulgusu, söz konusu çalışmayla tutarlık göstermektedir. Literatüre bakıldığında, öğretmenlerin sosyal medyayı kullanmaya ilişkin görüşlerinin branş değişkenine göre farklılık göstermediğine ilişkin araştırmalara rastlanmaktadır (Feyzioğlu, 2016; Taşdemir, 2021). Öğretmenlerin branş değişkenine göre görüşleri arasında herhangi bir fark görülmesi de sosyal medyanın gelişim süreci içerisinde değerlendirildiğinde, tüm öğretmenlerin sosyal medya kullanımında geçmişe göre bir artış olduğu bir gerçektir (Tuğlu (2013; Günaydın, 2017). Eğitsel sosyal ağ siteleri, öğretmenlerin mesleki gelişimlerini artırmada yararlı olmuştur (Çiğerci, 2016). Öğretmen görüşleri, okul türü değişkenine göre ele alındığında, öğretmenlerin görüşleri arasında toplam puanlarda anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir. Literatüre bakıldığında öğretmenlerin okul türü değişkenine göre sosyal medyayı kullanmaya yönelik görüşleri arasında farklılık göstermeyen benzer araştırma bulgularına rastlanmaktadır (Yılmaz, 2019). Sosyal medya kullanımı zaman gerektirir. Sınıf öğretmeni alanında çalışan öğretmenler daha fazla boş zamana sahip olabilirler. Yani ortaokul öğretmenlerinin iş yükü onlara göre daha fazla olabilir. Ortaokul sonunda liseye geçiş sınavlarının olması nedeniyle, öğretmenler zamanlarının çoğunu öğrencilerin yetişmesine harcarlar. Öğretmenlerin merkezi sınavlar yüzünden baskı ve stres yaşadıklarına ilişkin araştırmalar bulunmaktadır (Minarechová, 2012; Buyruk, 2014). Liseye devam eden öğrencilerin çoğunluğunun dersanelere gitmesi, lise öğretmenlerinde sosyal medyaya ortaokul öğretmenlerine göre daha fazla zaman ayırabilirler. Öğretmenlerin iş yerinde sosyal medyayı orta düzeyde kullandıkları, ölçeğin alt boyutlarına ilişkin öğretmen görüşlerinin cinsiyet, branş ve okul türü değişkenlerine göre farklılık görülmediği sonuçlarına ulaşılmıştır. Öğretmenlerin iş yerinde sosyal medya kullanımı puanlarınının bütün bağımsız değişkenlerde, ilişki/bağ kurucu ile uygunsuz sosyal medya kullanımı davranışlarında yüksek olduğu görülmüştür. Öğretmenlerin diğer öğretmen veya velilerle ilişki kurma amacıyla sosyal medyayı kullanmaları kabul edilebilir. Ancak uygunsuz sosyal medya kullanımı zaman israfına yol açar. Öğretmenlerin işe yönelik sosyal medya kullanımı davranış puanları ise diğerlerine göre düşüktür. Bu bakımdan iş yerinde sosyal medyanın daha çok işe yönelik kullanılması yönünde öğretmenlere eğitim verilmesi uygun olacaktır. Diğer yandan bu konuda farklı çalışmalar yapılarak sonuçlarının karşılaştırılması önerilmektedir.

## KAYNAKÇA

- Avcı, F. (2020). Öğretmenlerin sosyal medya kullanımları ve sosyal medya kavramına ilişkin metaforik algıları, *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (2), 769-788. <http://dx.doi.org/10.46442/intjcss.808818>
- Aydın, A. F. (2015). Kurumsal itibar açısından sosyal medyaya ilişkin bir değerlendirme. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 5 (1), 78-92. <https://dergipark.org.tr/>
- Bakioğlu, B. ve Çevik, M. (2020). COVID-19 pandemisi sürecinde fen bilimleri öğretmenlerinin uzaktan eğitime ilişkin görüşleri. *Electronic Turkish Studies*, 15(4), 109-129. <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.43502>
- Baş, K. ve Diktaş, A. (2020). Socialmediadependency of pre-service socialstudiesteachers. *InonuUniversityJournalof TheFacultyof Education*, 21(1), 193-207. <https://doi.org/10.17679/inuefd.563544>
- Başoğlu, U. D. ve Yanar, Ş. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları ve alışkanlıklarının belirlenmesi. *Kilis 7 Aralık Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 1(2), 6-13. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/besbid/issue/33587/372669>
- Bilen, E. (2019). *Sosyal medya kullanımının iş hukuku bakımından etkileri ve sonuçları*, [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi], Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Bilginer, A. (2020). *Lise öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ile öz yeterlik düzeyi arasındaki ilişkinin incelenmesi: Mardin ili örneği*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Çağ Üniversitesi.
- Buluk, B., Eşitti, B. ve Boz, M. (2017). Sosyal medyanın kullanım amaçları: Üniversite çalışanları örneği. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 5(10), 219-234. <https://doi.org/10.33692/avrasyad.509864>
- Bulunmaz, B. (2011). Otomotiv sektöründe sosyal medyanın kullanımı ve FIATörneği. *Yeditepe Üniversitesi Global Media Journal*, 2(3),19-50. <https://doi.org/10.30622/tarr.660013>
- Buyruk, H. (2014). Öğretmen performansının göstergesi olarak merkezi sınavlar ve eğitimde performans değerlendirme. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4(2), 28-42. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/trkefd/issue/21480/230201>
- Büyüköztürk, Ş. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Pegem Akademi Yayıncılık.
- Can, E ve Nikolayidis,U. (2022). Veli ve öğretmen görüşlerine göre covid-19 pandemi sürecinde uzaktan eğitimin görünümü, *Başkent Üniversitesi Eğitim Fakültesi* 9(2), 136-153, <http://buje.baskent.edu.tr/index.php/buje/article/view/427>
- Carlson, J. R., Zivnuska, S., Harris, R. B., Harris, K. J. ve Carlson, D. S. (2016). Socialmediause in theworkplace: A study of dualeffects. *Journal of Organizationaland User Computing*, 28(1), 15-31. <https://doi.org/10.31795/baunsobed.748656>.
- Ciğerci, M. A. (2016). *Ortaöğretim kurumlarında görev yapan öğretmenlerin mesleki gelişiminde sosyal ağların rolü*. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi], Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar.
- Coşar, H. A. veGedik, H. (2021). Öğretmen adaylarının sosyal medya bağımlılığı ve akademik erteleme davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *BayterekUluslararası Akademik Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 32-65. <https://doi.org/10.48174/buaad.932899>
- Çömlekçi, M. F. ve Başol, O. (2019). Gençlerin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), 173-188. <https://doi.org/10.18026/cbayarsos.525652>

- Demir, Ü. (2016). Sosyal medya kullanımı ve aile iletişimi: Çanakkale’de liseöğrencileriüzerinebir araştırma. *Selçuk ÜniversitesiİletişimFakültesiAkademiDergisi*, 9(2), 27-50. <https://doi.org/10.18094/si.99029>
- Demirci, İ. (2019). Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinin Türkçeye uyarlanması, depresyon ve anksiyete belirtileriyle ilişkisinin değerlendirilmesi. *AnatolianJournal of Psychiatry/Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 20(1), 15-22.<https://doi.org/10.5455/apd.41585>
- Dikmen, M. (2021). COVID-19 Pandemisinde üniversite öğrencilerinin depresyon düzeylerinin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki rolünün incelenmesi: Bir yapısal eşitlik modeli. *Bağımlılık Dergisi*, 22(1), 20–30.<https://doi.org/10.51982/bagimli.790750>.
- Döş, B. ve Özşahin, C. (2019). Öğretmenlerin sosyal medya bağımlılığı, öğretmenlik öz-yeterlilikleri ve motivasyonları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18 (71) , 1397-1408 . <https://doi.org/10.17755/esosder.519230>
- Duran, S., Çetinbaş, A., Başaran, T., Kara, A., Elgün, B. ve Keklik, N. (2019). Üniversite öğrencilerinde stres ve sosyal medya kullanımının yeme davranışları üzerine etkisi. *Euras J FamMed*, 8(4), 149-54.<https://doi.org/10.33880/ejfm.20190800402>.
- Duran, E. ve Bayar, A. (2020). Öğretmenlerin sosyal medya kullanımına ilişkin görüşleri, *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24, 425-447. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/igdirsosbilder/issue/66831/1045254>
- Er, K., Solmaz, U. ve Yıldız, E. (2020). İşyerinde Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğinin Türkçe’yeuyarlanması. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(44), 1105-1132.<https://doi.org/10.31795/baunsobed.748656>
- Feyzioğlu, B. İ. (2016). *Eğitimde sosyal medyanın kullanılmasına ilişkin okul yöneticileri ve öğretmenlerin görüşleri*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi], Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon.
- Fuat, N. ve Him, T. (2013, 02-04 Mayıs). *Üniversite öğrencilerinin internet kullanım durumları ve saldırganlık düzeyleri arasındaki korelasyon: GAÜ psikoloji, rehberlik ve psikolojik danışmanlık bölümü öğrencilerinde internet kaynaklı tutum değişiklikleri*. II. International Conference on Communication, Media, Technologyand Design (2013),Famagusta–North Cyprus.
- Gökler, M. E. ve Turan, Ş. (2020). Covid-19 Pandemisisürecinde problemlili teknoloji kullanımı. *Estüdam Halk Sağlığı Dergisi*, 5, 108-114.<https://doi.org/10.35232/estudamhsd.767526>
- Gül, Ş. ve Diken, E.H. (2018). Fen Bilgisi Öğretmeni adaylarının sosyal medya bağımlılıklarının incelenmesi. *e-Kafkas Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 41-50. <https://doi.org/10.30900/kafkasegt.386531>
- Gül, İ. (2019). Eğitimcilerin medya şiddetine yönelik görüşlerinin bazı değişkenler bakımından karşılaştırılması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23 (3), 1427–1441. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ataunisobil/issue/49603/449121>
- Günaydın, S. (2017). *Öğretmenlerin sosyal medya kullanım endişeleri ve farkındalıkları*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi], Ege Üniversitesi, İzmir.
- Güneş, N. A., Akbıyık, D. İ., Aypak, C. ve Görpelioğlu, S. (2018). Lise öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ve uyku kalitesi. *TurkishJournal of FamilyPractice/Türkiye Aile Hekimliği Dergisi*,22(4), 185-192.<https://dergipark.org.tr/tr/pub/tusbid/issue/33463/368462>
- Kaplan, A. M. veHaenlein, M. (2010). Users of theworld, unite! Thechallengesandopportunities of socialmedia. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>

- Kara, T. (2012). Sosyal medya üzerinde yeni nesil pazarlama ve türkiye bilgi & iletişim hizmetleri endüstrisinde sosyal ağların kullanımına yönelik bir araştırma. *Global Media Journal Turkish Edition*, 2(4), 102-117.<http://globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/sites/default/files/Tolga%20KARA.pdf>
- Karaduman, H., Köse, T. Ç. ve Eryılmaz, Ö. (2017). Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarına göre sosyal medyada değerler. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 8(2), 250-271.<https://doi.org/10.17569/tojqi.266028>
- Karasar, N. (2002). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Nobel Yayın Dağıtım.
- Karasu, M. ve Arıkan, Y. D. (2016). Öğretmen adaylarının sosyal medya kullanım durumları ve medya okuryazarlık düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Ege Eğitim Dergisi*, 17(2), 549-566.<https://doi.org/10.12984/egeefd.280757>
- Kartal, M. (2013). Türkiye’de sosyal medya raporu. *İletişim ve Diplomasi*, (1), 159-165.<https://dergipark.org.tr/tr/pub/iletisimvediplomasi/issue/66837/1045438>.
- Konuk, N. ve Güntaş, S. (2019). Sosyal medya kullanımı eğitimi ve bir eğitim aracı olarak sosyal medya kullanımı, *International Journal Entrepreneurship and Management Inquiries Dergisi*, 34, 1-25. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ijemi/issue/44619/494798>
- Korucu, A. T. ve Usta, E. (2017). Sosyal medya öğretmen-öğrenci etkileşimi ölçeğinin geliştirilmesi. *İlköğretim Online*, 16(1), 197-216.<https://doi.org/10.17051/io.2017.91326>
- Korucu, A. T. ve Karalar, H. (2017). Sınıf öğretmenliği öğretim elemanlarının Web 2.0 araçlarına yönelik görüşleri. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7(2), 456-474.<https://doi.org/10.24315/trkefd.304255>
- Kovan, A. ve Ormancı, N. (2021). Üniversite öğrencilerinin sosyal medyadaki gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişki: Covid-19 Pandemi örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, (2), 125-145.<https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.975976>
- Köksal, Y. (2012). *Bir tutundurma aracı olarak sosyal medyanın marka bağlılığına etkileri*. [Yayımlanmamış Doktora Tezi], Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon.
- Küçük, Ö. (2019). Öğretmenlerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları: Trabzon örneği, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12 (65), 850-858. <http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2019.3497>
- MEB (2017). Okullarda sosyal medyanın kullanılması, *Genelge: 2017/12*, Hukuk Hizmetleri Genel Müdürlüğü.
- Minarechová, M. (2012). Negative impacts of high-stake testing. *Journal of Pedagogy*, 3(1), 82-100. <https://doi.org/10.2478/v10159-012-0004-x>
- Öztürk, A. (2021). Covid-19 Pandemisi sürecinde bilişim teknolojileri bağımlılığı. Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7(1), 195-219.<https://doi.org/10.31463/aicusbed.903612>
- Rıhtım, Z.B. (2020). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığının kırılğan narsisizm ve sanal ortam yalnızlık düzeyi ile ilişkisinin incelenmesi. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi], Haliç Üniversitesi, İstanbul.
- Öztürk, Ş.; Çiftçi, K.; Doğan, G.; Acar, B.; Bilgin, A. (2016, 11-14 Mayıs). Sınıf öğretmenlerinin hayatında sosyal medyanın yeri (s. 558-564), XV. Sınıf Öğretmenliği Eğitimi Sempozyumu, Muğla, Türkiye
- Salman, U., A. (2022). Öğretmenler, sosyal medya ve çocuk hakları, <https://www.egitimreformugirisimi.org/ogretmenler-sosyal-medya-ve-cocuk-haklari/>
- Sarıhan, A. Y. (2018). Uluslararası ticaretin geliştirilmesinde sosyal medyanın rolü. İçide H. Yıldız (Ed.), *Sosyal medyanın iş yaşamındaki yeri (ss.155-178)*, Beta Yayınları.

- Sarsar, F., Başbay, M. ve Başbay, A. (2015). Öğrenme-öğretme sürecinde sosyal medya kullanımı. *Mersin University Journal of the Faculty of Education*, 11(2), 419-431. <https://doi.org/10.17860/efd.98783>.
- Solmaz, B.; Tekin, G.; Herzem, Z. ve Demir, M. (2013). İnternet ve sosyal medya kullanımı üzerine bir uygulama, *Selçuk İletişim*, 7(4), 23-32. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/josc/issue/19027/200546>
- Şahin, A., Kaynakçı, C. ve Aytop, Y. (2016). Ziraat fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının belirlenmesi. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 13(2), 34-45. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/jotaf/issue/19063/201629>
- Şeker, G. (2021). *Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ile kırılğan narsisizm ve yalnızlık düzeyi arasındaki ilişkinin incelenmesi*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi], İstanbul Aydın Üniversitesi.
- Şengöz, A. ve Eroğlu, E. (2017). Örgütlerde sosyal medya kullanımı: Sosyal medya algıları, amaçları ve kullanım alışkanlıkları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(1), 503-524. <https://doi.org/10.19145/gumuscomm.288789>
- Tabachnick, B.G. ve Fidell, L., S. (2013). *Using multivariate statistics*. New Jersey: Pearson.
- Tam, M. S. (2020). *Sosyal medya kullanım motivasyonlarının, sosyal medya fenomenlerinin kanaat önderliği rolü üzerine etkisi*. [Yayımlanmamış Doktora Tezi], İstanbul Üniversitesi.
- Tani, E. (2018). Sosyal medyada bilgi uçurma (whistleblowing) davranışı. İçinde H. Yıldız (Ed.), *Sosyal medyanın iş yaşamındaki yeri* (ss. 281-299), Beta Yayınları.
- Taşdemir, F. S. (2021). *Sosyal Bilgiler öğretmenlerinin öğrenme ve öğretme süreçlerinde sosyal medyayı kullanma düzeylerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi*. [Yayımlanmamış Doktora Tezi], Uludağ Üniversitesi.
- Tayal, D. ve Komaragırı S. (2009). Comparative analysis of the impact of blogging and micro-blogging on market performance. *International Journal on Computer Science and Engineering*, 1(3), 176-182. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.163.3883&rep=rep1&type=pdf>
- Tekin, O. (2019). Öğretmenlerin sosyal medya bağımlılık seviyelerinin genel erteleme davranışlarıyla ilişkisi. *Türkiye Eğitim Dergisi*, 4(1), 36-47. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/turkegitimdergisi/issue/46280/522367>
- Tuğlu, B. (2017). *Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçları ve sosyal medya kullanımlarına ilişkin tutumları*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi], Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Türesin Tetik, H. (2018). Sosyal medyanın iletişimdeki rolü, İçinde H. Yıldız (Ed.) *Sosyal medyanın iş yaşamındaki yeri* (ss. 317-339), Beta Yayınları.
- Türk Dil Kurumu, 2011. *Büyük Türkçe sözlük*. Türk Dil Kurumu.
- Vural, Z. B. A. ve Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine yönelik bir araştırma. *Journal of Yasar University*, 20(5), 3351-3355. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/jyasar/issue/19132/203023>
- WeAreSocial (2022, 23 Mart). *Türkiye dijital 2022-Türkiye raporu* <https://www.guvenliweb.org.tr/dokuman-detay/we-are-social-subat-2022-turkiye-raporu>
- Weisgerber, C. (2009). Teaching PR 2.0 through the use of blogs and wikis. *Communication Teacher*, 23(3), 105-109. <https://doi.org/10.1080/17404620902974782>
- Yıldız, H. (2018). Nispetizm. İçinde H. Yıldız (Ed.), *Sosyal medyanın iş yaşamındaki yeri* (ss. 59-61), Beta Yayınları.

- Yılmaz, Y. (2019). Öğretmenlerin sosyal ağları kullanım amaçlarının incelenmesi: Suluova örneği, [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi], Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya.
- Zorlu, Y. (2016). Medyadaki şiddet ve etkileri. *HumanitiesSciences*, 11(1), 14–15. [dergipark.org.tr/tr/pub/nwsahuman/issue/19954/213431](http://dergipark.org.tr/tr/pub/nwsahuman/issue/19954/213431).