



Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi
Ondokuz Mayıs University Journal of Faculty of Education

e-ISSN: 2548-0278 OMU EFD, December 2025, 44(2): 471-532

Sosyal Medya Liderliğine İlişkin Öğretmen ve Yönetici Görüşleri

Teacher and Administrator Views on Social Media Leadership

Ahmet Can ABBAK¹, Gürsen VURAL², Mehmet Akif ÖZDEMİR³

¹Milli Eğitim Bakanlığı, Adana, Türkiye

· canabbak@gmail.com · ORCID > 0000-0001-9228-6875

²Milli Eğitim Bakanlığı, Ankara, Türkiye

· gursenvural61@gmail.com · ORCID > 0000-0002-2858-2845

³Milli Eğitim Bakanlığı, Mersin, Türkiye

· mehmet_a.ozdemir@hotmail.com · ORCID > 0000-0001-6527-2603

Makale Bilgisi/Article Information

Makale Türü/Article Types: Araştırma Makalesi/Research Article

Geliş Tarihi/Received: 14 Nisan/April 2025

Kabul Tarihi/Accepted: 11 Ekim/October 2025

Yıl/Year: 2025 | **Cilt-Volume:** 44 | **Sayı-Issue:** 2 | **Sayfa/Pages:** 471-532

Atıf/Cite as: Abbak, A.C., Vural, G. & Özdemir, M.A. "Sosyal Medya Liderliğine İlişkin Öğretmen ve Yönetici Görüşleri-Teacher and Administrator Views on Social Media Leadership" Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Ondokuz Mayıs University Journal of Faculty of Education, 44(2), December 2025: 471-532.

Sorumlu Yazar/Corresponding Author: Ahmet Can ABBAK

Etik Kurul Beyanı/Ethics Committee Statement: *Araştırma için Çukurova Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan 12.12.2024 tarihli ve 2024/09 karar sayısı ile etik kurul izni alınmıştır. *Ethics committee approval was obtained for the research from the Çukurova University Scientific Research and Publication Ethics Committee, dated December 12, 2024, with decision number 2024/09.

SOSYAL MEDYA LİDERLİĞİNE İLİŞKİN ÖĞRETMEN VE YÖNETİCİ GÖRÜŞLERİ

ÖZ

Bu araştırmanın amacı, okul yöneticilerinin ve öğretmenlerin sosyal medya liderliği davranışlarına ilişkin görüşlerini incelemek ve bu liderlik biçiminin eğitim süreçlerine etkilerini katılımcı görüşleri doğrultusunda düşündürmektir. Literatürde öğretimsel, dönüşümcü ve etik liderlik gibi liderlik türleri geniş şekilde incelenmiş olsa da sosyal medya liderliğine ilişkin özgün ve derinlemesine çalışmalar sınırlıdır. Sosyal medya liderliğinin, dijital çağın gereklerine yanıt verebilecek şekilde kurumsal iletişimi güçlendirme, eğitim paydaşlarıyla etkileşimi artırma ve okulun vizyonunu yayma gibi önemli işlevler üstlendiği görülmektedir. Araştırma nitel araştırma yöntemiyle yürütülmüş, kolay ulaşılabılır durum örneklemeyle belirlenen 14 öğretmen ve 9 okul yöneticisiyle yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşme formu, uzman görüşleriyle geliştirilmiş ve kapsam geçerliliği sağlanmıştır. Elde edilen veriler içerik analizi ile çözümlenmiş, kodlama sürecinde çoklu araştırmacı görüş birliğiyle yüksek güvenilirlik (%89) sağlanmıştır. Katılımcıların görüşlerine göre, sosyal medya liderliğinin yönlendirme, yenilikçilik, etik duyarlılık ve farkındalık oluşturma işlevleri aracılığıyla eğitim ortamlarında olumlu yansımalar sağladığı ifade edilmiştir. Bulgular, sosyal medya liderliğinin öğretmen motivasyonu, okulun tanınırlığı ve öğrenci başarısının görünürlüğü üzerinde olumlu etkiler yaratarak dönüşümcü liderliğe dijital bir boyut kazandırabileceğine işaret etmektedir. Araştırma sonucunda, sosyal medya liderliğinin gelişimi için yöneticilere dijital liderlik, etik ilkeler ve kriz iletişimi konularında eğitim verilmesi; okul topluluklarının sosyal medya süreçlerine bilinçli biçimde dâhil edilmesi önerilmektedir. Bu çalışma, sosyal medya liderliğini saha verileriyle destekleyerek, alan yazında sınırlı olan bu konuda yeni bir bakış açısı sunma potansiyeli taşımaktadır.

Anahtar Sözcükler: Öğretmen Görüşleri, Sosyal Medya Liderliği, Yönetici Görüşleri.



TEACHER AND ADMINISTRATOR VIEWS ON SOCIAL MEDIA LEADERSHIP

ABSTRACT

This study aims to investigate the views of school administrators and teachers on social media leadership behaviors and explore the perceived impact of this leadership style on educational processes. Although leadership types, such as instru-

ctional, transformational, and ethical leadership, have been extensively studied in the literature, original and in-depth research on social media leadership remains scarce. Social media leadership appears to play key roles in responding to the demands of the digital age, such as strengthening institutional communication, enhancing interaction with educational stakeholders, and disseminating the school's vision. This research employed a qualitative approach, using convenience sampling with 14 teachers and nine school administrators, and data were collected through semi-structured interviews. The interview form was developed with expert feedback to ensure content validity. Data were analyzed using content analysis, and a high level of reliability (89%) was achieved through inter-researcher consensus in the coding process. According to participants, social media leadership contributed positively to educational environments by fostering guidance, innovation, ethical sensitivity, and awareness. Findings suggest that social media leadership may enhance teacher motivation, strengthen school recognition, and increase the visibility of student achievement, thereby adding a digital dimension to transformational leadership. Based on the results, it is recommended that administrators undergo training in digital leadership, ethical principles, and crisis communication, and that school communities be consciously involved in social media processes. By linking social media leadership to theoretical discussions and supporting it with field data, this study offers the potential to provide a fresh perspective on a topic that remains underexplored in the literature.

Keywords: Social Media Leadership, Administrator Views, Teacher Views.



GİRİŞ

Sosyal medya liderliği, özellikle dijital çağda önemli bir liderlik türü olarak ortaya çıkmıştır (Lewis, 2011). Geleneksel liderlik anlayışının aksine, sosyal medya liderliği, bireylerin ve kurumların sosyal medya platformları üzerinden etkili iletişim kurma, topluluk oluşturma ve takipçilerini belirli hedefler doğrultusunda yönlendirme yeteneğini ifade eder (Görgülü ve Demir, 2024). Bu liderlik biçimi, sosyal medya platformlarının etkisi altında şekillenmekte ve geniş kitlelere hızlı ve doğrudan ulaşabilme olanağı sunmaktadır. Sosyal medya liderleri, fikirlerini ve değerlerini dijital ortamda yayarak hem bireysel hem de kurumsal amaçlarını gerçekleştirebilmektedir (Tuna ve Ural, 2021).

Sosyal medya liderliği, demografik değişkenlerle de güçlü bir ilişki içerisindedir. Araştırmalar, sosyal medya kullanımının yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi ve gelir gibi demografik faktörlerle farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır (Gambo ve Özad, 2020). Örneğin, genç nesillerin sosyal medya platformlarını daha aktif kullandığı, dolayısıyla sosyal medya liderlerinin de genç kitleler üzerinde daha fazla

etkili olduğu görülmektedir (Bolton vd., 2013). Benzer şekilde, farklı sosyal medya platformlarının kullanıcı profilleri de değişkenlik gösterdiğinden, liderlerin demografik özelliklere uygun stratejiler geliştirmesi gerekmektedir (Kaplan, 2020).

Sosyal medya liderliğinin teorik alt yapısı, çeşitli liderlik teorileri ve sosyal etki modelleri ile ilişkilidir. Sosyal öğrenme teorisi, sosyal medya liderliğini anlamada önemli bir dayanak noktasıdır; bireylerin sosyal medya platformlarında örnek aldıkları kişilerden öğrendikleri davranışlar ve değerler, liderlerin takipçileri üzerindeki etkisini açıklar. Bunun yanı sıra bu teori, sosyal medya liderlerinin takipçilerini nasıl motive edip dönüştürdüğünü anlamaya yardımcı olur. Sosyal medya liderleri, dönüşümcü liderlik özellikleri sergileyerek, dijital ortamda takipçileriyle etkileşime geçer ve onları belirli amaçlara yönelik harekete geçirir (Düger, 2021)

Sosyal medya liderliğinin oluşumunda etkili olan çeşitli öncüller bulunmaktadır. Bu öncüller arasında bireyin iletişim becerileri, topluluk oluşturma yeteneği ve dijital ortama hakimiyet düzeyi yer alır. Sosyal medya liderlerinin başarılı olmaları için etkili iletişim kurabilmeleri, hedef kitlelerini doğru analiz edebilmeleri ve onların ihtiyaçlarına yönelik içerikler sunmaları gerekmektedir. Ayrıca, sosyal medya liderliği için teknik bilgi ve dijital becerilerin önemi büyüktür; platformların algoritmaları, trendler ve kullanıcı davranışları hakkında bilgi sahibi olan liderler daha etkili bir dijital varlık gösterebilmektedir (Halisdemir, 2023).

Sosyal medya liderliğinin ardılları ise bu liderlik türünün hedef kitlesi ve toplum üzerinde bıraktığı etkileri içerir. Sosyal medya liderleri, topluluklarını harekete geçirebilme ve kitleleri belirli davranışlara yönlendirme potansiyeline sahiptir. Bu ardıllar, kimi zaman sosyal sorumluluk projelerinin yaygınlaşması ya da bir markanın bilinirliğinin artması gibi somut sonuçlar doğurabilirken, kimi zaman ise sosyal farkındalık yaratmak ve toplumsal konulara dikkat çekmek şeklinde görülebilir (Sarısandal vd., 2024). Sosyal medya liderlerinin ardılları, dijital etkileşimin doğası gereği oldukça hızlı bir şekilde geniş kitlelere yayılabilir.

Sosyal medya liderliğinin tarihsel gelişimi, sosyal medya platformlarının evrimi ile paralel bir şekilde ilerlemektedir. İlk sosyal medya platformlarının ortaya çıkışı ile liderlerin dijital ortamdaki varlıkları daha belirgin hale gelmiştir. Özellikle Facebook, Twitter ve Instagram gibi platformlar, bireylerin geniş kitlelere ulaşmalarını kolaylaştırarak sosyal medya liderliğinin gelişimine katkıda bulunmuştur (Gürsel, 2020). Günümüzde ise TikTok ve YouTube gibi platformlar, yeni nesil sosyal medya liderlerinin etkisini artırmış ve dijital liderlik kavramının daha da genişlemesine yol açmıştır (Yavuz Çakır, 2023).

Sosyal medya liderliği, geleneksel liderlik anlayışlarının dijital dönüşümle yeniden yorumlandığı bir bağlamda şekillenmektedir. Bu liderlik türü; öğretimsel liderlik, dönüşümcü liderlik ve dağıtımcı liderlik gibi eğitim ortamlarında sıklık-

la ele alınan liderlik yaklaşımlarıyla doğrudan ilişkilidir. Öğretimsel liderlik, okul yöneticisinin öğretim süreçlerine doğrudan müdahil olmasını, öğretmenlerin mesleki gelişimlerini desteklemesini ve öğrenci başarısını artırmayı hedefleyen bir yaklaşımdır (Hallinger, 2011). Sosyal medya liderliği ise bu hedefleri dijital mecralarda destekleyici bir araç olarak ön plana çıkarmaktadır. Özellikle öğretimle ilgili içeriklerin paylaşılması, öğretmenlerin dijital topluluklarla etkileşim içinde mesleki gelişimlerini sürdürmeleri ve öğrencilere yönelik öğretici materyallerin sunulması, öğretimsel liderliğin sosyal medya üzerinden yeniden inşa edildiğini göstermektedir (Çelebi, 2021). Öte yandan, dönüşümcü liderlik yaklaşımında olduğu gibi, sosyal medya liderleri de vizyon oluşturma, ilham verme ve motivasyon sağlama özellikleriyle dijital ortamlarda fark yaratmaktadır (Leithwood ve Jantzi, 2000). Sosyal medya, dönüşümcü liderlerin okulun misyonunu ve vizyonunu geniş kitlelerle paylaşmasına, öğretmenleri motive edecek başarı öykülerini görünür kılmasına ve duygusal bağlılık oluşturmaya olanak tanımaktadır (Aydın, 2022). Dağıtımçı liderlik perspektifinden bakıldığında ise, sosyal medya liderliği süreci, sadece yöneticilerin değil öğretmenlerin ve diğer paydaşların da dijital liderlik rollerini paylaşmasına zemin hazırlamaktadır. Okul topluluğunun tamamının sürece aktif katılımı, dijital kültürün inşasında demokratik bir yapı oluşturmaya; bu durum da dağıtımçı liderliğin temel ilkeleriyle örtüşmektedir (Spillane, 2006). Ayrıca etik liderlik anlayışı da sosyal medya liderliğinde belirleyici bir unsur olarak yer almakta; içerik paylaşımlarında şeffaflık, kaynak belirtme, öğrenci gizliliğine dikkat etme gibi ilkeler etik liderlik davranışlarını yansıtmaktadır (Kelebek, 2023). Araştırma literatüründe “teknoloji liderliği” (technology leadership), okul yöneticilerinin teknolojiyi stratejik bir vizyonla yönlendirmeleri, öğretmenleri ve kurumları bu sürece dahil ederek dijital öğretim ve yenilik süreçlerini yönetmeleri olarak tanımlanmaktadır (Raman ve Thannimalai, 2019). Ayrıca, okul yöneticilerinin teknoloji liderliği uygulamaları, yönetimsel politikalar ve öğretim süreçlerinin dijital ortama bütünleştirilmesinde kritik rol oynadığı görülmektedir (Metcalf ve Jason, 2013; Banoğlu vd., 2022). Tüm bu yaklaşımlar değerlendirildiğinde, sosyal medya liderliği, öğretimsel liderliğin dijital ortamdaki bir uzantısı olarak konumlanmakta; aynı zamanda dönüşümcü, dağıtımçı ve etik liderlik türleriyle iç içe geçerek çok katmanlı bir liderlik anlayışının oluşmasına katkı sağlamaktadır. Bu nedenle, sosyal medya liderliğinin kapsamlı bir şekilde değerlendirilebilmesi için onu diğer liderlik türleriyle birlikte ele almak ve dijital çağın liderlik ihtiyaçlarına yönelik çok boyutlu analizler yapmak önem arz etmektedir.

Öğretmen görüşleri, eğitim politikalarının geliştirilmesi ve uygulamaların iyileştirilmesi açısından değerli bir kaynaktır. Eğitim ortamında doğrudan etkileşimde bulunan öğretmenler, sınıf içi dinamikleri, öğrenci ihtiyaçlarını ve eğitim süreçlerinde karşılaşılan sorunları en iyi şekilde gözlemleyebilmekte ve gerçekçi çözümler sunabilmektedir. Öğretmen görüşlerinin değerlendirilmesi, eğitimde karar alıcıların daha etkili stratejiler geliştirmesine, öğrencilerin akademik ve sosyal

gelişimlerini destekleyen uygulamaların yaygınlaştırılmasına katkı sağlar (Ünsal, 2021). Okul müdürlerinin görüşleri, eğitim kurumlarının yönetsel ve organizasyonel süreçlerine dair önemli içgörüler sunar. Bir okulun başarısında stratejik kararlar ve liderlik becerileri kritik rol oynadığı için, müdürlerin geri bildirimleri eğitim politikalarının şekillenmesinde ve uygulamaların etkinliğinde belirleyici olmaktadır. Müdür görüşlerinin dikkate alınması, eğitim kurumlarındaki yönetsel aksaklıkların giderilmesi, okul kültürünün güçlendirilmesi ve öğretmenlerin desteklenmesi gibi önemli alanlarda çözümler geliştirilmesine katkı sağlar (Hikmet ve Şimşek, 2022). Bu nedenle, müdürlerin görüşleri, eğitimde sürdürülebilir politikalar oluşturmak ve okulların performansını artırmak açısından büyük önem taşır.

Son yıllarda dönüşümcü, dağıtımçı, etik ve hizmetkâr liderlik gibi birçok liderlik türü eğitim ortamlarında geniş çapta incelenmiş olmakla birlikte, sosyal medya liderliği de dijital çağın etkisiyle önemli bir araştırma alanı haline gelmiştir (Görgülü ve Demir, 2024). Eğitim yöneticileri ve öğretmenlerin sosyal medya platformlarında liderlik sergilemeleri, eğitim-öğretim süreçlerinde güçlü bir iletişim ortamı kurmak ve paydaşlarla doğrudan etkileşime geçmek açısından kritik bir role sahiptir. Sosyal medya liderliği, eğitim kurumlarının daha şeffaf, erişilebilir ve güncel olmasını sağlayarak, öğrenciler, veliler ve öğretmenler arasında etkileşim ve bilgi paylaşımını kolaylaştırmaktadır (Güner, 2024; Kaplan, 2020; Üstün ve Ertuğrul, 2024). Ancak, bu alanda öğretmen ve yöneticilerin sosyal medya liderliğine dair deneyim ve algılarına yönelik kapsamlı bir inceleme eksikliği bulunmaktadır (Fancera, 2022). Sosyal medya liderlik davranışlarını ve bunların eğitime etkilerini, okul yöneticisi ve öğretmen görüşlerine dayalı olarak derinlemesine inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışmanın, eğitim süreçlerinde sosyal medya liderliğinin nasıl algılandığını ve hangi ihtiyaçlara yanıt verebileceğini ortaya koyarak, alandaki önemli bir boşluğu doldurması hedeflenmektedir.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Günümüzde sosyal medya, eğitim kurumlarının toplumla olan iletişimde ve öğrencilerle bağ kurmasında önemli bir rol oynamaktadır (Ohara, 2023). Bu bağlamda, öğretmenler ve okul yöneticilerinin sosyal medya platformlarında nasıl liderlik sergiledikleri, öğrencilerin ve velilerin eğitim süreçlerine dair bilgilendirilmesinde ve katılımında etkili olmaktadır (Baxter ve Toe, 2023). Sosyal medya liderliğinin, özellikle eğitim kurumlarında sorumluluk üstlenen bireyler tarafından nasıl algılandığını ortaya koymak, bu alanda daha sağlıklı ve stratejik bir yaklaşım geliştirilmesine katkı sağlayacaktır. Bu araştırma, eğitimde sosyal medya liderliğini anlamak ve bu liderliğin nasıl daha etkin hale getirilebileceğine dair ipuçları sunmak için önemlidir. Elde edilen bulgular, sosyal medya liderliğinin eğitimdeki etkisini anlamak isteyen araştırmacılar için değerli bir kaynak oluşturabilir. Aynı zamanda, eğitim yöneticilerine ve öğretmenlere sosyal medya liderliği konusunda

yol gösterici olabilecek stratejiler sunulabilir. Uluslararası araştırmalar, teknoloji liderliğinin ve dijital liderlik yeterliklerinin, eğitim kurumlarında inovasyonu tektiklediğini ve paydaşlar arası etkileşimi güçlendirdiğini göstermektedir (Anderson ve Dexter, 2005; Afshari et al., 2012). Buna karşın Türkiye’de sosyal medya liderliği, çoğunlukla sınırlı bağlamlarda ele alınmış, okul yöneticilerinin deneyimlerine dayalı kapsamlı nitel çalışmalar oldukça sınırlı kalmıştır (Görgülü ve Demir, 2024). Dolayısıyla bu çalışma, sosyal medya liderliğini sahada inceleyerek alanyazındaki bu boşluğu doldurmayı hedeflemektedir. Çalışma aynı zamanda, eğitim yöneticilerinin ve öğretmenlerin sosyal medya kullanımına ilişkin algılarını ortaya koyarak güncel bir olguya dair özgün bulgular sunmaktadır. Bu yönüyle araştırma, yalnızca Türkiye bağlamında değil, benzer sosyo-kültürel bağlamlarda da eğitim liderliğinin dijitalleşmesine dair tartışmalara katkı sağlayabilecek güncel ve özgün bir nitel araştırma niteliği taşımaktadır. Bu araştırmanın amacı, eğitim kurumlarında sosyal medya liderlik davranışlarının ve bu davranışların eğitime yansımalarının, okul yöneticisi ve öğretmen görüşleri doğrultusunda incelenmesidir. Bu genel amaç doğrultusunda şu sorulara yanıt aranmıştır:

1. Okul yöneticilerinin ve öğretmenlerin sosyal medya liderliği kapsamında hangi davranışları ön plana çıkarmaktadır?
2. Katılımcılara göre sosyal medya liderliği eğitim ortamlarında hangi sonuçları doğurmaktadır?
3. Sosyal medya liderliğinin geliştirilmesine yönelik katılımcıların önerileri nelerdir?

YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın deseni, çalışma grubu, veri toplama aracı, verilerin toplanması ve verilerin analizine ilişkin bilgiler sunulacaktır.

Araştırmanın Deseni

Bu araştırmada, öğretmen ve okul müdürlerinin sosyal medya liderliği ile ilgili görüşlerini incelemek amacıyla nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırmalar, bireylerin yaşadıkları deneyimlere ve bu deneyimlere ilişkin anlamlarına odaklanarak derinlemesine bilgi edinmeyi sağlar (Creswell ve Creswell, 2021). Çalışmada durum çalışması deseni benimsenmiştir. Bu desen, belirli bir konu hakkında katılımcıların görüş ve deneyimlerini derinlemesine inceleme imkânı tanır (Özenç, 2022). Durum çalışması deseni, sosyal medya liderliğine ilişkin yönetsel ve öğretmen deneyimlerinin bağlam içinde ayrıntılı biçimde anlaşılmasına olanak tanımaktadır. Ayrıca, katılımcıların sosyal medya liderliği konusundaki algı ve deneyimlerini derinlemesine ortaya koymak için esnek ve bütüncül bir inceleme imkânı sunmaktadır.

Çalışma Grubu

Bu araştırmada, kolay ulaşılabilir durum örnekleme kullanılmıştır (Patton, 2002). Araştırmacıya yakın konumdaki katılımcılara erişim sağlanmış olmakla birlikte, çalışmanın amacına uygun biçimde farklı cinsiyet, yaş, kıdem, eğitim durumu, medeni durum ve branşlardan öğretmen ve yöneticilerin katılımına özen gösterilmiştir. Böylece, tek bir ilden seçilmiş olmasına rağmen katılımcı profilleri olabildiğince geniş bir yelpazeyi temsil edecek şekilde belirlenmiştir. Bu araştırmanın çalışma grubunu, Adana ilinde Millî Eğitim Bakanlığı'na bağlı resmî okul öncesi, ilkököl, ortaokul ve liselerde görev yapan 14 öğretmen ile 9 okul yöneticisinden oluşan toplam 23 katılımcı oluşturmaktadır. Katılımcıların özellikleri Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcılara İlişkin Bilgiler

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Medeni Durum	Eğitim Düzeyi	Mesleki Kıdem	Mevcut Okulda Çalışma Süresi	Okul Kademe Düzeyi
Y1	Kadın	38	Evli	Lisansüstü	17 yıl	6 yıl	Ortaokul
Y2	Erkek	50	Evli	Lisansüstü	26 yıl	7 yıl	Lise
Y3	Erkek	44	Evli	Lisans	20 yıl	6 yıl	Lise
Y4	Kadın	45	Bekâr	Lisansüstü	20 yıl	3 yıl	Ortaokul
Y5	Erkek	40	Bekâr	Lisans	14 yıl	4 yıl	Ortaokul
Y6	Erkek	39	Bekâr	Lisans	13 yıl	7 yıl	Lise
Y7	Erkek	37	Evli	Lisansüstü	11 yıl	3 yıl	İlkokul
Y8	Kadın	36	Evli	Lisans	14 yıl	2 yıl	İlkokul
Y9	Erkek	41	Evli	Lisansüstü	16 yıl	8 yıl	Ortaokul
Ö1	Erkek	36	Evli	Lisansüstü	13 yıl	3 yıl	Ortaokul
Ö2	Kadın	31	Evli	Lisans	9 yıl	4 yıl	Okul öncesi
Ö3	Erkek	56	Evli	Lisans	33 yıl	13 yıl	İlkokul
Ö4	Kadın	28	Bekâr	Lisansüstü	5 yıl	2 yıl	Okul öncesi
Ö5	Kadın	46	Bekâr	Lisans	24 yıl	11 yıl	Okul öncesi
Ö6	Kadın	54	Evli	Lisans	29 yıl	14 yıl	İlkokul
Ö7	Erkek	37	Evli	Lisansüstü	15 yıl	3 yıl	Ortaokul
Ö8	Erkek	34	Evli	Lisansüstü	15 yıl	5 yıl	İlkokul
Ö9	Erkek	39	Bekâr	Lisansüstü	15 yıl	6 yıl	Ortaokul
Ö10	Erkek	41	Evli	Lisansüstü	17 yıl	6 yıl	Lise
ö11	Erkek	37	Evli	Lisansüstü	17 yıl	4 yıl	Lise
ö12	Erkek	35	Evli	Lisansüstü	12 yıl	4 yıl	Ortaokul
ö13	Erkek	41	Evli	Lisans	19 yıl	6 yıl	İlkokul
ö14	Erkek	35	Evli	Lisans	12 yıl	4 yıl	İlkokul

Tabloda görüldüğü üzere araştırmaya farklı yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi ve mesleki kıdeme sahip toplam 23 katılımcı dâhil edilmiştir. Katılımcıların yaşları 28 ile 56 arasında değişmekte olup, bu durum sosyal medya liderliğine dair görüşlerin farklı kuşaklardan elde edilmesine olanak sağlamaktadır. Eğitim düzeyi açısından katılımcıların önemli bir bölümünün lisansüstü eğitime sahip olduğu, bu nedenle sosyal medya liderliğini mesleki ve akademik açıdan değerlendirme imkânı sundukları söylenebilir. Mesleki kıdemler 5 yıldan 33 yıla kadar çeşitlenmekte, bu da sosyal medya kullanımına yönelik deneyimlerin kıdemle nasıl farklılaştığını analiz etme fırsatı vermektedir. Katılımcıların görev yaptıkları okul kademeleri okul öncesinden liseye kadar geniş bir yelpazede dağılmıştır. Bu çeşitlilik, sosyal medya liderliğinin farklı eğitim kademelerine yansımalarının daha bütüncül biçimde anlaşılmasına katkı sağlamaktadır.

Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme formunun geliştirilme sürecinde, öncelikle literatür taraması yapılarak sosyal medya liderliği, öğretimsel liderlik, dijital liderlik ve dönüşümcü liderlik gibi kavramlara ilişkin önceki araştırmalar incelenmiştir. Bu inceleme doğrultusunda ilk taslak form oluşturulmuştur. Formun kapsam geçerliliğini sağlamak amacıyla eğitim yönetimi, ölçme-değerlendirme ve eğitim teknolojileri alanlarında uzman üç akademisyenin görüşüne başvurulmuştur. Eğitim yönetimi uzmanı, soruların liderlik kuramlarıyla uyumlu olmasına dikkat çekerken; ölçme-değerlendirme uzmanı, soruların açık uçlu yapılandırılmasının katılımcıların derinlemesine düşüncelerini ortaya koymasından önemli olduğunu vurgulamıştır. Eğitim teknolojileri alanındaki uzman ise dijital medya kullanımı ve platformlara özgü davranışlara ilişkin maddelerin formda yer alması gerektiğini belirtmiştir.

Uzman görüşleri doğrultusunda bazı sorular sadeleştirilmiş, bazıları yeniden yapılandırılmıştır. Örneğin, “Okul yöneticinizin sosyal medya kullanımını nasıl değerlendiriyorsunuz?” şeklindeki genel bir soru, uzmanların önerisiyle “Okul yöneticinizin sosyal medyada eğitimle ilgili içerik paylaşma sıklığını ve bu paylaşımların içeriğini nasıl değerlendiriyorsunuz?” şeklinde daha odaklı ve derinlemesine veri elde etmeyi sağlayacak biçimde yenilenmiştir. Son haline getirilen görüşme formu, benzer profilde üç öğretmenle yapılan pilot görüşmelerde test edilmiş, pilot uygulama sonucunda ifadelerde anlaşılabilirliği artırıcı küçük değişiklikler yapılmıştır.

Verilerin Toplanması

Veriler, araştırmacı tarafından yüz yüze yapılan görüşmeler yoluyla toplanmıştır. Görüşmeler, katılımcıların rahat bir şekilde ifade edebilmeleri amacıyla sessiz bir ortamda gerçekleştirilmiştir. Her bir görüşme ortalama 30-40 dakika sürmüştür.

Verilerin Analizi

Araştırmada elde edilen nitel veriler içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. İçerik analizi, nitel araştırmalarda katılımcıların görüşlerinden yola çıkarak anlamlı temalar ve kategoriler ortaya koymayı amaçlayan sistematik bir tekniktir (Creswell, 2013). Bu yöntem, verilerin derinlemesine incelenmesine, tekrar eden örüntülerin belirlenmesine ve araştırma sorularıyla ilişkili kavramsal çerçevenin geliştirilmesine olanak tanır. Bu çalışmada içerik analizi, öğretmen ve okul yöneticilerinin sosyal medya liderliğine dair deneyimlerini bütüncül bir biçimde anlamak için tercih edilmiştir. Ayrıca bu yöntem, katılımcıların görüşlerinden hareketle sosyal medya liderliğinin eğitim ortamlarındaki yansımalarını betimlemeye ve ilgili liderlik yaklaşımlarıyla ilişkilendirmeye uygun bir zemin sağlamaktadır. Analiz süreci beş aşamada yürütülmüştür: veri kodlama, temaların belirlenmesi, verilerin düzenlenmesi, tanımlanması ve yorumlanması. Öncelikle görüşmeler ses kayıt cihazı ile kaydedilmiş ve sözel veriler yazılı metne dönüştürülmüştür. Kodlama sürecinde tümevarım yaklaşımı benimsenmiş, doğrudan katılımcı ifadeleri temel alınarak kodlar oluşturulmuştur. Her bir görüşme metni bağımsız olarak iki araştırmacı tarafından analiz edilmiştir.

Kodlama güvenilirliğini artırmak amacıyla, her iki araştırmacının oluşturduğu kodlar karşılaştırılmış ve uyumsuzlukların olduğu yerlerde görüş birliğine varmak için üçüncü bir uzmanın (nitel veri analizi konusunda deneyimli bir akademisyen) değerlendirmesine başvurulmuştur. Miles ve Huberman'ın (1994) önerdiği "Güvenirlilik = Görüş birliği / (Görüş birliği + Görüş ayrılığı)" formülü kullanılarak kodlayıcılar arası güvenirlilik %89 olarak hesaplanmıştır. Bu oran, nitel araştırmalarda kabul edilebilir güvenirlilik düzeyinin (%70) üzerinde yer almaktadır.

Veriler analiz edilirken öncelikle benzer ifadeler altında kodlar bir araya getirilmiş, bu kodlardan kategoriler ve temalar türetilmiştir. Elde edilen temalar, araştırma alt sorularına göre sınıflandırılmış; bulgular tablolar halinde sunulmuş ve doğrudan katılımcı görüşleriyle desteklenmiştir. Bu süreç, katılımcı deneyimlerinin bütüncül bir yaklaşımla ele alınmasını ve sosyal medya liderliği davranışlarının farklı boyutlarıyla ortaya konmasını sağlamıştır.

Araştırmada Etik

Katılımcıların rızası doğrultusunda görüşmeler ses kaydına alınmış ve ardından metne dönüştürülmüştür. Katılımcı öğretmenler Ö1, Ö2, ..., Ö14 olarak; yöneticiler ise Y1, Y2, ..., Y9 olarak kodlanmıştır. Araştırma için Çukurova Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan 12.12.2024 tarihli ve 2024/09 karar sayısı ile etik kurul izni alınmıştır.

BULGULAR

Bu bölümde, araştırma kapsamında elde edilen nitel verilerin içerik analizi sonucunda ortaya çıkan bulgulara yer verilmektedir. Katılımcı görüşleri doğrultusunda sosyal medya liderliğine ilişkin davranışlar, bu davranışların sonuçları ve geliştirilmesine yönelik öneriler çeşitli temalar altında sınıflandırılmıştır. Bulgular tablolarla desteklenmiş ve doğrudan katılımcı ifadeleriyle zenginleştirilmiştir. Böylece, okuyucunun sosyal medya liderliğinin eğitim ortamlarındaki yansımalarını çok boyutlu bir şekilde değerlendirmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın bulguları; okul yöneticilerinin sosyal medya liderlik davranışları ile ilgili bulgular, sosyal medya liderlik davranışlarının sonuçları ve sosyal medya liderlik davranışlarının geliştirilmesi ile ilgili bulgular altında ele alınmıştır.

Okul yöneticilerinin sosyal medya liderlik davranışları ile ilgili bulgular

Okul yöneticilerinin sosyal medya liderlik davranışlarına ilişkin olarak yapılan betimsel analizlere ait bulgular Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2. Okul yöneticilerinin sosyal medya liderlik davranışları

Tema	Kategori	Kod	Katılımcılar
Sosyal Medya Liderliğine Yönelik Davranışlar	Yönlendirme	Takipçilerini etkileme	Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y7, Y8, Y9, Ö1, Ö4, Ö5, Ö6, Ö7, Ö9, Ö12, Ö13, Ö14
		Paydaşların içerikleri takip etmesi	Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y6, Y7, Y8, Y9, Ö1, Ö4, Ö5, Ö6
		Etkinlikleri geniş kitlelere ulaştırma	Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y7, Y8, Y9, Ö7, Ö9, Ö10, Ö13
		Takipçilerden yoğun etkileşim alma	Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y9, Ö10, Ö11, Ö12, Ö13, Ö14
		Takipçiler tarafından desteklenme	Y3, Y4, Y5, Ö4, Ö7, Ö8, Ö10, Ö11, Ö12, Ö13, Ö14
		Paydaşların içeriklere olumlu dönüt vermeleri	Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Ö1, Ö7
		Paylaşımın takipçiler tarafından paylaşılması	Ö1, Ö2, Ö7, Ö11
		Paylaşımın takipçiler tarafından savunulması	Ö8, Y5
		Sosyal medyada ağıni geliştirme	Ö7
		Takipçilerin farklı düşünmesine katkı sunma	Ö10

Sosyal Medya Liderliğine Yönelik Davranışlar	Yenilikçilik	Yenilikleri takip etme	Y1, Y2, Y3, Y6, Y7, Y8, Y9, Ö1, Ö2, Ö4, Ö7, Ö10, Ö11, Ö12, Ö13, Ö14
		Yenilikçi fikir oluşturma	Y1, Y3, Y5, Y7, Y9, Ö7
		Yeni özellikleri kullanmaya istekli olma	Ö7, Ö10, Ö11, Ö12, Ö13
		Etkileşim artırıcı özellikleri kullanma	Y1, Y2
		Yaratıcı etkinlikler oluşturma	Y4, Y5
	Etik ilkeler	Güvenilir kaynaklardan bilgi alma	Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y6, Y7, Y8, Y9, Ö1, Ö4, Ö5, Ö7, Ö8, Ö10, Ö11, Ö12, Ö13, Ö14
		İçerik paylaşımlarında kaynak belirtme	Y1, Y2, Y5, Y6, Y8, Y9, Ö1, Ö4, Ö8, Ö9, Ö10, Ö11, Ö12, Ö13
		Paylaşımlarda gerekli izinleri alma	Y2, Y3, Y4, Y7, Y8, Y9, Ö1, Ö2, Ö4, Ö6, Ö11, Ö12, Ö13, Ö14
		Etik değerlere bağlı olma	Y2, Y3, Y4, Y5, Y9, Ö6, Ö14
		Gizlilik ilkesine dikkat etme	Y1, Y2, Y3, Y6, Ö1, Ö5
		Telif hakkına saygı duyma	Y5, Y8, Ö1, Ö2, Ö7
	Duyarlılık	Şüpheli içerikleri paylaşan kişileri takip etmeme	Ö7, Ö8, Ö9, Ö11, Ö12, Ö14
		Paylaşımların belirli bir amaca hizmet etmesi	Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y6, Y8, Y9, Ö1, Ö2, Ö3, Ö4, Ö5, Ö7, Ö8, Ö9, Ö10, Ö11, Ö12, Ö13, Ö14
		Belli özelliklere sahip kişileri takip etme	Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y6, Y7, Y9, Ö1, Ö4, Ö5, Ö6, Ö7, Ö8, Ö9, Ö10, Ö11, Ö12, Ö13, Ö14,
Sosyal medyayı planlı bir şekilde kullanma		Y1, Ö1, Ö2, Ö3, Ö4, Ö5, Ö6, Ö8, Ö9, Ö10, Ö11	
İçeriklerin öğretici olmasına dikkat etme		Y7, Y8, Y9, Ö4, Ö5, Ö9, Ö13	
Paylaşımlarda dikkatli ve bilinçli olma		Y8, Y9, Ö6, Ö7, Ö9	
Farkındalık	Kamuoyu oluşturma	Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y6, Y7, Y8, Y9, Ö1, Ö2, Ö5, Ö6, Ö7, Ö8, Ö9, Ö10, Ö11, Ö12, Ö13, Ö14	
	Eğitimde farkındalık oluşturma	Y2, Y3, Y4, Y5, Y7, Ö4, Ö10, Ö11, Ö13, Ö14	
	Tanırlığı sağlama	Y3, Y7, Ö1, Ö2, Ö10	
	Network sağlama	Ö1, Ö3	

Tablo 2’de görüldüğü üzere okul yöneticilerinin sosyal medya liderlik davranışlarına ilişkin temadan; “yönlendirme”, “yenilikçilik”, “etik ilkeler”, “duyarlılık” ve “farkındalık” olmak üzere beş kategori ve 31 kod üretilmiştir. Araştırmada katılımcıların görüş ve deneyimleri her bir kategoride doğrudan alıntılılarla örneklenmiştir.

Yönlendirme

Okul yöneticilerinin sosyal medya liderlik davranışlarından “yönlendirme” kategorisi on koddan oluşmuştur. Katılımcılar okul yöneticilerinin sosyal medya liderlik davranışlarından en fazla sosyal takipçilerini etkileme, paydaşların içereklere ilgi göstermesi, etkinlikleri geniş kitlelere ulaştırma, takipçiler tarafından desteklenme ve takipçilerden yoğun etkileşim alma kodundaki görüşleri ifade etmişlerdir. Katılımcılardan bazıları görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir:

“Paylaşımlarımın özellikle diğer öğretmenler üzerinde yenilikçi fikirler oluşturduğunu gözlemliyorum. Örneğin, bir STEM projesinde kullandığım bir yöntemle ilgili paylaşım yaptığımda, farklı okullardan meslektaşlarım bu yöntemi nasıl uygulayabileceklerini soruyor. Böylece sadece kendi öğrencilerime değil, dolaylı olarak daha geniş bir kitleye katkı sağlamış oluyorum”. (Y1)

“Paylaşımları beğeniyorum, yorumlarda bulunuyor ve fikirlerimi kendi eğitim süreçlerinde uygulamak için önerilerde bulunuyorum. Bu tür geri dönüşler, sosyal medya üzerinden daha fazla etkileşimde bulunmamı sağlıyor ve eğitim pratiğimi sürekli geliştirmeme yardımcı oluyor”. (Ö10)

“Okul yöneticimin sosyal medya paylaşımlarının, takipçilerini olumlu bir şekilde etkilediğini düşünüyorum. Paylaşımlarda genellikle öğretici içerikler, öğrencilerle etkileşim fırsatları ve eğitimde kullanılan yeni yöntemler üzerinde durulmakta. Bu tür paylaşımlar, takipçilerin ilgisini çektiğini ve eğitim konusunda farklı bakış açıları sunmayı sağladığını düşünüyorum. Ayrıca, sosyal medya platformlarındaki etkileşim sayesinde takipçilerle daha derin bir bağ kurulduğunu ve onların fikirlerine de değer verildiğini görüyorum”. (Ö11)

“Paylaşımların takipçiler üzerinde özellikle farkındalık ve ilham oluşturduğunu düşünüyorum”. (Ö4)

Yenilikçilik

Okul yöneticilerinin sosyal medya liderlik davranışlarından “yenilikçilik” kategorisi beş koddan oluşmuştur. Katılımcılar okul yöneticilerinin sosyal medya liderlerinin en fazla yenilikleri takip etme, yenilikçi fikir oluşturma ve yeni özellikleri kullanmaya istekli olma davranışlarını sergiledikleri görüşündedir. Katılımcıların dikkat çeken görüşlerinden bazıları şu şekildedir:

“Yenilikçi bir yaklaşımı benimseyen biri olarak, sosyal medya platformlarındaki yeni özellikleri sıkça takip ederim. Örneğin, canlı yayınlar veya interaktif anket özellikleri, etkinliklerimizi daha fazla kişinin katılımına açmak için kullandığım araçlardır. Teknoloji, eğitimi ve liderliği destekleyen bir araç olduğundan, bu yenilikleri mümkün olduğunca uygulamaya çalışıyorum”. (Y2)

“.....Özellikle yerel düzeyde, okulumuzun topluma olan katkılarını ve eğitimdeki yenilikçi yaklaşımlarımızı göstermek için bu platformları kullanıyorum”. (Y3)

“Yöneticim yeni özellikleri kullanmaya oldukça istekli görünüyor. Eğitimde daha etkili olabilmek için sosyal medya platformlarındaki yenilikleri sürekli takip eder ve bu özellikleri eğitim sürecime entegre etmeye çalışır”. (Ö7)

“Sosyal medya platformlarının yeni özelliklerini kullanarak okulumuzun dijital varlığını artırmayı hedefliyorum. Örneğin, Instagram’ın hikâye ve canlı yayın özelliklerini kullanarak okulda yapılan etkinlikleri anlık olarak duyurabiliyor ve topluluğumuzun daha fazla katılımını sağlayabiliyorum. Bu tür yenilikçi özellikleri okulumuzun tanıtımında ve toplumsal etkileşimin artırılmasında etkin bir şekilde kullanıyorum”. (Y5)

Etik İlkeler

Okul yöneticilerinin sosyal medya liderlik davranışlarından “etik ilkeler” kategorisi yedi koddan oluşmuştur. Katılımcılar okul yöneticilerinin sosyal medya liderlik davranışlarından en fazla içerik paylaşımlarında kaynak belirtme, etik değerlere bağlı olma, paylaşımlarda gerekli izinleri alma ve gizlilik ilkesine dikkat etme davranışları sergiledikleri görüşündedir. Katılımcılardan bazıları görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir:

“Müdürümüz sosyal medya paylaşımlarında başkalarının içeriklerini kullanırken, her zaman etik kurallara dikkat etmekte. İçeriklerin kaynakları belirtilir ve izinsiz kullanımlardan kaçınır. Ayrıca, paylaşılan içeriklerin doğruluğuna özen gösterir, şüpheli içeriklere karşı dikkatli olur”. (Ö12)

“İçeriklerin kaynaklarını belirtir, izinsiz kullanımlardan kaçınır. Ayrıca, paylaşım yaparken içeriklerin doğruluğunu kontrol eder. Şüpheli içeriklere karşı dikkatli olur ve öğrencilere her zaman doğru bilgi sunmayı hedefler”. (Ö13)

“Sosyal medya paylaşımlarında başkalarının içeriklerini kullanırken her zaman etik kurallara dikkat eder. İçeriklerin doğru ve güvenilir olduğuna emin olduktan sonra, kaynaklarını belirtir ve izinsiz kullanımlardan kaçınır. Sosyal medya üzerinden yayılan yanlış bilgileri veya doğruluğu şüpheli içerikleri dikkatle kontrol eder. Eğitimle ilgili içeriklerin doğru ve güvenilir olmasına büyük önem verir”. (Ö14)

Duyarlılık

Okul yöneticilerinin sosyal medya liderlik davranışlarından “duyarlılık” kategorisi beş koddan oluşmuştur. Katılımcılar okul yöneticilerinin sosyal medya liderlik davranışlarından en fazla paylaşımların belirli bir amaca hizmet etmesi, belli

özelliklere sahip kişileri takip etme ve sosyal medyayı planlı bir şekilde kullanma davranışları gösterdikleri görüşündedir. Bu temaya ilişkin örnek katılımcı ifadeleri aşağıda sunulmaktadır:

“Eğitimde yenilikçi yaklaşımlar sunan, çevre bilinci veya sosyal sorumluluk projelerine öncülük eden kişileri ve kurumları takip ediyorum. Bu kişilerden veya sayfalardan ilham alarak kendi uygulamalarımı geliştirebiliyorum. Ayrıca, takip ettiğim hesapların değerlerime uygun olması ve güvenilir bilgi sunması benim için çok önemli. Eğitimle ilgili doğru ve etkili içeriklere ulaşmak için, takip ettiğim kişilerin niteliklerine özellikle dikkat ederim”. (Y4)

“Okul yöneticim eğitim alanında uzman olan ve deneyimlerini paylaşan kişileri takip etmeye özen gösterdiği görmekteyim. Öğrencilere veya öğretmenlere faydalı olabilecek içerik üreten kişilerin önceliği olduğunu düşünüyorum”. (Ö5)

“Okulumuzda sosyal medyayı genellikle belirli bir hedef doğrultusunda kullanılmakta. Örneğin, okul etkinliklerini duyurmak veya öğrenci projelerini paylaşmak gibi amaçlarla kullanılmakta. Bununla birlikte, sosyal medyanın geniş bir kitleye hitap etme potansiyelinin, kullanıcıları belli bir amaca yönlendirmek için dikkatli bir şekilde yönetilmesi gerektiğini düşünüyorum”. (Ö9)

Farkındalık

Okul yöneticilerinin sosyal medya liderlik davranışlarından “farkındalık” kategorisi dört koddan oluşmuştur. Katılımcılar okul yöneticilerinin sosyal medya liderlik davranışlarından en fazla kamuoyu oluşturma, eğitimde farkındalık oluşturma ve tanınırlığı sağlama kodundaki görüşleri ifade etmişlerdir. Katılımcılardan bazıları görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir:

“Sosyal medya aslında kamuoyu oluşturmada etkili bir araçtır. Bu durum eğitim için de geçerlidir. Okulumuzda eğitime dair birçok konuda sosyal medya üzerinde yapılan tek ses olarak kamuoyu oluşturuluyor”. (Ö2)

“Paylaşımlarımın takipçilerim üzerinde genellikle olumlu bir etki yarattığını düşünüyorum. Öğrenciler ve öğretmenler, okulun etkinliklerini ve eğitimdeki gelişmeleri sosyal medya aracılığıyla takip edebiliyor. Bu da okulun daha geniş bir topluluk tarafından tanınmasını sağlıyor”. (Y7)

“Sosyal medya üzerinden paylaşımlar yaparak, okul topluluğumun ve öğrencilerimin, özellikle kültürel ve etik değerlerle ilgili derslerde daha fazla farkındalık geliştirmelerini sağlamayı amaçlıyorum. Takipçilerim, paylaşımlarımı genellikle öğrencilerimin gelişim süreçlerine fayda sağlayacak öğretici içerikler olarak görüyorlar”. (Ö14)

Tablo 2’de sunulan bulgular, okul yöneticilerinin sosyal medya liderliği davranışlarının yalnızca içerik paylaşımına indirgenmediğini, aynı zamanda eğitim ortamlarında değerler, yenilikçilik ve farkındalık üretimiyle bütünleştiğini göstermektedir. Yönlendirme davranışları, yöneticilerin takipçilerini yalnızca bilgilendirmekle kalmayıp eğitimle ilgili tartışmalara aktif biçimde katılım sağladığını ortaya koymaktadır. Yenilikçilik kategorisi, sosyal medyanın okullar için bir “deneme alanı” işlevi gördüğünü ve yöneticilerin yeni dijital araçlara açıklıklarının okulun genel vizyonuna yansıdığını göstermektedir. Etik ilkelere vurgu ise sosyal medya liderliğinin dijital ortamda güven ve şeffaflık üretme kapasitesini ortaya koymaktadır. Duyarlılık ve farkındalık davranışları ise, okul yöneticilerinin sosyal medya üzerinden toplumla bağ kurarak eğitsel değerlerin görünür kılınmasına katkı sağladığını göstermektedir. Bu bütüncül tablo, literatürdeki dönüşümcü ve vizyoner liderlik yaklaşımlarının dijital ortama taşındığını ve sosyal medyanın yönetsel liderliği yeni bir boyuta taşıdığını yansıtmaktadır.

Okul yöneticilerinin sosyal medya liderlik davranışlarının sonuçlarıyla ilgili bulgular

Okul yöneticilerinin sosyal medya liderlik davranışlarının sonuçlarına ilişkin yapılan içerik analizine ait bulgular Tablo 3’te sunulmuştur.

Tablo 3. Okul yöneticilerinin sosyal medya liderlik davranışlarının sonuçları

Tema	Kategori	Kod	Katılımcılar
Sosyal Medya Liderliğinin Sonuçları	Güçlü iletişimi sağlama	İletişimi güçlendirmesi	Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y6, Y7, Y8, Y9, Ö1, Ö2, Ö4, Ö5, Ö6, Ö7, Ö9, Ö10, Ö11, Ö12, Ö13, Y3, Y4
		Öğretmenler arası etkileşimi sağlama	Ö12, Y1, Y2, Y4, Y5
		İşbirliğini sağlama	Y5
	Okulda Çeşitli Paylaşımların yapılması	Etkinliklerin paylaşılması	Ö1, Ö5, Ö2, Ö4, Ö6, Ö7, Ö9, Ö10, Ö11, Ö12, Ö13, Ö14, Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y6, Y7, Y8, Y9,
		Okul duyurularının paylaşılması	Ö4, Ö5, Ö6, Ö7, Ö9, Ö10, Ö11, Ö12, Ö13, Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y6, Y8, Y9
		Bilgi paylaşımı ve bilgi edinme	Ö1, Ö4, Ö5, Ö8, Ö9, Ö10, Ö11, Ö12, Y1, Y2, Y4, Y5, Y7, Y9
		İyi uygulama paylaşılması	Ö4, Ö10, Ö12, Ö14, Y3, Y5, Y7, Y9
		Deneyimlerin aktarılması	Ö6, Ö7, Y3, Y7, Y9
		Çocukların gelişim süreçlerinin paylaşılması	Y5, Ö4, Ö10, Ö13

Sosyal Medya Liderliğinin Sonuçları	Eğitimi ve Okulu Güçlendirme	Görünürlük ve tanınırlığı sağlama	Ö1, Ö2, Ö4, Ö5, Ö6, Ö7, Ö8, Ö9, Ö10, Ö11, Ö12, Ö13, Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y6, Y7, Y9
		Eğitim kalitesini artırma	Y1, Y2, Y3, Y5, Y7, Y9, Ö1, Ö4, Ö5, Ö7, Ö9, Ö10, Ö11, Ö12, Ö14
		Okulun itibarını ve imajını sağlama	Y1, Y3, Y4, Y5, Y6, Y7, Ö1, Ö6, Ö7, Ö9, Ö10
		Aktif katılımı sağlama	Y2, Y3, Y4, Y5, Y6, Y9, Ö4, Ö6, Ö7
		Okul vizyonunu paylaşma	Ö7, Ö10, Y4, Y5, Y7, Y9
		Örgütsel bağlılığı sağlama	Y3, Y4, Y5, Y6
		Okul kültürünü geliştirme	Y5
	Okul Yöneticisini Güçlendirme	Kendini geliştirme	Y3, Y4, Y9
		Velilerden dönüt alma	Y3, Y4, Y8
		Network sağlama	Y1
		Etkili okul yönetimi sağlama	Y3
	Öğretmeni Güçlendirme	Network sağlama	Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y7, Ö1, Ö2, Ö3, Ö6, Ö7, Ö8, Ö9, Ö10
		Mesleki gelişimi sağlama	Y8, Y9, Ö4, Ö7, Ö8, Ö10, Ö11, Ö13, Ö14
		Takdir edilme	Ö1, Ö5, Ö6, Ö10, Ö11, Y1, Y2, Y5
Motivasyon		Y9, Ö4, Ö5, Ö8, Ö10, Ö11, Ö13, Y1, Y3, Y4	
Gelişmeleri takip etme		Y3, Y4, Y7, Ö13	
Eleştirel düşünmeye katkı		Y2, Ö5, Ö7, Ö13, Y2, Y6	
Öğrenciyi Güçlendirme	Sosyal duygusal gelişime katkı	Ö4, Ö13, Y4	
	Öğrenci başarılarının takdir edilmesi	Y5	
	Öğrencileri bilime teşvik etme	Y1	

Tablo 3'te görüldüğü üzere okul yöneticilerinin sosyal medya liderlik davranışlarının sonuçlarına ilişkin temadan; “güçlü iletişimi sağlama” “okulda çeşitli paylaşımların yapılması”, “eğitimi ve okulu güçlendirme”, “öğretmeni güçlendirme” ve “öğrenciyi güçlendirme” olmak üzere beş kategori ve otuz kod üretilmiştir. Araştırmada katılımcıların görüş ve deneyimleri her bir kategoride doğrudan alıntılarla örneklendirilmiştir.

Güçlü iletişimi sağlama

Güçlü iletişimi sağlama kategorisinde üç kod üretilmiştir. Katılımcılar okul yöneticilerinin sosyal medya liderlik davranışlarının en fazla iletişimi güçlendirdiği ve öğretmenler arası ve toplumsal etkileşimi sağladığı görüşündedir.

Okulda çeşitli paylaşımların yapılması

Okulda çeşitli paylaşımların sağlanması kategorisinde altı kod üretilmiştir. Katılımcılar okul yöneticilerinin sosyal medya liderlik davranışlarının en fazla okulda etkinliklerin ve projelerin paylaşılması, okul duyurularının ve başarılarının paylaşılması, bilgi paylaşımı ve bilgi edinme, eğitim ile ilgili iyi uygulama ve içeriklerin paylaşılmasına katkı sağladığı görüşündedir.

Eğitimi ve okulu güçlendirme

Eğitimi ve okulu güçlendirme kategorisinde sekiz kod üretilmiştir. Katılımcılar okul yöneticilerinin sosyal medya liderlik davranışlarının en fazla görünürlüğü ve tanınırlığı sağlama, eğitim kalitesini artırma, okul itibarı ve imajını sağlama, aktif katılımı sağlama ve okul vizyonunu paylaşmaya katkı sağladığını düşünmektedir. Katılımcıların görüşlerinden seçilmiş alıntılar aşağıda yer almaktadır:

“Sosyal medyada paylaşım yapmak, okulumun etkinliklerini duyurmak, başarılarını paylaşmak ve topluluğumuzla iletişim kurmak adına faydalı buluyorum”. (Y8)

“Sosyal medya liderlik davranışlarım, okul yönetimi ve eğitimdeki gelişmeleri duyurmak açısından oldukça değerli. Sosyal medyayı okulun vizyonunu, etkinliklerini, başarılarını ve günlük eğitim hayatını duyurmak için etkili bir mecra olarak kullanıyorum. Bunun dışında sosyal medya, öğretmenlerle iletişim kurmak, veli ve öğrencilere okul hakkındaki bilgilendirmeleri yapmak için de faydalı olabiliyor”. (Y9)

“Yerel düzeyde, okulumuzun topluma olan katkılarını ve eğitimdeki yenilikçi yaklaşımlarımızı göstermek için bu platformları kullanıyorum. Örneğin, bir STEM projesi paylaşımı yaptığımızda hem velilerden hem de diğer eğitimcilerden büyük ilgi görüyoruz. Bu tür paylaşımlar, okulumuzu daha görünür hale getirirken, diğer okulların da benzer uygulamalar benimsemesine öncülük ediyor”. (Y3)

“Sosyal medyayı etkili kullanmam öğretmenlerin ve okulların tanınırlığını artırmak için mükemmel bir durum. Paylaşımlarım sayesinde okulda yaptığımız projeleri, etkinlikleri ve öğrencilerimin başarılarını daha geniş bir kitleyle ulaştırabiliyorum. Bu da okulun itibarını arttırarak daha fazla öğrenci ve veliye ulaşmamı sağlıyor”. (Ö7)

“Yeni sosyal medya araçlarını, eğitim süreçlerimizi daha etkili hâle getirmek ve topluluğumuzla daha güçlü bağlar kurmak için kullanıyorum”. (Y3)

“Okulun eğitim vizyonuna ve uygulamalarına dair paylaşımlarım, okulun eğitim kalitesine duyulan güveni pekiştiriyor. Sosyal medyada yapılan tartışmalar ve yorumlar, okulun eğitim stratejilerine dair yeni bakış açıları kazandırıyor. Bu tür destekler, okulun gelişimine önemli katkılar sağlıyor”. (Y5)

“Sosyal medyada paylaşım yapmam, eğitim alanındaki iyi uygulamaların yayılmasında ve farkındalık yaratılmasında önemli bir rol oynuyor”. (Y3)

“Yenilikçi eğitim yaklaşımlarıyla ilgili paylaşımlarımız, velilere ve eğitimcilere ilham kaynağı oluyor. Ayrıca, bu paylaşımlar velilerin öğrencilerin eğitimine daha aktif katılım göstermelerini sağlıyor”. (Y3)

Okul Yöneticisi Güçlendirme

Okul yöneticilerinin sosyal medya liderliğinin okul yöneticisini güçlendirme kategorisinde dört kod üretilmiştir. Katılımcılar okul yöneticilerinin sosyal medya liderlik davranışlarının en fazla kendini geliştirme ve dönüt almaya katkısı olduğunu düşünmektedir. Katılımcılardan bazıları görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir:

“Sosyal medyayı kullanma sebeplerimden bir de veli geri bildirimleri almak. Velilerden gelen yorumlar, dönütler sonucu çalışmalarımızı değerlendiriyorum. Örneğin öğrencilerimizin gerçekleştirdiği bir sosyal sorumluluk projesini paylaştığımızda, bu tür projelerin daha fazla destek gördüğünü ve velilerden olumlu geri dönüşler aldığımızı fark ettim”. (Y8)

“Eğitimde yenilikçi yaklaşımlar sunan, çevre bilinci veya sosyal sorumluluk projelerine öncülük eden kişileri ve kurumları takip ediyorum. Bu kişilerden veya sayfalardan ilham alarak kendi uygulamalarımı geliştirebiliyorum”. (Y4)

“Kişisel ve okul düzeyinde sosyal çevreleri genişletme açısından, ulusal ve uluslararası düzeyde bağlantılar kurmamı sağlar”. (Y1)

Öğretmeni Güçlendirme

Okul yöneticilerinin sosyal medya liderliğinin sonuçlarından öğretmeni güçlendirme kategorisinden altı kod üretilmiştir. Katılımcılar sosyal medya liderliğinin öğretmenlerde en fazla network sağlama mesleki gelişimi sağlama takdir edilme ve motivasyonu sağladığı görüşündedir. İlgili bulguları destekleyen katılımcı ifadeleri aşağıda verilmiştir:

“Sosyal medyanın okul topluluğumda tanınırlığını artırmak adına çok etkili bir araç olduğunu düşünüyorum”. (Ö10)

“Müdürümüzün sosyal medya liderliği, okul dışında eğitimle ilgili çevreler oluşturmak için faydalı olabilir. Öğretmenler ve eğitimciler arasında fikir alışverişi yapmanın yolu olabilir”. (Ö6)

“Sosyal medyadan gelen veli yorumlarının desteklerin motivasyon sağladığını düşünüyorum”. (Ö8)

Öğrenciyi Güçlendirme

Okul yöneticilerinin sosyal medya liderliğinin öğrenciyi en fazla sosyal duygusal gelişime, öğrenci başarılarının takdir edilmesi ve öğrencileri bilime teşvik ettiği görüşündedir. Katılımcılardan bazıları görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir:

“Okul sosyal medyasında çocukların sosyal ve duygusal gelişimine katkı sağlayacak etkinliklere yer verildi. Dolayısıyla bu paylaşımlar velilerin ve eğitimcilerin bu konularda bilinçlenmesine destek olmakta”. (Ö4)

“Sosyal medyada öğretmenlerimizle birlikte öğrenci başarılarını paylaşmak, veli katılımını artırmak ve toplumu eğitim hakkında bilgilendirmek için sistemli bir yaklaşım izlemeye özen gösteriyorum”. (Y5)

Tablo 3’te ortaya çıkan bulgular, sosyal medya liderliğinin eğitim ortamında yalnızca iletişim kolaylığı sağlamadığını, aynı zamanda öğretmen, öğrenci ve kurum düzeyinde güçlendirici etkiler yarattığını göstermektedir. Öğretmenlerin sosyal medya aracılığıyla görünür kılınması, onların mesleki motivasyonunu ve mesleki öğrenme topluluklarına katılımını artırmaktadır. Bu durum, literatürde dönüşümcü liderliğin çalışanları güçlendirme ve yenilikçi ortamlara yönlendirme işleviyle örtüşmektedir. Benzer biçimde, öğrencilerin okulun sosyal medya içeriklerinde aktif biçimde yer alması, aidiyet duygusunu güçlendirmekte, özgüven gelişimini desteklemekte ve dijital vatandaşlık bilincini geliştirmektedir. Bu sonuç, günümüzde 21. yüzyıl becerilerinin bir parçası olarak görülen dijital sorumluluk ve kimlik gelişimiyle doğrudan ilişkilidir. Kurumsal düzeyde elde edilen sonuçlar ise, okulun tanınırlığının artması, paydaşlarla etkileşimin güçlenmesi ve okulun vizyonunun geniş kitlelere ulaştırılması gibi kazanımları içermektedir. Bu yönüyle sosyal medya liderliği, eğitim yönetiminde hesap verebilirlik, şeffaflık ve toplumla bütünleşme hedefleriyle uyum göstermektedir. Sonuçlar, sosyal medya liderliğinin yalnızca bireysel değil kurumsal bir dönüşüm aracı olarak işlev gördüğünü ve eğitim yöneticilerinin stratejik liderlik rollerini dijital bağlama taşıdığını ortaya koymaktadır. Böylece sosyal medya, okulun iç ve dış paydaşlarıyla güçlü bağlar kurmasına katkı sağlayan önemli bir liderlik mecrası haline gelmektedir.

Okul yöneticilerinin sosyal medya liderlik davranışlarının geliştirilmesi ile ilgili bulgular

Okul yöneticilerinin sosyal medya liderlik davranışlarının geliştirilmesine ilişkin yapılan içerik analizine ait bulgular Tablo 4’te sunulmuştur.

Tablo 4. Okul yöneticilerinin sosyal medya liderlik davranışlarının geliştirilmesi

Tema	Kategori	Kod	Katılımcılar
Sosyal Medya Liderliğinin Geliştirilmesi	Eğitiminin Düzenlenmesi ve Eğitimlere Katılım	Dijital okuryazarlık	Ö1, Ö11, Y1, Y4, Y6, Y7, Y9
		Dijital güvenlik	Ö4, Ö14, Y1, Y2, Y6, Y7
		Sosyal medya kullanımı	Ö2, Ö4, Ö13, Y2, Y9,
		Kriz iletişimi	Ö6, Y4, Y8,
	Resmî ve Profesyonel Hesap Yönetimi	Kurumsal kimliğini yansıtan resmî hesap oluşturma	Ö1, Ö3, Ö5, Ö7, Ö9, Ö11, Ö13, Ö14, Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y6, Y7
		Hesabın aktif kullanımı	Ö4, Ö6, Ö7, Ö10, Ö11, Ö12, Ö13, Ö14, Y1, Y3, Y4, Y5, Y8
		Geri bildirim mekanizmaları	Ö1, Ö2, Ö5, Ö6, Ö7, Ö9, Ö8, Ö12, Ö13, Ö14, Y1, Y2, Y3, Y4, Y8, Y9
		Okulun vizyon ve misyonunu paylaşma	Ö1, Ö4, Ö13, Ö14, Y1, Y3, Y6
		Okulun başarılarını paylaşma	Ö4, Ö5, Ö7, Y1, Y6, Y9
		Etkileşime açık olma	Ö1, Ö2, Ö5, Ö11, Y6, Y7
		Eğitimde yenilikleri paylaşma	Ö2, Ö3, Ö4, Ö8, Ö10, Ö13
	Olumlu Dijital Kültürün Oluşturulması	Öğrencileri sürece dahil etme	Ö1, Ö2, Ö3, Ö5, Ö6, Ö8, Ö9, Ö14, Y1, Y2, Y3, Y5, Y6, Y8, Y9
		Nezakət, saygı ve iş birliğini teşvik	Ö3, Ö8, Ö11, Ö14, Y1, Y4, Y8
		Öğretmenlerin bilgi ve deneyimlerini paylaşma	Ö1, Ö3, Ö6, Ö8, Ö10, Ö11, Ö14, Y1, Y2, Y5, Y6, Y9
		Paydaşları sürece dâhil etme	Ö2, Ö3, Ö4, Ö5, Ö8, Ö10, Ö11, Ö12, Ö14, Y4, Y7, Y1, Y3, Y2, Y5, Y6, Y9
	Yasal Düzenlemelerin Yapılması	Dijital liderlik becerilerinin geliştirilmesi	Ö1, Ö4, Ö8, Ö9, Ö10, Ö11, Ö14, Y1, Y3, Y4, Y5, Y6, Y7
		Hukuki destek mekanizmaları	Ö2, Ö3, Ö5, Ö6, Ö8, Ö9, Ö11, Ö14, Y1, Y4, Y5, Y7, Y8
		Güvenli dijital ortam	Ö2, Ö6, Ö8, Ö9, Ö2, Ö14, Y2, Y3, Y4, Y5
		Destekleyici programlar	Ö4, Ö8, Ö9, Ö10, Y4, Y7, Y9
		Ödüllendirici mekanizmalar	Ö3, Ö9, Ö10, Y7, Y8
Altyapının güçlendirilmesi		Y1, Y2, Y5, Y9	

Tablo 4’te görüldüğü üzere okul yöneticilerinin sosyal medya liderlik davranışlarının geliştirilmesine ilişkin temadan; “eğitimlerin düzenlenmesi ve eğitimlere katılım”, “resmî ve profesyonel hesap yönetimi”, “olumlu dijital kültürün oluşturulması” ve “yasal düzenlemelerin yapılması” olmak üzere dört kategori ve yirmi bir kod üretilmiştir. Araştırmada katılımcıların görüş ve deneyimleri her bir kategoride doğrudan alıntılarla örneklendirilmiştir.

Eğitimlerin Düzenlenmesi ve Eğitimlere Katılım

Okul yöneticilerinin sosyal medya liderlik davranışlarının geliştirilmesi için katılımcılar en fazla dijital okuryazarlık, dijital güvenlik, sosyal medya kullanımı, içerik yönetimi ve kriz iletişimi konusunda eğitimlerin düzenlenmesi ve eğitimlere katılımın olması gerektiği görüşündedir. Katılımcılardan bazıları görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir:

“Okul müdürlerinin sosyal medya platformlarını etkili ve bilinçli bir şekilde kullanabilmesi için eğitimler alması önemlidir. Dijital güvenlik, içerik yönetimi ve kriz iletişimi gibi konulara odaklanılmalıdır”. (Ö1)

Resmî ve Profesyonel Hesap Yönetimi

Okul yöneticilerinin sosyal medya liderlik davranışlarının geliştirilmesi için katılımcılar resmî ve profesyonel hesap yönetiminin sağlanması görüşündedir. Bu bağlamda okul yöneticilerinin kurumsal kimliğini yansıtan resmî hesap oluşturma, yorumlara yanıt verme, hesabın aktif kullanılmasını sağlama okulun vizyon ve misyonunu paylaşma davranışlarını sergileyerek sosyal medya liderlik davranışlarının gelişeceği görüşündedir. Bu bulguyu somutlaştıran katılımcı görüşleri aşağıdaki gibidir:

“Okul müdürleri, okulun kurumsal kimliğini yansıtan resmî hesaplar oluşturmalı ve bu hesapları aktif olarak yönetmelidir”. (Ö3)

“Okul müdürleri paylaşımlarında okulun vizyonunu, misyonunu ve başarılarını öne çıkaran bir strateji izlemelidir”. (Y6)

“Eğitimde yenilikleri, öğretmenlerin başarılarını ve öğrencilerin projelerini düzenli olarak paylaşarak okul topluluğunun sosyal medyada daha aktif hale gelmesi sağlanmalıdır”. (Ö4)

“Görsel ve video içeriklerin etkili bir şekilde kullanılması önerilir. Böylece mesajın daha geniş kitlelere ulaşmasına yardımcı olur”. (Ö1)

Olumlu Dijital Kültürün Oluşturulması

Okul yöneticilerinin sosyal medya liderlik davranışlarının geliştirilmesi için katılımcılar olumlu dijital kültürün oluşturulması görüşündedir. Bu bağlamda okul yöneticilerinin sosyal medya liderlik davranışlarının geliştirilmesi için öğrenci başarılarını paylaşma, nezaket, saygı ve iş birliğini teşvik eden içerikleri paylaşılması, öğrencileri sürece dâhil etmesi, öğretmenlerin bilgi ve deneyimlerini paylaşmasını sağlaması ve veli desteğini almasının katkı sağlayacağı görüşündedir. Katılımcılardan bazıları görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir:

“Sosyal medya, okul içinde olumlu bir kültür oluşturmak için güçlü bir araç olabilir. Müdürler, nezaket, saygı ve iş birliğini teşvik eden içerikler paylaşarak okul topluluğunda güvenli bir dijital ortamın oluşmasına katkı sağlayabilirler”. (Ö8)

“Okuldaki öğretmenler ve öğrenciler de sosyal medya süreçlerine dâhil edilerek kolektif bir sosyal medya yönetimi anlayışı oluşturulabilir. Öğrenci başarılarının paylaşılması, öğretmenlerin sosyal medya aracılığıyla bilgi ve deneyimlerini paylaşmaları teşvik edilmelidir”. (Y1)

Yasal Düzenlemelerin Yapılması

Okul yöneticilerinin sosyal medya liderlik davranışlarının geliştirilmesi için katılımcılar yasal düzenlemelerin yapılması gerektiğini düşünmektedir. Bu bağlamda katılımcılar okul yöneticilerinin sosyal medya liderlik davranışlarının geliştirilmesi için hukuki destek mekanizmalarının güçlendirilmesi, dijital liderlik becerilerinin geliştirebilmesi, sosyal medya liderliği hakkında bilinçlendirmenin yapılması, güvenli dijital ortamın oluşturulması ve destekleyici programların yapılmasının faydalı olacağı görüşündedir. Katılımcılardan bazıları görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir:

“Sosyal medyayı kullanırken karşılaşılabilecek olumsuzluklara karşı korunmayı sağlayacak yasal düzenlemelerin yapılması gerektiğini düşünüyorum. Eğitimcilerin sosyal medya üzerinden fikirlerini özgürce paylaşabilmeleri için güvenli bir ortam oluşturulması ve mesleki saygınlıklarını koruyacak hukuki destek mekanizmalarının güçlendirilmesi gerektiğini düşünüyorum”. (Ö9)

“Eğitimde dijital dönüşümün bir parçası olarak öğretmenlerin sosyal medya liderliği konusunda bilinçlendirilmesini ve teşvik edilmesini istiyorum. Politikacıların bu alanda destekleyici politikalar üretmesi, öğretmenlerin de sosyal medyada daha aktif ve etkili olmasını sağlayarak eğitimde yenilikçi yaklaşımların yaygınlaşmasına katkıda bulunacaktır”. (Ö1)

Tablo 4’te yer alan bulgular, sosyal medya liderliğinin geliştirilmesine ilişkin önerilerin yalnızca teknik yeterlikleri artırmaya değil, aynı zamanda okulun kültürel ve yönetsel yapısını dönüştürmeye odaklandığını göstermektedir. Katılımcıların vurguladığı hizmet içi eğitimler, etik rehberler ve kurumsal sosyal medya stratejileri, okul yöneticilerinin dijital liderlik rollerini bilinçli ve sürdürülebilir biçimde üstlenmelerine katkı sağlayacak unsurlar olarak değerlendirilebilir. Bununla birlikte, olumlu bir dijital kültürün yerleşmesi için öğretmenler, öğrenciler ve velilerin de sürece dâhil edilmesi gerektiği ifade edilmiştir. Bu durum, sosyal medya liderliğinin yalnızca yöneticilerin kişisel becerilerine bağlı kalmadığını, okul topluluğunun tamamını içine alan bütüncül bir yaklaşım gerektirdiğini göstermektedir. Ayrıca, yasal ve yönetsel çerçevenin güçlendirilmesine ilişkin beklentiler, sosyal medya kullanımında güvenlik, hesap verebilirlik ve etik sınırların netleşmesinin önemine işaret etmektedir. Sonuç olarak, sosyal medya liderliğinin geliştirilmesi, bireysel yeterliklerin ötesinde kurumsal vizyon, toplumsal sorumluluk ve yapısal destek mekanizmalarıyla bütünleştiğinde daha etkili ve kalıcı sonuçlar doğurabilecektir.

TARTIŞMA

Bu çalışmanın bulguları, okul yöneticilerinin sosyal medya liderliğini çok boyutlu (davranışsal, sonuçsal ve gelişimsel) bir perspektifle ele aldıklarını göstermektedir. Okul yöneticilerinin sosyal medya liderliği “Sosyal medya liderlik davranışları” teması altında tartışılabilir. Bu temada **yönlendirme, yenilikçilik, etik, duyarlılık** boyutlarını göze çarpmaktadır.

Katılımcılar, özellikle yönlendirme davranışları kapsamında takipçilerini etkileme, içeriklerin geniş kitlelere ulaştırılması ve etkileşimi artırma gibi stratejilere sıklıkla başvurmaktadır. Bu durum, dönüşümcü liderlik özellikleriyle benzeşmektedir. Özmen (2021), dönüşümcü liderlerin çalışanları motive ederek mesleki gelişimlerini desteklediğini vurgularken, bu liderlik anlayışının dijital ortama da yansdığı görülmektedir. Sosyal medya platformlarında etkileşime açık, yön gösterici paylaşımlar yapılması, eğitim ortamında dijital etkileşim kültürünün oluşmasına katkı sağlamaktadır (Aydın, 2022). Benzer şekilde, uluslararası alanyazın da sosyal medya liderliği ile dönüşümcü liderlik arasındaki güçlü ilişkiyi ortaya koymaktadır. Örneğin Leithwood ve Jantzi (2005), dönüşümcü liderliğin okul paydaşlarını ortak bir vizyon etrafında birleştirdiğini ve motivasyonu artırdığını vurgulamaktadır. Bu çerçevede, sosyal medya liderliği, dijital araçlar aracılığıyla bu vizyonun paylaşılmasını ve eğitim topluluklarında katılımın artırılmasını kolaylaştıran önemli bir uygulama alanı olarak öne çıkmaktadır.

Yenilikçilik teması altında toplanan veriler, yöneticilerin sosyal medya araçlarını etkin biçimde kullandıklarını ve teknolojik yeniliklere açık olduklarını göstermektedir. Bu sonuç, Güngör ve Ayar’ın (2022) okul yöneticilerinin teknoloji

liderliği yeterliliklerine dair bulgularıyla da örtüşmektedir. Sosyal medyada yeni özellikleri kullanma ve yaratıcı etkinlikler oluşturma davranışları, okulun dijital vizyonunun geliştirilmesine katkı sağlamaktadır. Vizyoner liderlik anlayışında olduğu gibi (Uçak ve Bilgivar, 2023), bu tür davranışlar geleceği öngörme ve yenilikçi uygulamaları hayata geçirme çabasının göstergesidir. Bu bağlamda sosyal medya liderliği, yalnızca iletişim aracı değil, aynı zamanda vizyoner ve yenilikçi liderlik davranışlarının dijital ortamda görünür hâle geldiği bir liderlik biçimi olarak değerlendirilebilir.

Etik ilkeler bağlamında elde edilen veriler ise yöneticilerin içerik paylaşımında etik kurallara önem verdiklerini ortaya koymaktadır. Kaynak belirtme, izin alma ve telif haklarına saygı gibi davranışlar, etik liderliğin temel bileşenlerindedir. Kaplan (2020) ve Köse (2021), etik liderliğin okul ortamında güven oluşturduğunu ve kurumsal itibarı pekiştirdiğini ifade etmektedir. Bu yönüyle sosyal medya liderliği, yalnızca dijital bir beceri değil, aynı zamanda etik bir sorumluluk olarak karşımıza çıkmaktadır.

Duyarlılık ve farkındalık temaları kapsamında ise yöneticilerin sosyal medya içeriklerinde toplumsal, çevresel ve eğitsel konulara dikkat ettikleri görülmektedir. Sarısandak vd., (2024) sosyal sorumluluk vurgusu, bu bağlamda anlam kazanmaktadır. Eğitimde farkındalık yaratma ve kamuoyu oluşturma gibi davranışlar, sosyal medya liderliğinin toplumsal etki gücünü ortaya koymaktadır. Bu liderlik biçimi, sadece okul içinde değil, toplum genelinde de eğitsel değerlerin yaygınlaştırılmasına hizmet etmektedir (Görgülü ve Demir, 2024). Benzer şekilde uluslararası çalışmalar, sosyal medyanın liderlik bağlamında toplumsal etki yaratma potansiyelini vurgulamaktadır. Örneğin, Kapoor vd., (2018), sosyal medya liderliğinin kamuoyu oluşturma, toplumsal farkındalık artırma ve kolektif eylemleri teşvik etme açısından kritik bir rol üstlendiğini belirtmektedir.

Eğitim yöneticilerinin bu davranışları yalnızca bireysel değil, kurumsal sonuçlara da yansımaktadır. Araştırmada elde edilen bir diğer tema ise “Sosyal medya liderlik davranışlarının sonuçları” şeklinde özetlenebilir. Bu tema altında “**öğretmen ve öğrenciyi güçlendirme, okul imajını artırma, paydaş katılımı**” gibi sonuçlara ulaşılmıştır. Bu sonuçlar hem kurum düzeyinde hem de paydaşlar açısından anlamlı etkilere sahiptir.

Öncelikle, sosyal medya liderliğinin eğitim ve okul ortamı açısından en önemli çıktılarında biri, kurumsal görünürlüğün artmasıdır. Yöneticiler, okul faaliyetlerini ve başarılarını sosyal medya üzerinden duyurarak okulun dış dünyadaki algısını olumlu yönde etkilemektedir. Bu durum, Özmen’in (2021) liderliğin kurumsal iklim üzerindeki etkilerine ilişkin bulgularını desteklemektedir. Okulun dijital varlığı, paydaşlarla daha açık ve şeffaf bir iletişim kurulmasına da zemin hazırlamaktadır (Kelebek, 2023).

Öğretmenler açısından sosyal medya liderliğinin önemli sonuçlarından biri, yöneticilerle kurulan iletişimin güçlenmesi ve motivasyonun artmasıdır. Yöneticilerin sosyal medyada öğretmenlerin başarılarını görünür kılması, tanınma ve aidiyet duygularını artırmaktadır. Bu tür davranışlar, dönüşümcü liderliğin duygusal bağlılık oluşturma yönüyle ilişkilendirilebilir (Çakır, 2022). Aynı zamanda öğretmenler, sosyal medya aracılığıyla yöneticilerinden güncel bilgi ve yönlendirme alabilmekte, bu da kurumsal etkileşimi artırmaktadır.

Öğrenciler açısından ise sosyal medya liderliğinin önemli bir yansıması, okulun sosyal medya içeriklerinde öğrencilerin etkin bir biçimde yer almasıdır. Etkinliklerde öğrencilerin paylaşımlarda görünür kılması, öğrencilerde özgüven gelişimini desteklemekte ve okul aidiyetini artırmaktadır. Görgülü ve Demir (2024), öğrencilerin dijital ortamlardaki temsilinin kimlik gelişimi açısından önemine dikkat çekerken, bu bulgular da benzer bir anlam taşımaktadır. Ayrıca öğrenciler, yöneticiler aracılığıyla dijital vatandaşlık ve etik paylaşım gibi kavramlarla dolaylı olarak tanışmakta ve bilinçlenmektedir (Kaplan, 2020). Uluslararası literatür de sosyal medya liderliğinin öğrencilerde aidiyet duygusu ve dijital vatandaşlık gelişimi üzerindeki etkilerini desteklemektedir. Örneğin, Ribble (2015), dijital vatandaşlığın eğitim kurumlarında öğrencilerin sorumlu çevrimiçi davranış geliştirmeleri açısından kritik olduğunu vurgulamaktadır. Bu bağlamda sosyal medya liderliği, öğrencilerin okul topluluğuna aidiyetlerini güçlendirirken aynı zamanda onların dijital ortamda etik ve bilinçli bireyler olarak yetişmelerine katkı sunmaktadır.

Elde edilen bu sonuçlar, sosyal medya liderliğinin geliştirilmesi yönünde bazı ihtiyaçları da açığa çıkarmaktadır. Araştırmada elde edilen Üçüncü Tema ise “Sosyal medya liderliğinin geliştirilmesidir”. Bu temada **“eğitimler, profesyonel hesap yönetimi, olumlu dijital kültür ve yasal düzenlemeler”** yer almaktadır. Araştırmamanın bulguları doğrultusunda okul yöneticilerinin sosyal medya liderlik davranışlarının geliştirilmesine yönelik çeşitli stratejik yaklaşımlara ihtiyaç duyulduğu görülmektedir.

İlk olarak, yöneticilere yönelik dijital liderlik ve sosyal medya kullanımı konularında düzenlenecek yapılandırılmış eğitim programları büyük önem taşımaktadır. Özellikle etik ilkeler, dijital vatandaşlık, kriz anlarında sosyal medya yönetimi ve dijital iz bırakma konularında bilgi sahibi olunması, sosyal medya liderliğinin daha bilinçli bir zemine oturmasını sağlayacaktır. Bu bağlamda Güngör ve Ayar (2022), dijital liderliğin bir eğitim süreci gerektirdiğini vurgularken, bu çalışmada da söz konusu gereklilik desteklenmektedir. Ayrıca, bu eğitimlerin sadece yüzeysel bir farkındalıkla sınırlı kalmaması, uygulamaya dönük senaryolar ve vaka analizleriyle desteklenmesi önerilmektedir.

İkinci olarak, yöneticilerin resmî ve profesyonel sosyal medya hesaplarını kurumsal kimliğe uygun şekilde yönetmeleri teşvik edilmelidir. Kurumsal hesapla-

rın, bireysel görüşlerin değil; okulun değer ve vizyonunu yansıttığı bilinci yerleşmelidir. Özmen (2021), yöneticilerin sosyal medya hesaplarını “kurumsal liderlik aracı” olarak kullanmaları gerektiğine işaret etmektedir. Ayrıca, bu hesaplar aracılığıyla okul içinde yürütülen iyi örneklerin paylaşılması, olumlu bir dijital okul kültürünün inşa edilmesine katkı sunacaktır.

Bunun yanında, olumlu bir dijital kültürün oluşturulması için sadece yöneticilerin değil, öğretmen ve öğrencilerin de bu sürece dâhil edilmesi gerekir. Okulda sosyal medya kullanımına ilişkin ortak değerlerin belirlenmesi, kuralların oluşturulması ve dijital etkileşimlerin etik ilkeler çerçevesinde yürütülmesi bu kültürün temel taşlarıdır. Aydın (2022), sosyal medya liderliğinin sadece teknik değil aynı zamanda kültürel bir liderlik biçimi olduğunu savunmaktadır.

Son olarak, sosyal medya kullanımına yönelik yasal ve yönetsel düzenlemelerin yapılması, yöneticilerin davranışlarını daha güvende hissetmesini sağlayacaktır. Kurumlar arası örnek uygulamaların paylaşılması, rehber belgelerin hazırlanması ve sosyal medya etiğine ilişkin güncel yasal çerçevenin sunulması bu sürece katkı sağlayacaktır. Uçak ve Bilgivar (2023), yönetsel uygulamalarda belirsizliklerin azaltılmasının liderlik davranışlarını geliştirdiğini ifade etmektedir. Dolayısıyla, sosyal medya liderliği yapısal bir yönetsel destekle daha etkin biçimde geliştirilebilir. Uluslararası literatür de yasal çerçevelerin ve yönetsel düzenlemelerin sosyal medya liderliğini desteklemede kritik rol oynadığını ortaya koymaktadır. Örneğin, Livingstone ve Third (2017), dijital ortamlarda belirsizliklerin azaltılmasının liderlerin güvenli kararlar almasını ve etik sorumluluklarını yerine getirmesini kolaylaştırdığını belirtmektedir. Bu bağlamda, sosyal medya liderliğinin etkinliğini artırmak için açık ve uygulanabilir yasal düzenlemelerin varlığı önem taşımaktadır.

Dolayısıyla bu çalışma, sosyal medya liderliğinin yalnızca bireysel beceriler değil, kurumsal ve yapısal desteklerle gelişebileceğini ortaya koymaktadır. Bu yönleriyle sosyal medya liderliği, dijital çağın eğitim yönetiminde hem fırsatları hem de sorumlulukları barındıran bir liderlik biçimi olarak değerlendirilebilir.

SONUÇ

Bu araştırma, okul yöneticilerinin sosyal medya liderlik davranışlarını ve bu davranışların eğitim paydaşları üzerindeki etkilerini nitel veriler aracılığıyla incelemeyi amaçlamıştır. Sonuçlar, yöneticilerin sosyal medya platformlarını sadece bilgilendirme amacıyla değil, aynı zamanda toplumsal farkındalık yaratma, kurumsal imaj oluşturma ve kriz yönetimi gibi çok yönlü amaçlarla kullandıklarını göstermektedir. Özellikle yöneticilerin duyarlılık, yenilikçilik ve etik ilkelere dayalı sosyal medya kullanımı, okulun dijital kimliğini güçlendirmekte ve paydaşlar arasında güven duygusunu artırmaktadır.

Araştırma sonucunda, sosyal medya liderliğinin okul iklimi, öğretmen motivasyonu ve veli katılımı üzerinde olumlu etkiler yarattığı görülmektedir. Yöneticilerin sosyal medya yoluyla sergilediği şeffaf, katılımcı ve yenilikçi liderlik yaklaşımları, eğitim kurumlarının dijital dönüşümüne katkı sunmakta, öğretmenlerin kendilerini daha görünür ve değerli hissetmelerini sağlamaktadır. Bununla birlikte, sosyal medya liderliğinin etkili ve etik biçimde sürdürülebilmesi için yöneticilere yönelik eğitimlerin artırılması, kurumsal rehberlik mekanizmalarının geliştirilmesi ve dijital liderlik kültürünün sistematik biçimde desteklenmesi gerektiği ortaya çıkmıştır.

Araştırma kapsamında ulaşılan sonuçlar, Türkiye'deki okul yöneticilerinin dijital liderlik rollerini daha bilinçli ve stratejik şekilde üstlenebilmeleri için önemli ipuçları sunmaktadır. Katılımcıların ifadelerine göre, sosyal medyanın okul yöneticileri için etkili bir iletişim ve liderlik aracı olarak kullanılabilmesi; yasal düzenlemeler, mesleki gelişim fırsatları ve kurumsal destekle daha fazla güç kazanmaktadır. Bu bağlamda, politika yapıcıların, il ve ilçe millî eğitim müdürlüklerinin ve okul yöneticilerinin, sosyal medya liderliğine ilişkin ortak bir vizyon oluşturması büyük önem taşımaktadır.

Sonuç olarak, bu çalışma sosyal medya liderliğinin, eğitimde dijitalleşme sürecine uyum sağlayan çağdaş bir liderlik biçimi olduğunu ortaya koymakta; okul yöneticilerinin bu sürecin aktif aktörleri olmalarının, eğitim sistemine katkı sağlayacak önemli bir unsur olduğunu göstermektedir.

ÖNERİLER

Bu araştırmadan elde edilen bulgular, sosyal medya liderliğinin eğitim ortamlarındaki işlevlerini ve katılımcıların deneyimlerini derinlemesine ortaya koymaktadır. Bulgular doğrultusunda geliştirilen öneriler üç farklı gruba yöneliktir: akademisyenler ve araştırmacılar, politika yapıcılar, eğitimciler (okul yöneticileri ve öğretmenler). Böylece uygulamalı boyutta ilerlemeye katkı sağlayabilecek somut adımlar tartışılmaktadır. Aşağıda her bir gruba yönelik öneriler ayrı ayrı ele alınmıştır.

Akademisyenler ve Araştırmacılara Yönelik Öneriler: Bu çalışma, sosyal medya liderliğinin öğretimsel, etik ve dönüşümcü liderlik yaklaşımlarıyla ilişkisine dair özgün bulgular sunmaktadır. Ancak araştırma sınırlı bir örneklem grubuna dayandığı için, daha geniş örneklemle yürütülecek nicel araştırmalara ihtiyaç vardır. Akademisyenler, sosyal medya liderliğini farklı eğitim kademelerinde (ilkokul, ortaokul, lise) ayrı ayrı inceleyerek, bağlama özgü farklılıkları ortaya koyabilirler. Ayrıca öğretmen ve yöneticilerin sosyal medya kullanım biçimlerinin öğrenci başarısı, öğretmen motivasyonu ve okulun toplumsal görünürlüğü üzerindeki etkilerini ölçen ampirik çalışmalar yapılması önemlidir. Araştırmacılar, sosyal medya liderliği ile okul kültürü, veli katılımı ve öğretmen tükenmişliği arasındaki ilişkileri ele alarak disiplinler arası çalışmalar gerçekleştirebilirler. Bununla birlikte, sosyal

medya liderliği konusunda kavramsal netlik kazandıracak kuramsal model geliştirme çalışmalarının da alana önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Politika Yapıcılara Yönelik Öneriler: Araştırma bulguları, okul yöneticilerinin sosyal medyayı aktif ve bilinçli biçimde kullandıklarında eğitim kurumlarının görünürlüğünün ve paydaşlarla etkileşimin arttığını göstermektedir. Bu noktada politika yapıcıların, okul yöneticilerinin dijital liderlik becerilerini güçlendirecek hizmet içi eğitim programlarını planlamaları ve bu programları yerel koşullara uygun hale getirmeleri gerekmektedir. Ayrıca sosyal medya kullanımıyla ilgili etik ilkeleri ve öğrenci gizliliğini güvence altına alacak kurumsal yönergeler geliştirilmesi önem taşımaktadır. Politika yapıcıların, mevcut mevzuatta sosyal medya liderliği konusunu açıkça tanımlamaları ve okul yöneticilerinin görev tanımları içinde bu alanı netleştirmeleri, uygulamada belirsizlikleri azaltacaktır. Bunun yanı sıra, okulların kurumsal kimliğini yansıtan resmî sosyal medya hesaplarının aktif kullanımını teşvik edecek destek mekanizmaları oluşturulmalıdır. Böylece hem okul topluluklarının güvenli dijital ortamda iletişim kurmaları hem de eğitim kurumlarının toplumla olan bağlarını güçlendirmeleri sağlanabilir.

Eğitimcilere (Okul Yöneticileri ve Öğretmenlere) Yönelik Öneriler: Katılımcıların görüşleri, sosyal medyanın okul yöneticileri ve öğretmenler için etkili bir iletişim, motivasyon ve tanınırlık aracı olduğunu ortaya koymaktadır. Eğitimciler, sosyal medya paylaşımlarında yalnızca bilgilendirme değil, aynı zamanda öğretimsel ve etik boyutu da gözeterek paydaşlarla güven temelli ilişkiler kurmalıdır. Özellikle öğrenci başarılarının görünür kılınması, öğretmenlerin mesleki gelişimlerinin paylaşılması ve okul projelerinin tanıtılması, sosyal medya üzerinden gerçekleştirilebilecek somut uygulamalardır. Okul yöneticileri, sosyal medya hesaplarını kurumsal kimliği ön plana çıkaracak şekilde yapılandırmalı, paylaşımlarında etik ilkeler ve gizlilik kurallarına titizlikle dikkat etmelidir. Öğretmenler ise sosyal medyayı mesleki öğrenme toplulukları oluşturmak ve yenilikçi öğretim yöntemlerini paylaşmak için kullanabilirler. Eğitimcilerin bu süreçlerde iş birliği yapmaları, okullarda olumlu dijital kültürün gelişmesine katkı sağlayacaktır.

Sonuç olarak, bu çalışmanın bulguları doğrultusunda geliştirilen öneriler, sosyal medya liderliğinin pratik boyutuna yönelik somut katkılar sunmaktadır. Akademisyenlerin daha kapsamlı araştırmalar yürütmeleri, politika yapıcıların yasal ve kurumsal çerçeveyi güçlendirmeleri ve eğitimcilerin sosyal medyayı bilinçli, etik ve etkili biçimde kullanmaları, gelecekte sosyal medya liderliğinin eğitimde daha işlevsel bir araç hâline gelmesine katkı sağlayacaktır.

TEŞEKKÜR VE AÇIKLAMALAR

Bu araştırma, Adana Millî Eğitim Müdürlüğü'nden Dr. Ahmet Can ABBAK, Ankara Millî Eğitim Müdürlüğü'nden Dr. Gürsen VURAL ve Mersin Millî Eğitim Müdürlüğü'nden Uzman Öğretmen Mehmet Akif ÖZDEMİR'in ortak katkılarıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmada, öğretmen ve yöneticilerden sosyal medya liderliğine ilişkin görüşler alınmış olup, gönüllülük esasına dayalı katılım sağlayan tüm katılımcılara içtenlikle teşekkür ederiz. Akademik yolculuğumuzda bize rehberlik eden değerli hocalarımıza minnettarız. Ayrıca çalışmamızı titizlikle değerlendiren hakemlere, editöre ve yayın kuruluna katkılarından ötürü teşekkür ederiz. Kurumsal düzeyde desteklerini esirgemeyen ilgili millî eğitim müdürlüklerine ve kurumlarımıza da şükranlarımızı sunarız.

ÇIKAR ÇATIŞMASI

Makalenin yazarları arasında, çalışma kapsamında herhangi bir kişisel ve finansal çıkar çatışması bulunmamaktadır.

YAZAR KATKISI

Çalışmanın Tasarlanması: ACA(%100)

Veri Toplanması: MAÖ(%100)

Veri Analizi: GV(%100)

Makalenin Yazımı: ACA(%50), GV(%30), MAÖ(%20)

Makalenin Gönderimi ve Revizyonu: ACA(%70), GV(%30)

KAYNAKLAR

- Afshari, M., Bakar, K. A., Luan, W. S., Samah, B. A., & Fooi, F. S. (2012). Factors affecting teachers' use of information and communication technology. *International Journal of Instruction*, 5(2), 77-104. <https://dergipark.org.tr/en/pub/eiji/issue/5146/70096>
- Anderson, R. E., & Dexter, S. (2005). School technology leadership: An empirical investigation of prevalence and effect. *Educational Administration Quarterly*, 41(1), 49-82. <https://doi.org/10.1177/0013161X04269517>
- Aydın, K. (2022). *Eğitim örgütlerinde dijital liderlik ve örgütsel bilgelik ilişkisi* (Doctoral dissertation). Anadolu University Turkey.
- Banoğlu, K., Vanderlinde, R., Çetin, M., & Aesaert, K. (2022). Role of school principals' technology leadership practices in building a learning organization culture in public K-12 schools. *Journal of School Leadership*, 33(1), 66-91. <https://doi.org/10.1177/10526846221134010>
- Baxter, G., & Toe, D. (2023). 'Parents don't need to come to school to be engaged': Teachers' use of social media for family engagement. *Educational Action Research*, 31(2), 306-328. <https://doi.org/10.1080/09650792.2021.1930087>
- Bolton, R. N., Parasuraman, A., Hoefnagels, A., Migchels, N., Kabadayi, S., Gruber, T., ... & Solnet, D. (2013). Understanding Generation Y and their use of social media: A review and research agenda. *Journal of Service Management*, 24(3), 245-267. <https://doi.org/10.1108/09564231311326987>
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (3rd ed.). SAGE.

- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2021). *Araştırma tasarımı*. Nobel Yayıncılık.
- Çakır, T. (2022). *Okul müdürlerinin dönüşümcü liderlik stiline okul mutluluğuna etkisinde okul kültürünün aracılık rolü* [Yüksek lisans tezi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi]. Lisansüstü Eğitim Enstitüsü. YÖK Tez Merkezi. Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Çelebi, F. (2021). Dijital çağda liderlik ve girişimcilik. *Ankara: İksad Yayınevi*.
- Düger, Y. S. (2021). Etik liderlik ile bilgi paylaşımı arasındaki ilişki: Sistematik bir inceleme. *Alanya Akademik Bakış*, 5(2), 619-645. <https://doi.org/10.29023/alanyaakademik.806259>
- Fancera, S. F. (2022). School leadership for professional development: The role of social media and networks. In S. Swaffield & P. E. Poekert (Eds.), *Leadership for professional learning: Perspectives, constructs and connections* (pp. 204-216). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003357384-14>
- Gambo, S., & Özad, B. O. (2020). The demographics of computer-mediated communication: A review of social media demographic trends among social networking site giants. *Computers in Human Behavior Reports*, 2, 100016. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2020.100016>
- Görgülü, D., & Demir, M. (2024). A study on the reliability and validity of the social media leadership scale in education organizations sample. *Kastamonu Education Journal*, 32(4), 587-599. <https://doi.org/10.24106/kefdergi.13059>
- Güner, A. (2024). Okul yöneticilerinin liderlik stilleri ile sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences (JOSHAS)*, 7(40), 906-922. <https://doi.org/10.31589/JOSHAS.627>
- Güngör, T. A., & Ayar, A. (2022). Uzaktan eğitim sürecinde okul yöneticilerinin teknoloji liderliği yeterliliklerinin öğretmen görüşlerine göre incelenmesi. *Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi (AUJEF)*, 6(3), 312-340. <https://doi.org/10.34056/aujef.1093217>
- Gürsel, R. S. (2020). *Okul yöneticilerinin teknoloji liderliği yeterlilikleri ile medya ve teknoloji kullanımı ve tutumları arasındaki ilişki* [Yüksek lisans tezi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi]. Lisansüstü Eğitim Enstitüsü. YÖK Tez Merkezi. Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Halisdemir, M. (2023). *Okul yöneticilerinin küresel liderlik özellik ve davranışları* [Doktora tezi, Marmara Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Hallinger, P. (2011). Leadership for learning: Lessons from 40 years of empirical research. *Journal of Educational Administration*, 49(2), 125-142. <https://doi.org/10.1108/09578231111166699>
- Hikmet, A., & Şimşek, S. (2022). Okuldaki eğitim ve öğretimde okul müdürünün önemi. *ISPEC International Journal of Social Sciences & Humanities*, 6(2), 246-259. <http://doi.org/10.5281/zenodo.7339317>
- Kaplan, D. (2020). *Yöneticilerin etik liderlik davranışlarının çalışanların iş performansı ve örgütsel vatandaşlık davranışına etkileri üzerine bir alan araştırması* [Yüksek lisans tezi, Ufuk Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Kaplan, S. (2020). *Teknoloji liderliği yeterliliği, sosyal medya kullanımı ve havayolu şirketi çalışanlarının Twitter kullanımı üzerine bir araştırma* [Doktora tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Kapoor, K., Tamilmani, K., Rana, N. P., Patil, P., Dwivedi, Y. K., & Nerur, S. (2018). Advances in social media research: Past, present and future. *Information Systems Frontiers*, 20(3), 531-558. <https://doi.org/10.1007/s10796-017-9810-y>
- Kelebek, D. (2023). *Okul yöneticilerinin öğretim liderliği davranışları ile okul kültürünün öğretmen performansına etkisi* (Mastens thesis) İstanbul Sabahattin Zaim University.
- Köse, Y. (2021). *Dört Çerçeve modeline göre okul yöneticilerinin liderlik yönelimi ile okullarının etkililiğine ilişkin yönetici ve öğretmen görüşleri* [Yüksek lisans tezi, Sakarya Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Leithwood, K., & Jantzi, D. (2000). The effects of transformational leadership on organizational conditions and student engagement. *Journal of Educational Administration*, 38(2), 112-129. <https://doi.org/10.1108/09578230010320064>
- Leithwood, K., & Jantzi, D. (2005). Transformational leadership. In B. Davies (Ed.), *The essentials of school leadership* (pp. 31-43). London: SAGE Publications.
- Lewis, M. F. (2011). Social media leadership: How to get off the bench and into the game. *Social Strategy*, 1, 1-15. <https://archive.org/details/socialmedialeade0000lewi>

- Livingstone, S., & Third, A. (2017). Children and young people's rights in the digital age: An emerging agenda. *New Media & Society*, 19(5), 657-670. <https://doi.org/10.1177/1461444816686318>
- Metcalf, W., & LaFrance, J. (2013). Principals' perceptions of their technology leadership preparedness. *Journal of Research in Education*, 23(1). http://www.eeraonline.org/journal/files/v23/JRE_v23n1_Article_4_Metcalf_and_LaFrance.pdf
- Ohara, M. R. (2023). The role of social media in educational communication management. *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, 1(2), 70-76. <https://doi.org/10.1234/adman.2023.12>
- Özenç, Y. Y. (2022). Eğitim araştırmalarında durum çalışması deseni nasıl kullanılır? *Uluslararası Eğitimde Nitel Araştırmalarda Mükemmellik Arayışı Dergisi*, 1(2), 57-67. <http://www.uenamad.elayayincilik.com/wp-content/uploads>
- Özmen, R. (2021). *Okul yöneticilerinin dönüşümsel liderlik özellikleri: Bir durum çalışması* [Tezsiz yüksek lisans projesi, Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü]. Erişim adresi: YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research & evaluation methods* (3rd ed.). Sage Publications, Inc.
- Raman, A., & Thannimalai, R. (2019). Importance of technology leadership for technology integration: Gender and professional development perspective. *SAGE Open*, 9(4). <https://doi.org/10.1177/2158244019893707>
- Ribble, M. (2015). *Digital citizenship in schools: Nine elements all students should know* (3rd ed.). Eugene, OR: International Society for Technology in Education (ISTE).
- Sarsandal, H., Sökmen, Ö., Avcı, O., & Ekiz, K. (2024). Eğitimde sosyal sorumluluk projelerine yönelik okul yöneticilerinin görüşleri. *Ulusal Eğitim Dergisi*, 4(1), 1-15. <https://uleder.com/index.php/uleder/article/view/421>
- Spillane, J. P. (2006). *Distributed leadership*. Jossey-Bass.
- Tuna, Ö., & Ural, M. N. (2021). Üst düzey yöneticilerin liderlik tarzlarının sosyal medya üzerinden analizi. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 16(62), 639-658. <https://doi.org/10.19168/jyasar.871099>
- Uçak, Z., & Bilgivar, O. O. (2023). Okul müdürlerinin vizyoner liderlik özelliklerinin okul etkililiği ile arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Uluslararası Düzce Eğitim Bilimleri Dergisi*, 1(1), 66-80. <https://dergipark.org.tr/pub/ijdes/issue/78139/1310235>
- Ünsal, S. (2021). Öğretmenlik mesleğinin tanımı, önemi ve öğretmenlerin değişen rolleri üzerine nitel betimsel bir araştırma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(42), 1481-1504. <https://doi.org/10.46928/iticusbe.956111>
- Üstün, A., & Ertuğrul, Ç. A. M. (2024). Müdür yetkili öğretmenlerin liderlik stilleri ile okul müdürlerinin liderlik stillerinin karşılaştırılması. *The Journal of Social Sciences*, 3(6), 63-73. <http://dx.doi.org/10.16990/SOBIDER.171>
- Yavuz Çakır, K. (2023). *Siber zorbalık ve TikTok: Lise öğrencileri üzerine bir alan araştırması* [Yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Tez Merkezi. Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>



TEACHER AND ADMINISTRATOR VIEWS ON SOCIAL MEDIA LEADERSHIP

ABSTRACT

This study aims to investigate the views of school administrators and teachers on social media leadership behaviors and explore the perceived impact of this leadership style on educational processes. Although leadership types, such as instructional, transformational, and ethical leadership, have been extensively studied in the literature, original and in-depth research on social media leadership remains scarce. Social media leadership appears to play key roles in responding to the demands of the digital age, such as strengthening institutional communication, enhancing interaction with educational stakeholders, and disseminating the school's vision. This research employed a qualitative approach, using convenience sampling with 14 teachers and nine school administrators, and data were collected through semi-structured interviews. The interview form was developed with expert feedback to ensure content validity. Data were analyzed using content analysis, and a high level of reliability (89%) was achieved through inter-researcher consensus in the coding process. According to participants, social media leadership contributed positively to educational environments by fostering guidance, innovation, ethical sensitivity, and awareness. Findings suggest that social media leadership may enhance teacher motivation, strengthen school recognition, and increase the visibility of student achievement, thereby adding a digital dimension to transformational leadership. Based on the results, it is recommended that administrators undergo training in digital leadership, ethical principles, and crisis communication, and that school communities be consciously involved in social media processes. By linking social media leadership to theoretical discussions and supporting it with field data, this study offers the potential to provide a fresh perspective on a topic that remains underexplored in the literature.

Keywords: Social Media Leadership, Administrator Views, Teacher Views.



SOSYAL MEDYA LİDERLİĞİNE İLİŞKİN ÖĞRETMEN VE YÖNETİCİ GÖRÜŞLERİ

ÖZ

Bu araştırmanın amacı, okul yöneticilerinin ve öğretmenlerin sosyal medya liderliği davranışlarına ilişkin görüşlerini incelemek ve bu liderlik biçiminin eğitim süreçlerine etkilerini katılımcı görüşleri doğrultusunda düşündürmektir. Literatürde

öğretimsel, dönüşümcü ve etik liderlik gibi liderlik türleri geniş şekilde incelenmiş olsa da sosyal medya liderliğine ilişkin özgün ve derinlemesine çalışmalar sınırlıdır. Sosyal medya liderliğinin, dijital çağın gereklerine yanıt verebilecek şekilde kurumsal iletişimi güçlendirme, eğitim paydaşlarıyla etkileşimi artırma ve okulun vizyonunu yayma gibi önemli işlevler üstlendiği görülmektedir. Araştırma nitel araştırma yöntemiyle yürütülmüş, kolay ulaşılabılır durum örneklemeyle belirlenen 14 öğretmen ve 9 okul yöneticisiyle yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşme formu, uzman görüşleriyle geliştirilmiş ve kapsam geçerliliği sağlanmıştır. Elde edilen veriler içerik analizi ile çözümlenmiş, kodlama sürecinde çoklu araştırmacı görüş birliğiyle yüksek güvenilirlik (%89) sağlanmıştır. Katılımcıların görüşlerine göre, sosyal medya liderliğinin yönlendirme, yenilikçilik, etik duyarlılık ve farkındalık oluşturma işlevleri aracılığıyla eğitim ortamlarında olumlu yansımalar sağladığı ifade edilmiştir. Bulgular, sosyal medya liderliğinin öğretmen motivasyonu, okulun tanınırlığı ve öğrenci başarısının görünürlüğü üzerinde olumlu etkiler yaratarak dönüşümcü liderliğe dijital bir boyut kazandırabileceğine işaret etmektedir. Araştırma sonucunda, sosyal medya liderliğinin gelişimi için yöneticilere dijital liderlik, etik ilkeler ve kriz iletişimi konularında eğitim verilmesi; okul topluluklarının sosyal medya süreçlerine bilinçli biçimde dâhil edilmesi önerilmektedir. Bu çalışma, sosyal medya liderliğini saha verileriyle destekleyerek, alan yazında sınırlı olan bu konuda yeni bir bakış açısı sunma potansiyeli taşımaktadır.

Anahtar Sözcükler: Öğretmen Görüşleri, Sosyal Medya Liderliği, Yönetici Görüşleri.



INTRODUCTION

Social media leadership has emerged as a significant leadership style, particularly in the digital age (Lewis, 2011). Contrary to traditional leadership approaches, social media leadership refers to the ability of individuals and organizations to communicate effectively through social media platforms, build communities, and guide followers toward specific goals (Görgülü and Demir, 2024). This leadership style is shaped by the influence of social media platforms and offers the ability to reach large audiences quickly and directly. Social media leaders can achieve both individual and organizational goals by disseminating their ideas and values digitally (Tuna and Ural, 2021).

Social media leadership is also closely associated with demographic variables. Research reveals that social media use varies by demographic factors, including age, gender, education level, and income (Gambo and Özad, 2020). For example, younger generations are more active users of social media platforms, and therefore, social media leaders have a greater impact on younger audiences (Bolton et

al., 2013). Similarly, because user profiles of different social media platforms vary, leaders need to develop strategies tailored to demographic characteristics (Kaplan, 2020).

The theoretical foundation of social media leadership is linked to various leadership theories and social influence models. Social learning theory is a key foundation for understanding social media leadership; the behaviors and values individuals learn from role models on social media platforms explain the impact leaders have on their followers. Furthermore, this theory helps understand how social media leaders motivate and transform their followers. Social media leaders exhibit transformational leadership traits, engaging with their followers in the digital environment and mobilizing them toward specific goals (Düger, 2021).

Various premises influence the formation of social media leadership. These premises include an individual's communication skills, community-building ability, and digital media dominance. For social media leaders to be successful, they must be able to communicate effectively, accurately analyze their target audience, and deliver content tailored to their needs. Furthermore, technical knowledge and digital skills are crucial for social media leadership; leaders who are knowledgeable about platform algorithms, trends, and user behavior can demonstrate a more effective digital presence (Halisdemir, 2023).

The consequences of social media leadership include the impact this type of leadership has on their target audience and society. Social media leaders have the potential to mobilize their communities and guide them toward specific behaviors. While these consequences can sometimes yield tangible results, such as the spread of social responsibility projects or increased brand awareness, they can also be seen as raising social awareness and drawing attention to social issues (Sarısandal et al., 2024). Due to the nature of digital interaction, the consequences of social media leaders can quickly spread to a broad audience. The historical development of social media leadership parallels the evolution of social media platforms. With the emergence of the first social media platforms, leaders' digital presence has become increasingly more prominent. Platforms, such as Facebook, Twitter, and Instagram, in particular, have contributed to the development of social media leadership by facilitating individuals' access to large audiences (Gürsel, 2020). Today, platforms, such as TikTok and YouTube, have increased the influence of a new generation of social media leaders, further expanding the concept of digital leadership (Yavuz Çakır, 2023).

Social media leadership is taking shape in a context where traditional leadership approaches are being reinterpreted through digital transformation. This type of leadership is directly related to leadership approaches frequently discussed in educational settings, such as instructional leadership, transformational leadership,

and distributed leadership. Instructional leadership is an approach that aims to directly involve school administrators in instructional processes, support teachers' professional development, and increase student achievement (Hallinger, 2011). Social media leadership, however, highlights these goals as a supporting tool in the digital media landscape. Sharing instructional content, particularly through teachers' interaction with digital communities to continue their professional development, and providing instructional materials for students, demonstrates that instructional leadership is being restructured through social media (Çelebi, 2021). Furthermore, as with the transformational leadership approach, social media leaders also make a difference in digital environments through their vision-building, inspiration, and motivational capabilities (Leithwood & Jantzi, 2000). Social media enables transformational leaders to share a school's mission and vision with a broad audience, make success stories that motivate teachers visible, and build emotional commitment (Aydın, 2022). From a distributed leadership perspective, the social media leadership process paves the way for not only administrators but also teachers and other stakeholders to participate in digital leadership roles. The active participation of the entire school community in the process fosters a democratic structure in building a digital culture, aligning with the fundamental principles of distributed leadership (Spillane, 2006). Furthermore, the concept of ethical leadership is a defining element in social media leadership; principles, such as transparency in content sharing, citation, and respect for student privacy reflect ethical leadership behaviors (Kelebek, 2023). In the research literature, "technology leadership" is defined as school administrators directing technology with a strategic vision and managing digital teaching and innovation processes by involving teachers and institutions in this process (Raman & Thannimalai, 2019). Furthermore, school administrators appear to play a critical role in integrating technology leadership practices, administrative policies, and instructional processes into the digital environment (Metcalf & Jason, 2013; Banoğlu et al., 2022). When all these approaches are considered, social media leadership is positioned as an extension of instructional leadership in the digital environment, also contributing to the formation of a multilayered leadership approach by intertwining with transformational, distributed, and ethical leadership styles. Therefore, for a comprehensive evaluation of social media leadership, it is important to consider it alongside other leadership styles and conduct multidimensional analyses that address the leadership needs of the digital age.

Teacher opinions are a valuable resource for developing effective educational policies and enhancing educational practices. Teachers who interact directly in the educational environment can best observe classroom dynamics, student needs, and problems encountered in the educational process and offer realistic solutions. Evaluating teacher opinions helps decision-makers in education develop more effective strategies and promotes practices that support students' academic and social development (Ünsal, 2021). School principals' opinions provide import-

ant insights into the administrative and organizational processes of educational institutions. Because strategic decisions and leadership skills play a critical role in a school's success, principals' feedback is decisive in shaping educational policies and the effectiveness of practices. Taking principals' opinions into account contributes to the development of solutions in important areas such as addressing administrative problems in educational institutions, strengthening school culture, and supporting teachers (Hikmet and Şimşek, 2022). Therefore, principals' opinions are crucial for creating sustainable educational policies and improving school performance. While many leadership styles, such as transformational, distributed, ethical, and servant leadership, have been widely studied in educational settings in recent years, social media leadership has also become an important area of research due to the influence of the digital age (Görgülü & Demir, 2024). Educational administrators and teachers demonstrating leadership on social media platforms play a critical role in establishing a strong communication environment in educational processes and directly interacting with stakeholders. Social media leadership facilitates interaction and information sharing among students, parents, and teachers by making educational institutions more transparent, accessible, and up-to-date (Güner, 2024; Kaplan, 2020; Üstün & Ertuğrul, 2024). However, there is a lack of comprehensive research on the experiences and perceptions of teachers and administrators regarding social media leadership (Fancera, 2022). To our knowledge, no study has been conducted in the literature that thoroughly examines social media leadership behaviors and their impact on education as viewed by school administrators and teachers. This study aims to fill a significant gap in the field by revealing how social media leadership is perceived in educational processes and identifying the needs it can address.

Purpose and Significance of the Research

Today, social media plays a significant role in educational institutions' communication with the public as well as their connection with students (Ohara, 2023). In this context, the leadership displayed by teachers and school administrators on social media platforms is influential in informing students and parents about and engaging with educational processes (Baxter & Toe, 2023). Revealing how social media leadership is perceived, particularly by individuals with responsibilities in educational institutions, will contribute to the development of a more robust and strategic approach in this area. This research is important for understanding social media leadership in education and offering insights into how this leadership can be made more effective. The findings can be a valuable resource for researchers seeking to understand the impact of social media leadership in education. Furthermore, strategies can be offered to guide educational administrators and teachers regarding social media leadership. International research demonstrates that technology leadership and digital leadership competencies foster innovation and enhance stakeholder engagement in educational institutions (Anderson & Dexter,

2005; Afshari et al., 2012). In Turkey, however, social media leadership has been addressed in limited contexts, and comprehensive qualitative studies based on the experiences of school administrators remain quite limited (Görgülü & Demir, 2024). Therefore, this study aims to fill this gap in the literature by examining social media leadership in the field. It also presents original findings on a current phenomenon by revealing the perceptions of educational administrators and teachers regarding the use of social media. This research is a current and original qualitative study that can contribute to discussions on the digitalization of educational leadership in the Turkish context and similar socio-cultural contexts. This research sets out to investigate social media leadership behaviors in educational institutions and their impact on education through the perspectives of school administrators and teachers. In line with this general objective, the following questions were sought:

1. What behaviors of school administrators and teachers stand out as part of social media leadership?
2. According to participants, what outcomes does social media leadership produce in educational settings?
3. What are the participants' suggestions for improving social media leadership?

METHODOLOGY

Research Design

This study used a qualitative research method to examine teachers' and school principals' views on social media leadership. Qualitative research provides in-depth information by focusing on individuals' lived experiences and the meanings they attach to these experiences (Creswell & Creswell, 2021). A case study design was employed in this study allowing for an in-depth examination of participants' views and experiences on a specific topic (Özenç, 2022). The case study design was chosen for this study because it allows for a detailed understanding of administrative and teacher experiences related to social media leadership within the context. It also provides a flexible and holistic examination to reveal participants' in-depth perceptions and experiences of social media leadership.

Study Group

This study utilized convenience sampling (Patton, 2002). Participants were located in close proximity to the researcher, and care was taken to ensure the participation of teachers and administrators from diverse background, gender, age, seniority, educational background, marital status, and branch, in line with this study's aim. Thus, despite being recruited from a single province, the participant

profiles were chosen to represent the broadest possible spectrum. The study group for this study consisted of 23 participants, comprising 14 teachers and nine school administrators working in public preschools, primary schools, middle schools, and high schools affiliated with the Ministry of National Education in Adana, Türkiye. Participant characteristics are presented in Table 1.

Table 1. Participant-Related Information

Participant	Gender	Age	Marital Status	Education Level	Professional Seniority	Tenure at Current School	School Level
Y1	Female	38	Married	Graduate	17 years	6 years	Middle School
Y2	Male	50	Married	Graduate	26 years	7 years	High School
Y3	Male	44	Married	Bachelor's	20 years	6 years	High School
Y4	Female	45	Single	Graduate	20 years	3 years	Middle School
Y5	Male	40	Single	Bachelor's	14 years	4 years	Middle School
Y6	Male	39	Single	Bachelor's	13 years	7 years	High School
A7	Male	37	Married	Graduate	11 years	3 years	Primary School
Y8	Female	36	Married	Bachelor's	14 years	2 years	Primary School
Y9	Male	41	Married	Graduate	16 years	8 years	Middle School
T1	Male	36	Married	Graduate	13 years	3 years	Middle School
T2	Female	31	Married	Bachelor's	9 years	4 years	Preschool
T3	Male	56	Married	Bachelor's	33 years	13 years	Primary School
T4	Female	28	Single	Graduate	5 years	2 years	Preschool
T5	Female	46	Single	Bachelor's	24 years	11 years	Preschool
T6	Female	54	Married	Bachelor's	29 years	14 years	Primary School
T7	Male	37	Married	Graduate	15 years	3 years	Middle School
T8	Male	34	Married	Graduate	15 years	5 years	Primary School
T9	Male	39	Single	Graduate	15 years	6 years	Middle School
T10	Male	41	Married	Graduate	17 years	6 years	High School
T11	Male	37	Married	Graduate	17 years	4 years	High School
T12	Male	35	Married	Graduate	12 years	4 years	Middle School
T13	Male	41	Married	Bachelor's	19 years	6 years	Primary School
T14	Male	35	Married	Bachelor's	12 years	4 years	Primary School

As shown in the table, a total of 23 participants, representing a range of ages, genders, marital statuses, educational levels, and professional experiences were included in this study. The participants' ages ranged from 28 to 56, allowing for insights into social media leadership from different generations. In terms of educational attainment, a significant portion of the participants held postgraduate degrees, providing the opportunity to evaluate social media leadership from a pro-

fessional and academic perspective. Professional experience ranged from five to 33 years, providing an opportunity to analyze how experiences with social media use differ with age. Participants' school levels ranged from preschool to high school. This diversity contributes to a more holistic understanding of the impact of social media leadership on different educational levels.

Data Collection Tool

A semi-structured interview form was used as the data collection tool in this study. During the interview form development process, a literature review was conducted, examining previous research on concepts such as social media leadership, instructional leadership, digital leadership, and transformational leadership. Based on this review, the first draft form was created. To ensure the form's content validity, three academics specialized in educational administration, measurement and evaluation, and educational technologies were consulted. The educational administration expert emphasized the alignment of the questions with leadership theories, while the measurement and evaluation expert emphasized the importance of an open-ended structure to reveal participants' in-depth thoughts. The educational technologies expert stated that the form should include items related to digital media use and platform-specific behaviors.

Some questions were simplified, and others restructured based on expert feedback. For example, a general question, "How do you evaluate your school administrator's social media use?" was revised, at the experts' suggestion, to "How do you evaluate your school administrator's frequency of sharing education-related content on social media and the content of these posts?" to provide more focused and in-depth data. The finalized interview form was tested in pilot interviews with three teachers with similar profiles, and minor changes were made to improve clarity following the pilot.

Data Collection

Data were collected by the researcher through face-to-face interviews. Interviews were conducted in a quiet environment to allow participants to express themselves freely. Each interview lasted an average of 30-40 minutes.

Data Analysis

The qualitative data obtained in this study were analyzed using content analysis. Content analysis is a systematic technique in qualitative research that aims to identify meaningful themes and categories based on participants' views (Creswell, 2013). This method enables for in-depth analysis of data, the identification of recurring patterns, and the development of a conceptual framework related to the

research questions. In this study, content analysis was chosen to provide a holistic understanding of teachers' and school administrators' experiences with social media leadership. Furthermore, this method provides a suitable basis for describing the reflections of social media leadership in educational settings based on participants' views and relating them to relevant leadership approaches. The analysis process was conducted in five stages: data coding, theme identification, data organization, definition, and interpretation. First, the interviews were audio-recorded, and the verbal data were transcribed into written text. An inductive approach was adopted during the coding process, and codes were generated based directly on participant statements. Each interview transcript was analyzed independently by two researchers.

To increase coding reliability, the codes generated by both researchers were compared, and in cases of discrepancy, a third expert (an academic experienced in qualitative data analysis) was consulted to reach consensus. Using the formula "Reliability = Consensus/(Consensus + Disagreement)" suggested by Miles and Huberman (1994), the inter-coder reliability was calculated to be 89%. This rate is above the acceptable reliability level in qualitative research (70%).

During data analysis, codes were first grouped under similar statements, and categories and themes were derived from these codes. The resulting themes were classified according to research sub-questions; the findings were presented in tables and supported by direct participant opinions. This process enabled a holistic approach to address participant experiences and reveal the different dimensions of social media leadership behaviors. Research Ethics

With the participants' consent, the interviews were audio-recorded and then transcribed. Participating teachers were coded as T1, T2, ..., and T14, and administrators were coded as Y1, Y2, ..., and Y9. Ethics committee approval for this research was obtained from the Çukurova University Scientific Research and Publication Ethics Committee, dated December 12, 2024, and numbered 2024/09.

FINDINGS

Based on participant opinions, social media leadership behaviors, their consequences, and recommendations for improvement are categorized under various themes. The findings are supported by tables and enriched with direct participant statements. This aims to provide the reader with a multidimensional assessment of the impact of social media leadership in educational settings. The study findings are discussed under the following headings: findings related to school administrators' social media leadership behaviors, the consequences of social media leadership behaviors, and findings related to the development of social media leadership behaviors.

Findings related to school administrators' social media leadership behaviors

The findings of the descriptive analysis of school administrators' social media leadership behaviors are presented in Table 2.

Table 2. School Administrators' Social Media Leadership Behaviors

Theme	Category	Code	Participants
Behaviors Regarding Social Media Leadership	Guidance	Influencing followers	Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y7, Y8, Y9, T1, T4, T5, T6, T7, T9, T12, T13, T14
		Stakeholders following the content	Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y6, Y7, Y8, Y9, T1, T4, T5, T6
		Delivering activities to wider audiences	Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y7, Y8, Y9, T7, T9, T10, T13
		Receiving high engagement from followers	Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y9, T10, T11, T12, T13, T14
		Being supported by followers	Y3, Y4, Y5, T4, T7, T8, T10, T11, T12, T13, T14
		Stakeholders giving positive feedback on content	Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, T1, T7
		Followers sharing posted content	T1, T2, T7, T11
		Followers defending posted content	T8, Y5
		Expanding network on social media	T7
		Contributing to followers' divergent thinking	T10
Innovation	Following Innovations	Following innovations	Y1, Y2, Y3, Y6, Y7, Y8, Y9, T1, T2, T4, T7, T10, T11, T12, T13, T14
		Generating innovative ideas	Y1, Y3, Y5, Y7, Y9, T7
		Willingness to use new features	T7, T10, T11, T12, T13
		Using features that increase engagement	Y1, Y2
		Creating creative activities	Y4, Y5

Theme	Category	Code	Participants
Ethical Principles	Ethical Conduct	Obtaining information from reliable sources	Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y6, Y7, Y8, Y9, T1, T4, T5, T7, T8, T10, T11, T12, T13, T14
		Citing sources in content sharing	Y1, Y2, Y5, Y6, Y8, Y9, T1, T4, T8, T9, T10, T11, T12, T13
		Obtaining necessary permissions for sharing	Y2, Y3, Y4, Y7, Y8, Y9, T1, T2, T4, T6, T11, T12, T13, T14
		Adhering to ethical values	Y2, Y3, Y4, Y5, Y9, T6, T14
		Considering the principle of confidentiality	Y1, Y2, Y3, Y6, T1, T5
		Respecting copyright	Y5, Y8, T1, T2, T7
		Not following individuals who share suspicious content	T7, T8, T9, T11, T12, T14
Sensitivity	Purposefulness and Awareness	Ensuring posts serve a specific purpose	Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y6, Y8, Y9, T1, T2, T3, T4, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14
		Following individuals with specific characteristics	Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y6, Y7, Y9, T1, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14
		Using social media in a planned manner	Y1, T1, T2, T3, T4, T5, T6, T8, T9, T10, T11
		Paying attention to content being instructive	Y7, Y8, Y9, T4, T5, T9, T13
		Being careful and conscious in sharing	Y8, Y9, T6, T7, T9
Awareness	Creating Awareness	Creating public awareness	Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y6, Y7, Y8, Y9, T1, T2, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T13, T14
		Creating awareness in education	Y2, Y3, Y4, Y5, Y7, T4, T10, T11, T13, T14
		Ensuring recognizability	Y3, Y7, T1, T2, T10
		Networking	T1, T3

As shown in Table 2, the theme related to school administrators' social media leadership behaviors generated five categories, namely "guidance," "innovation," "ethical principles," "sensitivity," and "awareness," and with thirty-one items resulting. The participants' opinions and experiences were exemplified in each category with direct quotes.

Guidance

The “guidance” category of school administrators’ social media leadership behaviors consisted of ten codes. Participants expressed their opinions most frequently in the code of influencing social followers, generating interest in content from stakeholders, disseminating events to a wide audience, receiving support from followers, and receiving intense interaction from followers. Some participants expressed their views as follows:

“I observe that my posts, in particular, spark innovative ideas in other teachers. For example, when I share a method I used in a STEM project, colleagues from other schools ask how they can implement it. This way, I contribute not only to my own students but also indirectly to a wider audience.” (A1)

“I like the posts, comment on them, and offer suggestions for implementing my ideas into my own educational processes. This kind of feedback allows me to interact more on social media and helps me continuously improve my educational practice.” (T10)

“I think my school administrator’s social media posts positively impact their followers. The posts generally focus on educational content, opportunities to interact with students, and new methods used in education. I think these types of posts attract the attention of their followers and provide them with different perspectives on education. I also see that interaction on social media platforms fosters a deeper connection with followers, and their ideas are valued.” (T11)

“I think the posts particularly raise awareness and inspire followers.” (T4)

Innovation

The “innovation” category, which includes school administrators’ social media leadership behaviors, consisted of five codes. Participants believed that school administrators’ social media leaders most frequently exhibited behaviors such as following innovations, generating innovative ideas, and being willing to use new features. Some of the participants’ notable comments are as follows:

“As someone who embraces an innovative approach, I frequently follow new features on social media platforms. For example, live broadcasts or interactive survey features are tools I use to expand our events to a wider audience. Since technology is a tool that supports education and leadership, I try to implement these innovations as much as possible.” (A2)

“.....I use these platforms, especially at the local level, to showcase our school’s contributions to society and our innovative approaches to education.” (A3)

“My administrator seems quite eager to use new features. He constantly monitors innovations on social media platforms and tries to integrate these features into my educational process to be more effective in education.” (T7)

“I aim to increase our school’s digital presence by utilizing new features on social media platforms. For example, I can instantly announce school events using Instagram’s Stories and live broadcast features, increasing community participation. I use these innovative features effectively to promote our school and increase social interaction.” (A5)

Ethical Principles

The “ethical principles” category, which encompasses school administrators’ social media leadership behaviors, comprises seven codes. Participants believed that school administrators’ social media leadership behaviors most frequently included citing sources when sharing content, adhering to ethical values, obtaining necessary permissions for sharing, and adhering to confidentiality. Some participants expressed their views as follows:

“Our principal always adheres to ethical rules when using other people’s content in social media posts. The sources of the content are cited and unauthorized use is avoided. Furthermore, he is meticulous about the accuracy of the shared content and is wary of questionable content.” (T12)

“He clarifies the sources of the content and avoids unauthorized use. He also verifies the accuracy of the content when sharing. He is vigilant about questionable content and always aims to provide students with accurate information.” (T13)

“I always adhere to ethical rules when using other people’s content in social media posts. After ensuring the accuracy and reliability of the content, I cite the sources and avoid unauthorized use. I carefully check for misinformation or dubious content spread on social media. I attach great importance to the accuracy and reliability of educational content.” (T14)

Responsiveness

The “responsibility” category, which includes five codes, is a category of social media leadership behaviors among school administrators. Participants believed that the most common social media leadership behaviors among school administrators were included ensuring that posts serve a specific purpose, following individuals with certain characteristics, and using social media in a planned and strategic manner. Sample participant statements related to this theme are presented below:

“I follow individuals and institutions that offer innovative approaches in education and pioneer environmental awareness or social responsibility projects. I can develop my own practices by drawing inspiration from these individuals or pages. It is also very important to me that the accounts I follow align with my values and provide reliable information. To access accurate and effective content about education, I pay particular attention to the qualifications of the individuals I follow.” (A4)

“I see that my school administrator is careful to follow individuals who are experts in education and share their experiences. I believe that those who produce content that can be useful to students or teachers are given priority.” (T5)

“At our school, social media is generally used for a specific purpose. For example, it’s used to announce school events or share student projects. However, I think that social media’s potential to reach a broad audience should be carefully managed to direct users toward a specific goal.” (T9)

Awareness

The “awareness” category, which includes school administrators’ social media leadership behaviors, consists of four codes. Participants most frequently expressed their views on the code of public opinion formation, raising awareness in education, and ensuring recognition. Some participants expressed their views as follows:

“Social media is actually an effective tool for public opinion formation. This also applies to education. At our school, public opinion is formed by being the sole voice on social media regarding many educational issues.” (T2)

“I think my posts generally have a positive impact on my followers. Students and teachers can follow the school’s activities and educational developments through social media. This helps the school become known to the wider community.” (A7)

“By sharing on social media, I aim to help my school community and students develop greater awareness, especially in lessons related to cultural and ethical values. My followers generally view my posts as educational content that will benefit their students’ development.” (T14)

The findings presented in Table 2 demonstrate that school administrators’ social media leadership behaviors extend beyond content sharing to encompass values, innovation, and awareness-raising in educational environments. Guidance behaviors reveal that administrators not only inform their followers but also actively participate in educational discussions. The innovation category demonstrates that social media serves as a “testing ground” for schools, and administrators’ openness to new digital tools is reflected in the school’s overall vision. The emphasis on et-

hical principles demonstrates social media leadership's capacity to generate trust and transparency in the digital environment. Sensitivity and awareness behaviors demonstrate that school administrators contribute to the visibility of educational values by connecting with the public through social media. This holistic picture reflects the transfer of transformational and visionary leadership approaches in the literature to the digital environment, and that social media has taken managerial leadership to a new dimension.

Findings Regarding the Outcomes of School Administrators' Social Media Leadership Behaviors

The findings of the content analysis regarding the outcomes of school administrators' social media leadership behaviors are presented in Table 3.

Table 3. The Outcomes of School Administrators' Social Media Leadership Behaviors

Theme	Category	Code	Participants
Outcomes of Social Media Leadership	Ensuring Strong Communication	Strengthening communication	Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y6, Y7, Y8, Y9, T1, T2, T4, T5, T6, T7, T9, T10, T11, T12, T13, Y3, Y4
		Enhancing interaction among teachers	T12, Y1, Y2, Y4, Y5
		Ensuring collaboration	Y5
Sharing Various Content at School	Sharing activities	Sharing school announcements	T4, T5, T6, T7, T9, T10, T11, T12, T13, Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y6, Y8, Y9
		Sharing and obtaining information	T1, T4, T5, T8, T9, T10, T11, T12, Y1, Y2, Y4, Y5, Y7, Y9
		Sharing good practices	T4, T10, T12, T14, Y3, Y5, Y7, Y9
	Sharing experiences		T6, T7, Y3, Y7, Y9
		Sharing children's developmental processes	Y5, T4, T10, T13

Theme	Category	Code	Participants
Strengthening Education and the School	Ensuring visibility and recognizability	Increasing education quality	Y1, Y2, Y3, Y5, Y7, Y9, T1, T4, T5, T7, T9, T10, T11, T12, T14
		Ensuring the school's reputation and image	Y1, Y3, Y4, Y5, Y6, Y7, T1, T6, T7, T9, T10
		Ensuring active participation	Y2, Y3, Y4, Y5, Y6, Y9, T4, T6, T7
		Sharing the school vision	T7, T10, Y4, Y5, Y7, Y9
		Ensuring organizational commitment	Y3, Y4, Y5, Y6
		Improving school culture	Y5
		Building trust in the school	Y5
Empowering the School Administrator	Self-improvement	Receiving feedback from parents	Y3, Y4, Y8
		Networking	Y1
		Ensuring effective school management	Y3
Empowering Teachers	Networking	Ensuring professional development	Y8, Y9, T4, T7, T8, T10, T11, T13, T14
		Gaining appreciation	T1, T5, T6, T10, T11, Y1, Y2, Y5
		Motivation	Y9, T4, T5, T8, T10, T11, T13, Y1, Y3, Y4
		Following developments	Y3, Y4, Y7, T13
		Contributing to critical thinking	Y2, T5, T7, T13, Y2, Y6
Empowering Students	Contributing to social-emotional development	Appreciating student achievements	Y5
		Encouraging students toward science	Y1

As shown in Table 3, five categories and thirty codes were generated from the theme regarding the outcomes of school administrators' social media leadership behaviors: "ensuring strong communication," "sharing various content at school," "empowering education and school," "empowering teachers," and "empowering students." The participants' opinions and experiences are exemplified in each category with direct quotes.

Ensuring Strong Communication

Three codes were generated in the “Ensuring Strong Communication” category. Participants believed that school administrators’ social media leadership behaviors most significantly strengthened communication and fostered interaction among teachers and the community.

Ensuring Various Content at School

Six codes were generated in the “Ensuring Various Content at School” category. Participants believed that school administrators’ social media leadership behaviors most significantly contribute to sharing school events and projects, sharing school announcements and achievements, sharing and gaining knowledge, and sharing good practices and content related to education.

Strengthening Education and Schools

Eight codes were generated in the category of strengthening education and schools. Participants believed that school administrators’ social media leadership behaviors contribute most to achieving visibility and recognition, improving educational quality, maintaining the school’s reputation and image, fostering active participation, and sharing the school’s vision. Selected quotes from participants are provided below:

“I find sharing on social media useful for announcing my school’s events, sharing achievements, and communicating with our community.” (A8)

“My social media leadership behaviors are very valuable for school administration and announcing developments in education. I utilize social media as an effective platform to publicize the school’s vision, events, achievements, and daily educational activities. Furthermore, social media can also be useful for communicating with teachers and informing parents and students about the school.” (A9)

“At the local level, I use these platforms to showcase our school’s contributions to the community and our innovative approaches to education. For example, when we share a STEM project, we receive significant interest from both parents and other educators. Such posts make our school more visible and lead other schools to adopt similar practices.” (A3)

“Using social media effectively is excellent for increasing the recognition of teachers and schools. Thanks to my posts, I can share our school projects, activities, and students’ achievements with a wider audience. This, in turn, enhances the school’s reputation and allows me to reach more students and parents.” (T7)

“I use new social media tools to make our educational processes more effective and to build stronger connections with our community.” (A3)

“My posts about the school’s educational vision and practices reinforce trust in the quality of the school’s education. Discussions and comments on social media provide new perspectives on the school’s educational strategies. This type of support contributes significantly to the school’s development.” (A5)

“My social media posts play an important role in spreading good practices in education and raising awareness.” (A3)

“Our posts about innovative educational approaches inspire parents and educators. Furthermore, these posts encourage parents to be more actively involved in their students’ education.” (A3)

School Administrator Empowerment

Four codes were generated in the category of school administrator empowerment, which reflects school administrators’ social media leadership. Participants believe that school administrators’ social media leadership behaviors contribute most to self-improvement and receiving feedback. Some participants expressed their views as follows:

“One of the reasons I use social media is to get parental feedback. I evaluate our work based on comments and feedback from parents. For example, when we share a social responsibility project carried out by our students, I’ve noticed that such projects receive more support and receive positive feedback from parents.” (A8)

“I follow individuals and institutions that offer innovative approaches in education and lead environmental awareness or social responsibility projects. I can develop my own practices by drawing inspiration from these individuals or pages.” (A4)

“It helps me establish connections at the national and international levels, expanding my personal and school social circles.” (A1)

Teacher Empowerment

Six codes were generated in the category of teacher empowerment based on the results of school administrators’ social media leadership. Participants believe that social media leadership provides teachers with the greatest opportunities for networking, professional development, recognition, and motivation. Participant statements supporting these findings are provided below:

“I think social media is a very effective tool for increasing my visibility within the school community.” (T10)

“Our principal’s social media leadership can be useful for creating educational environments outside of school. It can be a way for teachers and educators to exchange ideas.” (T6)

“I think the support from parents comments on social media provides motivation.” (T8)

Student Empowerment

School administrators believe that social media leadership provides the greatest support for students’ social-emotional development, recognition for student achievements, and encouragement for students’ scientific pursuits. Some participants expressed their views as follows:

“The school social media platform features activities that contribute to children’s social and emotional development. Therefore, these posts help raise awareness among parents and educators on these issues.” (T4)

“I strive to follow a systematic approach to sharing student achievements with our teachers on social media, increasing parental participation, and informing the public about education.” (A5)

The findings in Table 3 demonstrate that social media leadership not only facilitates communication in the educational environment but also creates empowering effects at the teacher, student, and institutional levels. Making teachers visible through social media increases their professional motivation and participation in professional learning communities. This aligns with the literature’s understanding of transformational leadership’s function of empowering employees and guiding them toward innovative environments. Similarly, students’ active participation in school social media content strengthens their sense of belonging, supports the development of self-confidence, and fosters digital citizenship awareness. This result is directly related to the development of digital responsibility and identity, which are now considered part of 21st-century skills. The results obtained at the institutional level include gains, such as increased school’s recognition, strengthened interaction with stakeholders, and communicating the school’s vision to a broader audience. Social media leadership aligns with the goals of accountability, transparency, and social integration in educational management. The results demonstrate that social media leadership serves not only as an individual but also as an institutional transformation tool, enabling educational administrators to extend their strategic leadership roles into the digital context. Thus, social media becomes a crucial leadership tool that fosters a strong connection between schools and their internal and external stakeholders.

Findings Regarding the Development of School Administrators' Social Media Leadership Behaviors

The findings of the content analysis regarding the development of school administrators' social media leadership behaviors are presented in Table 4.

Table 4. The development of school administrators' social media leadership behaviors

Theme	Category	Code	Participants
Developing Social Media Leadership	Organizing Trainings and Participation in Trainings	Digital literacy	T1, T11, Y1, Y4, Y6, Y7, Y9
		Digital security	T4, T14, Y1, Y2, Y6, Y7
		Social media use	T2, T4, T13, Y2, Y9
		Crisis communication	T6, Y4, Y8
		Creating an official account reflecting institutional identity	T1, T3, T5, T7, T9, T11, T13, T14, Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y6, Y7
		Active use of the account	T4, T6, T7, T10, T11, T12, T13, T14, Y1, Y3, Y4, Y5, Y8
	Managing Official and Professional Accounts	Feedback mechanisms	T1, T2, T5, T6, T7, T9, T8, T12, T13, T14, Y1, Y2, Y3, Y4, Y8, Y9
		Sharing the school's vision and mission	T1, T4, T13, T14, Y1, Y3, Y6
		Sharing school achievements	T4, T5, T7, Y1, Y6, Y9
		Being open to interaction	T1, T2, T5, T11, Y6, Y7
		Sharing innovations in education	T2, T3, T4, T8, T10, T13
		Involving students in the process	T1, T2, T3, T5, T6, T8, T9, T14, Y1, Y2, Y3, Y5, Y6, Y8, Y9
	Creating a Positive Digital Culture	Promoting kindness, respect, and collaboration	T3, T8, T11, T14, Y1, Y4, Y8
		Encouraging teachers to share knowledge and experiences	T1, T3, T6, T8, T10, T11, T14, Y1, Y2, Y5, Y6, Y9
		Involving stakeholders in the process	T2, T3, T4, T5, T8, T10, T11, T12, T14, Y4, Y7, Y1, Y3, Y2, Y5, Y6, Y9
		Developing digital leadership skills	T1, T4, T8, T9, T10, T11, T14, Y1, Y3, Y4, Y5, Y6, Y7
		Legal support mechanisms	T2, T3, T5, T6, T8, T9, T11, T14, Y1, Y4, Y5, Y7, Y8
	Making Legal Regulations	Safe digital environment	T2, T6, T8, T9, T2, T14, Y2, Y3, Y4, Y5
		Supportive programs	T4, T8, T9, T10, Y4, Y7, Y9
		Rewarding mechanisms	T3, T9, T10, Y7, Y8
Strengthening infrastructure		Y1, Y2, Y5, Y9	

As seen in Table 4, the theme related to developing school administrators' social media leadership behaviors generated four categories and twenty-one codes: "organizing and participating in training," "formal and professional account management," "creating a positive digital culture," and "implementing legal regulations." Participants' opinions and experiences were exemplified in each category with direct quotes.

Organizing and Participating in Training

To develop school administrators' social media leadership behaviors, participants believed that training should be organized and attended primarily on digital literacy, digital security, social media use, content management, and crisis communication. Some participants expressed their views as follows:

"It is important for school administrators to receive training to use social media platforms effectively and consciously. The focus should be on topics such as digital security, content management, and crisis communication." (T1)

Formal and Professional Account Management

To develop school administrators' social media leadership behaviors, participants believed that formal and professional account management should be provided. In this context, school administrators believe that social media leadership behaviors can be enhanced by establishing official accounts that reflect accurately their corporate identity, responding to comments, maintaining an active presence of the account, and effectively demonstrating the school's vision and mission. Participant comments that support this finding are as follows:

"School principals should create official accounts that reflect the school's corporate identity and actively manage these accounts." (T3)

"School principals should follow a strategy that highlights the school's vision, mission, and achievements in their posts." (A6)

"The school community should be more active on social media by regularly sharing educational innovations, teachers' achievements, and students' projects." (T4)

"The effective use of visual and video content is recommended. This helps the message reach a wider audience." (T1)

Creating a Positive Digital Culture

Participants believe that creating a positive digital culture is crucial for improving school administrators' social media leadership behaviors. In this context, school administrators believe that sharing student achievements, sharing content that encourages kindness, respect, and collaboration, involving students in the process, encouraging teachers to share their knowledge and experiences, and gaining parental support will contribute to improving their social media leadership behaviors. Some participants expressed their views as follows:

“Social media can be a powerful tool for creating a positive culture within the school. Principals can contribute to the creation of a safe digital environment within the school community by sharing content that encourages kindness, respect, and collaboration.” (T8)

“A collective understanding of social media management can be created by including teachers and students in social media processes. Sharing student achievements and encouraging teachers to share their knowledge and experiences through social media should be encouraged.” (A1)

Legal Regulations

Participants believe that legal regulations should be implemented to improve school administrators' social media leadership behaviors. In this context, participants believe that strengthening legal support mechanisms, developing digital leadership skills, raising awareness about social media leadership, creating a safe digital environment, and implementing supportive programs would be beneficial for school administrators to improve their social media leadership behaviors. Some participants expressed their views as follows:

“I believe that legal regulations should be enacted to protect against the negative consequences they may encounter when using social media. I believe that a safe environment should be created for educators to share their ideas on social media freely, and legal support mechanisms should be strengthened to protect their professional reputation.” (T9)

“As part of the digital transformation in education, I want teachers to be made aware of and encouraged to engage in social media leadership. Politicians developing supportive policies in this area will contribute to the widespread adoption of innovative approaches in education by enabling teachers to be more active and effective on social media.” (T1)

The findings in Table 4 indicate that recommendations for developing social media leadership focus not only on improving technical competencies but also on transforming the school's cultural and administrative structure. Participants highlighted in-service training, ethical guidelines, and institutional social media strategies as elements that will contribute to school administrators assuming their digital leadership roles consciously and sustainably. Furthermore, it was stated that teachers, students, and parents should also be included in the process to establish a positive digital culture. This demonstrates that social media leadership does not solely depend on the individual skills of administrators, but rather requires a holistic approach that encompasses the entire school community. Furthermore, expectations regarding the strengthening of the legal and administrative framework underscore the importance of clarifying safety, accountability, and ethical boundaries in social media use. Consequently, developing social media leadership can yield more effective and lasting results when integrated with institutional vision, social responsibility, and structural support mechanisms, going beyond individual competencies.

DISCUSSION

The findings of this study indicate that school administrators approach social media leadership from a multidimensional perspective (behavioral, consequential, and developmental). School administrators' social media leadership can be discussed under the theme "Social Media Leadership Behaviors." This theme highlights the dimensions of direction, innovation, ethics, and sensitivity.

Participants frequently employ strategies such as influencing their followers, distributing content to a broader audience, and increasing interaction, particularly within the context of directional behaviors. This is similar to transformational leadership characteristics. Özmen (2021) emphasizes that transformational leaders motivate employees and support their professional development, and this leadership approach is also reflected in the digital environment. Interactive, guiding posts on social media platforms contribute to the creation of a culture of digital interaction in the educational environment (Aydın, 2022). Similarly, international literature demonstrates the strong relationship between social media leadership and transformational leadership. For example, Leithwood and Jantzi (2005) emphasize that transformational leadership unites school stakeholders around a shared vision and increases motivation. In this context, social media leadership stands out as an important area of application that facilitates the sharing of this vision through digital tools and increases participation in educational communities.

Data collected under the theme of innovation demonstrates that administrators effectively utilize social media tools and are open to technological innovations.

This result aligns with Güngör and Ayar's (2022) findings regarding the technology leadership competencies of school administrators. Using new features and creating creative activities on social media contributes to the development of a school's digital vision. As with visionary leadership (Uçak and Bilgivar, 2023), such behaviors are indicative of efforts to foresee the future and implement innovative practices. In this context, social media leadership can be considered not only a communication tool but also a form of leadership in which visionary and innovative leadership behaviors become visible in the digital environment.

Data obtained within the context of ethical principles reveals that administrators prioritize ethical rules when sharing content. Behaviors such as citing sources, obtaining permission, and respecting copyrights are fundamental components of ethical leadership. Kaplan (2020) and Köse (2021) argue that ethical leadership fosters trust within the school environment and enhances institutional reputation. In this respect, social media leadership is not only a digital skill but also an ethical responsibility.

Within the context of sensitivity and awareness themes, administrators are observed to pay attention to social, environmental, and educational issues in their social media content. Sarısandak et al.'s (2024) emphasis on social responsibility gains significance in this context. Behaviors such as raising awareness and shaping public opinion in education demonstrate the social impact of social media leadership. This form of leadership serves to disseminate educational values not only within schools but also throughout society (Görgülü and Demir, 2024). Similarly, international studies emphasize the potential for social media to create social impact within the context of leadership. For example, Kapoor et al. (2018) note that social media leadership plays a crucial role in shaping public opinion, raising public awareness, and encouraging collective action.

These behaviors of educational administrators are reflected not only in individual but also in institutional outcomes. Another theme obtained in the study can be summarized as "The consequences of social media leadership behaviors." Under this theme, results such as "empowering teachers and students, enhancing the school image, and stakeholder engagement" were reached. These results have significant impacts both at the institutional level and for stakeholders.

First and foremost, one of the most important outcomes of social media leadership for education and the school environment is increased institutional visibility. Administrators positively influence the school's perception to the outside world by publicizing school activities and achievements on social media. This supports Özmen's (2021) findings regarding the impact of leadership on institutional climate. A school's digital presence also paves the way for more open and transparent communication with stakeholders (Kelebek, 2023).

For teachers, one of the important outcomes of social media leadership is the strengthening of communication with administrators and increased motivation. Administrators' visibility of teachers' achievements on social media increases their sense of recognition and belonging. Such behaviors can be linked to the emotional commitment aspect of transformational leadership (Çakır, 2022). Furthermore, teachers can receive up-to-date information and guidance from their administrators through social media, which in turn increases institutional interaction.

For students, a significant reflection of social media leadership is their active participation of students in creating social media content. Making students visible in their posts at events supports students' self-confidence and enhances their sense of belonging to the school. Görgülü and Demir (2024) emphasize the importance of students' representation in digital environments for identity development, and these findings share a similar meaning. Furthermore, students are indirectly introduced to and become more aware of concepts such as digital citizenship and ethical sharing through administrators (Kaplan, 2020). International literature also supports the impact of social media leadership on students' sense of belonging and the development of digital citizenship. For example, Ribble (2015) emphasizes that digital citizenship is critical for students to develop responsible online behavior in educational institutions. In this context, social media leadership strengthens students' sense of belonging to the school community while also contributing to their development as ethical and conscientious individuals in the digital environment.

These results also reveal some needs for developing social media leadership. The third theme of the study is "Developing Social Media Leadership." This theme includes "training, professional account management, a positive digital culture, and legal regulations." Based on the study's findings, it appears that various strategic approaches are needed to enhance school administrators' social media leadership behaviors.

Firstly, structured training programs for administrators on digital leadership and social media use are of great importance. In particular, knowledge of ethical principles, digital citizenship, social media management in times of crisis, and leaving a digital footprint will enable social media leadership to be established on a more informed basis. In this context, Güngör and Ayar (2022) emphasize that digital leadership requires a training process, and our study supports this necessity. Furthermore, it is recommended that such training should not be limited to superficial awareness but should be supported by practical scenarios and case studies.

Secondly, administrators should be encouraged to manage their official and professional social media accounts in accordance with the corporate identity. The awareness that institutional accounts reflect the school's values and vision, rather than individual opinions, must be established. Özmen (2021) points out that ad-

ministrators should use social media accounts as “institutional leadership tools.” Furthermore, sharing good examples within the school through these accounts will contribute to building a positive digital school culture.

Furthermore, to establish a positive digital culture, not only administrators but also teachers and students must be included in this process. Identifying shared values regarding social media use at school, establishing rules, and conducting digital interactions within the framework of ethical principles are the cornerstones of this culture. Aydın (2022) argues that social media leadership is not only a technical but also a cultural form of leadership.

Finally, establishing legal and administrative regulations regarding social media use will make administrators feel more confident in their behavior. Sharing best practices across institutions, preparing guidance documents, and presenting the current legal framework on social media ethics will contribute to this process. Uçak and Bilgivar (2023) state that reducing uncertainty in administrative practices improves leadership behavior. Therefore, social media leadership can be developed more effectively with the support of structural administrative resources. International literature also demonstrates that legal frameworks and administrative regulations play a critical role in supporting social media leadership. For example, Livingstone and Third (2017) state that reducing uncertainty in digital environments facilitates leaders’ ability to make confident decisions and fulfill their ethical responsibilities. In this context, the existence of clear and enforceable legal regulations is crucial for increasing the effectiveness of social media leadership. Therefore, this study demonstrates that social media leadership can develop not only through individual skills but also through institutional and structural support. In these respects, social media leadership can be considered a leadership style that encompasses both opportunities and responsibilities in the education administration of the digital age.

CONCLUSION

This research aimed to examine the social media behaviors of leadership of school administrators and their impact on educational stakeholders, using qualitative data. The results indicate that administrators use social media platforms not only for informational purposes but also for multifaceted purposes such as raising public awareness, building corporate image, and crisis management. In particular, administrators’ social media use, based on sensitivity, innovation, and ethical principles, strengthens a school’s digital identity and fosters trust among stakeholders.

The research demonstrates that social media leadership has positive effects on school climate, teacher motivation, and parent engagement. The transparent, participatory, and innovative leadership approaches exhibited by administrators

through social media contribute to the digital transformation of educational institutions, making teachers feel more visible and valued. Furthermore, it has been revealed that for social media leadership to be maintained effectively and ethically, administrators require increased training, institutional guidance mechanisms, and a digital leadership culture must be systematically supported.

The results of the research offer important insights into how school administrators in Türkiye can more consciously and strategically undertake their digital leadership roles. According to participants, school administrators' ability to utilize social media as an effective communication and leadership tool for is gaining further strength through legal regulations, professional development opportunities, and institutional support. In this context, policymakers, provincial and district national education directorates, and school administrators must develop a shared vision for social media leadership.

In conclusion, this study demonstrates that social media leadership is a contemporary form of leadership that adapts to the digitalization process in education, and it shows that school administrators' active participation in this process is a crucial element that contributes to the education system.

RECOMMENDATIONS

The findings from this study provide an in-depth understanding of the functions of social media leadership in educational settings and the participants' experiences. Recommendations developed based on the findings are aimed at three different groups: academics and researchers, policymakers, and educators (school administrators and teachers). Concrete steps that can contribute to practical progress are discussed. Recommendations for each group are discussed below.

Recommendations for Academics and Researchers: This study provides original findings regarding the relationship between social media leadership and instructional, ethical, and transformational leadership approaches. However, because the study is based on a limited sample, quantitative research with larger samples is needed. Academics can examine social media leadership separately at different educational levels (elementary, middle, and high school) to reveal context-specific differences. Furthermore, it is important to conduct empirical studies that measures the effects of teachers' and administrators' social media use on student achievement, teacher motivation, and the school's social visibility. Researchers can conduct interdisciplinary studies examining the relationships between social media leadership and school culture, parent involvement, and teacher burnout. Furthermore, it is believed that developing a theoretical model that provides conceptual clarity on social media leadership will also make a significant contribution to the field.

Recommendations for Policymakers: Research findings suggest that when school administrators actively and consciously utilize social media, the visibility of educational institutions and their interactions with stakeholders increases. Therefore, policymakers should design in-service training programs to strengthen school administrators' digital leadership skills and tailor these programs to local conditions. It is also crucial to develop institutional guidelines that protect ethical principles and student privacy in relation to social media use. Policymakers should explicitly define social media leadership in existing legislation and clarify this area within school administrators' job descriptions, thereby reducing ambiguities in practice. Furthermore, support mechanisms should be established to encourage the active use of official social media accounts that reflect the school's institutional identity. This will enable both school communities to communicate in a safe digital environment, thereby strengthening the ties between educational institutions and the public.

Recommendations for Educators (School Administrators and Teachers): Participants' views reveal that social media is an effective tool for communication, motivation, and recognition among school administrators and teachers. Educators should build trust-based relationships with stakeholders by considering informative and instructional and ethical dimensions in their social media posts. In particular, making student achievements visible, sharing teachers' professional development, and promoting school projects are concrete practices that can be implemented through social media. School administrators should structure their social media accounts to highlight their corporate identity and meticulously adhere to ethical principles and privacy rules in their posts. Teachers can use social media to create professional learning communities and share innovative teaching methods. Educators' collaboration in these processes will contribute to the development of a positive digital culture in schools.

In conclusion, the recommendations developed based on the findings of this study offer concrete contributions to the practical aspects of social media leadership. Academics conducting more comprehensive research, policymakers strengthening the legal and institutional framework, and educators using social media consciously, ethically, and effectively will contribute to social media leadership becoming a more functional tool in education in the future.

ACKNOWLEDGMENTS AND EXPLANATIONS

This research was conducted with the joint contributions of Dr. Ahmet Can ABBAK from the Adana Directorate of National Education, Dr. Gürsen VURAL from the Ankara Directorate of National Education, and Mehmet Akif ÖZDEMİR, an expert teacher from the Mersin Directorate of National Education. The study sought feedback on social media leadership from teachers and administrators, and we sincerely thank all participants who volunteered. We are

grateful to our valued professors who guided us on our academic journey. We also thank the referees, editor, and editorial board for their meticulous evaluation of our work. We also extend our gratitude to the relevant national education directorates and institutions for their unwavering institutional support.

CONFLICT OF INTEREST

There are no personal or financial conflicts of interest among the authors of this article within the scope of the study.

AUTHOR CONTRIBUTION

Design of the Study: ACA(100%)

Data Collection: MAÖ (100%)

Data Analysis: GV(100%)

Writing of the Article: ACA(50%), GV(30%), MAÖ(20%)

Submission and Revision of the Article: ACA(70%), GV(30%)

REFERENCES

- Afshari, M., Bakar, K. A., Luan, W. S., Samah, B. A., & Fooi, F. S. (2012). Factors affecting teachers' use of information and communication technology. *International Journal of Instruction*, 5(2), 77-104. <https://dergipark.org.tr/en/pub/eiji/issue/5146/70096>
- Anderson, R. E., & Dexter, S. (2005). School technology leadership: An empirical investigation of prevalence and effect. *Educational Administration Quarterly*, 41(1), 49-82. <https://doi.org/10.1177/0013161X04269517>
- Aydın, K. (2022). *Eğitim örgütlerinde dijital liderlik ve örgütsel bilgelik ilişkisi* (Doctoral dissertation.) Anadolu University Turkey.
- Banoğlu, K., Vanderlinde, R., Çetin, M., & Aesaert, K. (2022). Role of school principals' technology leadership practices in building a learning organization culture in public K-12 schools. *Journal of School Leadership*, 33(1), 66-91. <https://doi.org/10.1177/10526846221134010>
- Baxter, G., & Toe, D. (2023). 'Parents don't need to come to school to be engaged:' Teachers' use of social media for family engagement. *Educational Action Research*, 31(2), 306-328. <https://doi.org/10.1080/09650792.2021.1930087>
- Bolton, R. N., Parasuraman, A., Hoefnagels, A., Migchels, N., Kabadayi, S., Gruber, T., ... & Solnet, D. (2013). Understanding Generation Y and their use of social media: A review and research agenda. *Journal of Service Management*, 24(3), 245-267. <https://doi.org/10.1108/09564231311326987>
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (3rd ed.). SAGE.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2021). *Araştırma tasarımı*. Nobel Yayıncılık.
- Çakır, T. (2022). *Okul müdürlerinin dönüşümcü liderlik stiline okul mutluluğuna etkisinde okul kültürünün aracılık rolü* [Yüksek lisans tezi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi]. Lisansüstü Eğitim Enstitüsü. YÖK Tez Merkezi. Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Çelebi, F. (2021). Dijital çağda liderlik ve girişimcilik. *Ankara: İksad Yayınevi*.
- Düger, Y. S. (2021). Etik liderlik ile bilgi paylaşımı arasındaki ilişki: Sistematik bir inceleme. *Alanya Akademik Bakış*, 5(2), 619-645. <https://doi.org/10.29023/alanyaakademik.806259>
- Fancera, S. F. (2022). School leadership for professional development: The role of social media and networks. In S. Swaffield & P. E. Poekert (Eds.), *Leadership for professional learning: Perspectives, constructs and connections* (pp. 204-216). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003357384-14>

- Gambo, S., & Özad, B. O. (2020). The demographics of computer-mediated communication: A review of social media demographic trends among social networking site giants. *Computers in Human Behavior Reports*, 2, 100016. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2020.100016>
- Görgülü, D., & Demir, M. (2024). A study on the reliability and validity of the social media leadership scale in education organizations sample. *Kastamonu Education Journal*, 32(4), 587-599. <https://doi.org/10.24106/kefdergi.13059>
- Güner, A. (2024). Okul yöneticilerinin liderlik stilleri ile sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences (JOSHAS)*, 7(40), 906-922. <https://doi.org/10.31589/JOSHAS.627>
- Güngör, T. A., & Ayar, A. (2022). Uzaktan eğitim sürecinde okul yöneticilerinin teknoloji liderliği yeterliliklerinin öğretmen görüşlerine göre incelenmesi. *Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi (AUJEF)*, 6(3), 312-340. <https://doi.org/10.34056/aujef.1093217>
- Gürsel, R. S. (2020). *Okul yöneticilerinin teknoloji liderliği yeterlilikleri ile medya ve teknoloji kullanımı ve tutumları arasındaki ilişki* [Yüksek lisans tezi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi]. Lisansüstü Eğitim Enstitüsü. YÖK Tez Merkezi. Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Halisdemir, M. (2023). *Okul yöneticilerinin küresel liderlik özellik ve davranışları* [Doktora tezi, Marmara Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Hallinger, P. (2011). Leadership for learning: Lessons from 40 years of empirical research. *Journal of Educational Administration*, 49(2), 125-142. <https://doi.org/10.1108/0957823111116699>
- Hikmet, A., & Şimşek, S. (2022). Okuldaki eğitim ve öğretimde okul müdürünün önemi. *ISPEC International Journal of Social Sciences & Humanities*, 6(2), 246-259. <http://doi.org/10.5281/zenodo.7339317>
- Kaplan, D. (2020). *Yöneticilerin etik liderlik davranışlarının çalışanların iş performansı ve örgütsel vatandaşlık davranışına etkileri üzerine bir alan araştırması* [Yüksek lisans tezi, Ufuk Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Kaplan, S. (2020). *Teknoloji liderliği yeterliliği, sosyal medya kullanımı ve havayolu şirketi çalışanlarının Twitter kullanımı üzerine bir araştırma* [Doktora tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Kapoor, K., Tamilmani, K., Rana, N. P., Patil, P., Dwivedi, Y. K., & Nerur, S. (2018). Advances in social media research: Past, present and future. *Information Systems Frontiers*, 20(3), 531-558. <https://doi.org/10.1007/s10796-017-9810-y>
- Kelebek, D. (2023). *Okul yöneticilerinin öğretim liderliği davranışları ile okul kültürünün öğretmen performansına etkisi* (Masters thesis) İstanbul Sabahattin Zaim University.
- Köse, Y. (2021). *Dört Çerçeve modeline göre okul yöneticilerinin liderlik yönelimi ile okullarının etkililiğine ilişkin yönetici ve öğretmen görüşleri* [Yüksek lisans tezi, Sakarya Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Leithwood, K., & Jantzi, D. (2000). The effects of transformational leadership on organizational conditions and student engagement. *Journal of Educational Administration*, 38(2), 112-129. <https://doi.org/10.1108/09578230010320064>
- Leithwood, K., & Jantzi, D. (2005). Transformational leadership. In B. Davies (Ed.), *The essentials of school leadership* (pp. 31-43). London: SAGE Publications.
- Lewis, M. F. (2011). Social media leadership: How to get off the bench and into the game. *Social Strategy*, 1, 1-15. <https://archive.org/details/socialmedialeade0000lewi>
- Livingstone, S., & Third, A. (2017). Children and young people's rights in the digital age: An emerging agenda. *New Media & Society*, 19(5), 657-670. <https://doi.org/10.1177/1461444816686318>
- Metcalfe, W., & LaFrance, J. (2013). Principals' perceptions of their technology leadership preparedness. *Journal of Research in Education*, 23(1). http://www.eeraonline.org/journal/files/v23/JRE_v23n1_Article_4_Metcalfe_and_LaFrance.pdf
- Ohara, M. R. (2023). The role of social media in educational communication management. *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, 1(2), 70-76. <https://doi.org/10.1234/adman.2023.12>
- Özenç, Y. Y. (2022). Eğitim araştırmalarında durum çalışması deseni nasıl kullanılır? *Uluslararası Eğitimde Nitel Araştırmalarda Mükemmellik Arayışı Dergisi*, 1(2), 57-67. <http://www.uenamad.elayajincilik.com/wp-content/uploads>

- Özmen, R. (2021). *Okul yöneticilerinin dönüşümsel liderlik özellikleri: Bir durum çalışması* [Tezsiz yüksek lisans projesi, Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü]. Erişim adresi: YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research & evaluation methods* (3rd ed.). Sage Publications, Inc.
- Raman, A., & Thannimalai, R. (2019). Importance of technology leadership for technology integration: Gender and professional development perspective. *SAGE Open*, 9(4). <https://doi.org/10.1177/2158244019893707>
- Ribble, M. (2015). *Digital citizenship in schools: Nine elements all students should know* (3rd ed.). Eugene, OR: International Society for Technology in Education (ISTE).
- Sarısandak, H., Sökmen, Ö., Avcı, O., & Ekiz, K. (2024). Eğitimde sosyal sorumluluk projelerine yönelik okul yöneticilerinin görüşleri. *Ulusal Eğitim Dergisi*, 4(1), 1-15. <https://uleder.com/index.php/uleder/article/view/421>
- Spillane, J. P. (2006). *Distributed leadership*. Jossey-Bass.
- Tuna, Ö., & Ural, M. N. (2021). Üst düzey yöneticilerin liderlik tarzlarının sosyal medya üzerinden analizi. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 16(62), 639-658. <https://doi.org/10.19168/jyasar.871099>
- Uçak, Z., & Bilgivar, O. O. (2023). Okul müdürlerinin vizyoner liderlik özelliklerinin okul etkililiği ile arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Uluslararası Düzce Eğitim Bilimleri Dergisi*, 1(1), 66-80. <https://dergipark.org.tr/pub/ijdes/issue/78139/1310235>
- Ünsal, S. (2021). Öğretmenlik mesleğinin tanımı, önemi ve öğretmenlerin değişen rolleri üzerine nitel betimsel bir araştırma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(42), 1481-1504. <https://doi.org/10.46928/iticusbe.956111>
- Üstün, A., & Ertuğrul, Ç. A. M. (2024). Müdür yetkili öğretmenlerin liderlik stilleri ile okul müdürlerinin liderlik stillerinin karşılaştırılması. *The Journal of Social Sciences*, 3(6), 63-73. <http://dx.doi.org/10.16990/SOBIDER.171>
- Yavuz Çakır, K. (2023). *Siber zorbalık ve TikTok: Lise öğrencileri üzerine bir alan araştırması* [Yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Tez Merkezi. Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>

