

T.C.
HARRAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI
EĞİTİM YÖNETİMİ
(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

OKUL YÖNETİM ARACI OLARAK SOSYAL MEDYA KULLANIMINA YÖNELİK ÖĞRETMEN GÖRÜŞLERİ

Şura GÜLDAŞ

ŞANLIURFA 2021

T.C.
HARRAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI
EĞİTİM YÖNETİMİ
(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

OKUL YÖNETİM ARACI OLARAK SOSYAL MEDYA KULLANIMINA YÖNELİK ÖĞRETMEN GÖRÜŞLERİ

Şura GÜLDAŞ

Danışman:
Prof. Dr. Burhan AKPINAR

ŞANLIURFA-2021

TEZ ONAY SAYFASI

T.C.

HARRAN ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Enstitünüz Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı 185215036 numaralı Şura GÜLDAŞ'ın hazırladığı "Okul Yönetim Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Öğretmen Görüşleri" konulu yüksek lisans tezi ile ilgili tez savunması, 09/07/2021 tarihinde saat 14.00'de yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonucunda adayın tezinin KABUL(BAŞARILI) olduğuna oy birliği ile karar verilmiştir.

09/07/2021

Sınav Jürisi	Unvan, Adı Soyadı	Kanaati	İmzası
Danışman	Prof. Dr. Burhan AKPINAR	Kabul	
Üye	Doç. Dr. Ahmet KAYA	Kabul	
Üye	Dr. Öğr. Üyesi Ahmet GÖÇEN	Kabul	

Bu tezin Eğitim Bilimleri Anabilim Dalında yapıldığını ve Enstitümüz kurallarına göre düzenlendiğini onaylarım.

09/07/2021

Prof. Dr. Şevket ÖKTEN

Müdür

Not: a) Bu tezde kullanılan özgün ve başka kaynaktan yapılan alıntıların, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunundaki hükümlere tabidir.

b) Tez, HÜBAK'tan Bilimsel Araştırma Projesi mali destek

☐Almıştır ☒Almamıştır.

HARRAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ORJİNALLİK RAPORU VE BEYAN BELGESİ

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ

Adı-Soyadı : Şura GÜLDAŞ
Öğrenci Numarası : 185215036
Enstitü Anabilim Dalı: Eğitim Bilimleri
Programı : Eğitim Yönetimi Ve Denetimi
Başlık : Okul Yönetim Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Öğretmen Görüşleri

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Yukarıda başlığı belirtilen Tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 124 sayfalık kısmına ilişkin, 17/06/2019 tarihinde şahsım/ danışmanım tarafından **Turnitin** adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, benzerlik oranı %20'dir.

Uygulanan filtrelemeler:

1- Kabul/Onay ve Bildirim sayfaları hariç,
2- Kaynakça hariç
3- Alıntılar hariç/dâhil
4- 6 kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Yukarıda bilgileri verilen tezli/tezsiz lisansüstü programlarda seminer, dönem projesi, tez vb Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu tarafından kabul edilen lisansüstü orijinallik raporu alınması uygulama esasları ile belirlenen azami benzerlik oranlarını aşmadığını ve bütün bilgilerin, akademik kurallara uygun olarak toplanıp sunulduğunu, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce ve sonuçları andığımı, blok şeklinde alıntılar yapmadığımı ve tüm alıntıların bilimsel atıf kuralları çerçevesinde kaynağını gösterdiğimi, Yükseköğretim kurulu bilimsel araştırma ve yayın etiği yönergesi ile Harran Üniversitesi bilimsel araştırma ve yayın etiği yönergesinin 8. maddesinde yer alan etik ihlallerden her hangi birisinin yer almadığını, etik ihlal tespiti halinde, Enstitü yönetim kurulunca, diplomamın iptal edilmesini kabul ediyorum.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

Yukarıda yer alan raporun ve beyanın doğruluğunu onaylarım.

…/…/2021
Prof. Dr. Burhan AKPINAR
Danışmanın Unvanı-Adı-Soyadı
(İmzası)

…/…/2021
Şura
GÜLDAŞ
İmzası

ÖZET

OKUL YÖNETİM ARACI OLARAK SOSYAL MEDYA KULLANIMINA YÖNELİK ÖĞRETMEN GÖRÜŞLERİ

GÜLDAŞ, Şura

Yüksek Lisans Tezi
Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı
Tez Danışmanı: Prof Dr. Burhan AKPINAR
Temmuz, 2021, 102 sayfa

Bu çalışmanın amacı; sosyal medya uygulamalarının okul yönetim aracı olarak kullanımına ilişkin ortaokul öğretmen görüşlerini belirlemek, bu görüşleri çeşitli değişkenlere göre analiz etmektir. Araştırma, 2019-2020 eğitim-öğretim yılında Şanlıurfa ilinde kamuya ait ortaokullarda görevli 642 branş öğretmeni üzerinde yürütülmüştür. Tarama modelinde yürütülen araştırmada veriler, Okul Yönetim Aracı Olarak Sosyal Medya Öğretmen Anketi (OYASMA) ile elde edilmiştir. Araştırmanın yürütüldüğü okullarda öğretmenlerin çok büyük çoğunluğunun (%94) sosyal medya hesabının bulunduğu görülmüştür. Araştırmaya katılan öğretmenler; sosyal medyanın yönetim aracı olarak kullanılmasını olumlu, etik ve etkili bulduklarını; sosyal medya kullanımını teknolojik bir gereklilik olarak gördüklerini ve okul içi iletişimde yoğun biçimde kullandıklarını belirtmiştir. Bunun sebeplerini de sosyal medyanın zaman tasarrufu sağladığı, kırtasiye israfını engellediği ve yönetimde pratiklik sağladığı şeklinde sıralamışlardır. Araştırmaya katılan öğretmen görüşlerinden, görev yaptıkları okullarda mesai gün ve saati dışında ve ders esnasında sosyal medya yolu ile yönetsel mesajlar aldıkları belirlenmiştir. Katılımcı öğretmenlerin yaklaşık yarısı bu durumdan rahatsızlık duymazken bir kısmı rahatsızlık duymakta ve bir kısmı da kısmen rahatsızlık duymaktadırlar.

Araştırmanın yürütüldüğü okullarda okul yönetim aracı olarak en sık kullanılan sosyal medya hesapları WhatsApp, Facebook ve Instagram

şeklindedir. Araştırmaya katılan öğretmenlere göre yöneticilerin sosyal medya üzerinden kendilerine ulaşması yönetsel ağırlıklıdır. Bu durum, araştırmaya katılan öğretmenlerin görev yaptığı okul yöneticilerinin sosyal medyayı yönetsel amaçla aktif olarak kullandıklarını göstermektedir. Araştırmada okul yönetiminde sosyal medya olgusunun yeni ve yadsınamaz bir gerçek olduğu, bu konuda daha çok çalışmanın yapılmasının ihtiyaç olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Okul Yönetimi, Örgütsel İletişim, Pandemi.

ABSTRACT

TEACHER'S OPINIONS ON THE USE OF SOCIAL MEDIA AS A SCHOOL MANAGEMENT TOOL

GULDAS, Sura

Master's Thesis

Department of Educational Sciences

Advisor: Prof. Burhan AKPINAR

July, 2021, 102 pages

This study aims to determine secondary school teachers' views on the use of social media applications as a school management tool and to analyze these views according to various variables. The research was conducted on 642 branch teachers working in public secondary schools in Şanlıurfa in the 2019-2020 academic year. The data in the research, which was conducted as a survey model, were obtained by using the Social Media Teacher Questionnaire as a School Management Tool (OYASMA). It was observed that the vast majority of teachers (94%) in the schools where the research was conducted have social media accounts. The teachers participating in the research found that the use of social media as a management tool was positive, ethical and effective; stated that they see the use of social media as a technological necessity and that they use it extensively in school communication. They listed the reasons for this as that social media saves time, prevents waste of stationery and provides practicality in management. From the opinions of the teachers who participated in the research, it was determined that they received managerial messages through social media outside of working days and hours and during the lesson. While about half of the participating teachers are not disturbed by this situation, some of them are and some of them are partially disturbed. The most frequently used social media accounts as school management tools in the schools where the research was conducted are WhatsApp, Facebook and Instagram. According to the teachers participating in the research, it is administratively dominant for administrators to reach them via social media. This situation shows that the school administrators, where the teachers participating in the research work, use social media actively for administrative purposes. In the research, it was concluded that the social media phenomenon in school administration is a new and undeniable reality, and more studies are needed on this subject.

Keywords: Social Media, School Management, Organizational Communication, Pandemic.

OKUL YÖNETİM ARACI OLARAK SOSYAL MEDYA KULLANIMINA YÖNELİK ÖĞRETMEN GÖRÜŞLERİ

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI III

Orijinallik Raporu ve Beyan Belgesi IV

ÖZET V

ABSTRACT VI

İÇİNDEKİLER VII

KISALTMALAR VIII

TABLOLAR LİSTESİ IX

ŞEKİLLER LİSTESİ X

EKLER LİSTESİ XI

GİRİŞ 1

BİRİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN KAPSAMI

1.1. ARAŞTIRMANIN AMACI

1.2. ARAŞTIRMANIN ALT AMAÇLARI

1.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

1.4. SAYILTILAR

1.5. SINIRLILIKLAR

1.6. ARAŞTIRMANIN KAVRAM TANIMLARI

İKİNCİ BÖLÜM

KURAMSAL ÇERÇEVE ve İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1. SOSYAL MEDYANIN GELİŞİMİ ve SOSYAL MEDYA

2.1.1.Sosyal Medyanın Gelişimi

2.1.2.Sosyal Medya

2.1.3.Sosyal Medya Tanımları

2.2. SOSYAL MEDYANIN ÖZELLİKLERİ

2.3. GELENEKSEL MEDYA ve SOSYAL MEDYA FARKI

2.4. SOSYAL MEDYA ORTAMLARI
2.4.1.Instagram
2.4.2.Watsapp
2.4.3.Facebook
2.4.4.Twitter
2.5. SOSYAL MEDYANIN AVANTAJ ve DEZAVANTAJLARI
2.5.1.Sosyal Medyanın Avantajları
2.5.2.Sosyal Medyanın Dezavantajları
2.6. EĞİTİM KURUMLARINDA SOSYAL MEDYA
2.7. EĞİTİM ORTAMINDA SOSYAL MEDYA
2.8. PANDEMİ DÖNEMİNDE SOSYAL MEDYA
2.9. YÖNETİM VE İLETİŞİMDE SOSYAL MEDYA
2.9.1.Yönetim Kavramı
2.9.2. Kamu Yönetiminde Sosyal Medya
2.9.3. Okul Yönetimi
2.9.3.1.Okul Yönetiminde Dijitalleşme ve Sosyal Medya
2.10.YÖNETİCİ KAVRAMI
2.10.1.Okul Yöneticilerinin Yetki ve Sorumlulukları
2.11.KURUMSAL İLETİŞİM ve SOSYAL MEDYA
2.11.1.Kurum Içi Iletişimin Önemi
2.11.2.Çalışanlarla Etkili İletişim Kuralları
2.11.3.Okul Içi Iletişimde Sosyal Medya
2.12. İLGİLİ ARAŞTIRMALAR
2.12.1.Okul Ortamında Sosyal Medya Kullanımına Dair
2.12.2.Kurumların ve Bireylerin Sosyal Medya Kullanımına Dair

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

3.1.ARAŞTIRMA MODELİ
3.2.EVREN
3.3.ÖRNEKLEM
3.4.VERİLERİN TOPLANMASI ve ANALİZİ

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR ve YORUMLARI

4.1.OKUL YÖNETİMİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMINA YÖNELİK ÖĞRETMEN GÖRÜŞLERİNE DAİR BULGULAR ve YORUMLARI

4.1.1. Okul Yönetiminde Sosyal Medyanın Kullanılmasına Yönelik Öğretmen Görüşlerine Dair Bulgular ve Yorumları

4.1.2. Okul Yönetiminde Sosyal Medyanın Etkisine Yönelik Öğretmen Görüşlerine Dair Bulgular ve Yorumları

4.1.3. Okul Yönetiminde Sosyal Medyanın Kullanım Şekline Yönelik Öğretmen Görüşlerine Dair Bulgular ve Yorumları

4.1.4. Okul Yönetiminde Sosyal Medya Kullanımının Duyuşsal Yansımalarına Yönelik Öğretmen Görüşlerine Dair Bulgular ve Yorumları

SONUÇ ve ÖNERİLER 76

KAYNAKÇA 83

EKLER

KISALTMALAR

OYASMA	Okul Yönetim Aracı Olarak Sosyal Medya Öğretmen Anketi
CNN	Cable News Networks (Kablolu Haber Ağı)
MTV	Müzik Televizyonu
IBM	Kişisel Bilgisayar
WHO	Dünya Sağlık Örgütü
MEB	Milli Eğitim Bakanlığı

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özelliklere Göre Dağılımları 55

Tablo 2: Okul Yönetiminde Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Öğretmen Görüşleri 58

Tablo 3: Okul Yönetiminde Sosyal Medya Kullanımının Etkisine Dair Öğretmen Görüşleri 61

Tablo 4: Yönetimde Sosyal Medyanın Kullanılma Şekline Yönelik Öğretmen Görüşleri 67

Tablo 5: Okul Yönetiminde Sosyal Medya Kullanımının Duyuşsal Yansımalarına Yönelik Öğretmen Görüşleri 70

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: 2020 Yılına Ait Dünya Geneli Sosyal Medya Kullanım Oranları 18
Şekil 2: 2020 Yılına Ait Türkiye Sosyal Medya Kullanımı 19
Şekil3: Sosyal Medya Kullanımı İletişim Grafiği 29

EKLER LİSTESİ

Ek- 1: Şanlıurfa Anket Çalışması İzin Belgesi ek s.1

Ek- 2: Anket Formu ek s.2

Ek- 3: Etik Kurul Onay Raporu ek s.3

Ek- 4: Öz Geçmiş ek s.4

GİRİŞ

İnsanlığın varoluşundan bu yana teknolojik pek çok gelişme yaşanmış ve bu gelişmeler insan hayatını ekonomik, siyasi, sosyal ve kültürel alanlarda etkilemiştir. Gelişen teknolojiyle eş değer sanayi toplumundan bilgi toplumuna hızlı bir dijital değişim ve dönüşüm gözlenmiştir (Özen, 2019). Bu alanlardaki dijital değişimler insanın yaşam kültürünü de etkiler vaziyete gelmiştir; kişilerin gündelik hayatları, çalışma şekilleri, itiyat ve değer verdikleri şeyler bu değişimden nasibini almaya başlamış ve yaşantılarının hemen hemen her noktasında köklü değişiklikler olmuştur (ATDE, 2016 ; akt. Göçoğlu, 2020). Bilgi ve teknoloji yüzyılı olarak atfedilen bu yüzyılda bilişim teknolojilerinin olağanüstü gelişimiyle internet; bireysel ve kurumsal olarak çok yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır (Akyıl, 2017). Artık birey ve kurumlar çalışmalarını büyük oranda internet vasıtasıyla sürdürmektedir.

Günümüz teknolojilerindeki hızlı ilerlemeler de yeni iletişim teknolojileri, medya yazınına birçok yeni kavramı da sokmuştur; yeni medya, internet, sosyal medya, sosyal ağ bunlardan bazılarıdır (Başlar, 2013). Birçok kaynakta medya; yasama, yürütme, yargının ardından gelen dördüncü güç olarak anılmasına rağmen günümüz yaşantısında medya insan topluluğunu yönlendiren ve bu topluluğun dönüşümünü sağlayan birinci güç durumunda olduğu ifade edilmektedir (Kuşku Özdemir, 2019).

Hayatımıza dahil olan sosyal medya, dünyada olduğu gibi Türkiye'de de her yaştan ve her meslek grubundan insanın tercih ettiği bir iletişim aracı olmuştur. Hatta sosyal ağlar; kullanan kişilerle iletişime geçmenin de ötesinde, oluşum kurma, bu oluşumları yönetme, bilgi, fikir ve inanç alışverişini odağına alarak bunlar etrafında gruplaşma olanağı sunmuştur (Eren ve Aydın, 2014; akt. Kuşku Özdemir, 2019).Özellikle son on yılı kapsayan zaman diliminde, dünyada ve Türkiye'de Facebook, WhatsApp, YouTube, Messenger, Twitter, Instagram, Skype, Reddit, Snapchat gibi sosyal medya uygulamalarının gerek iletişime geçme gerekse de bilgi edinim gayesiyle yaygın bir şekilde kullanıldığı inkar edilemez bir gerçektir (Esener, 2018).

Bu sosyal medya platformlarından bilgi akışını pratik hale getirme, kurum içi ve dışında da iletişimi sürdürme amacıyla en çok WhatsApp kullanılmaktadır. Anlık haberleşme kolaylığıyla WhatsApp, günümüzde şirketlerin de tercihinde olan ve şirketlerce sık kullanılan bir haberleşme ortamıdır (Uzun ve Uluçay, 2017). Diğer taraftan kurum tanıtımı için ise Facebook ve Instagram uygulamaları sıklıklakullanılmaktadır. Eğitim kurumları da Instagram ile okullarının görsellerini yayınlama

suretiyle takip çevrelerinin dikkatlerini celp etmeye çalışmaktadır (Akyıl, 2017).

Sosyal ağlar; resmi kurumlar ve yöneticileri tarafından görmezden gelemeyecekleri dönüşümler sağlamış, bu ağlardan uzak kalmaları onları ve kurumlarını başarısızlıkla karşı karşıya bırakmıştır (Erkek, 2016). Bu bilinenler sayesinde kurum ve kuruluşların sosyal medyanın varlığını görmezden gelmeleri mümkün görülmemektedir(Şengöz ve Eroğlu, 2017). Bu yüzden artık kurumlarda sosyal medya kullanımının varlığı kaçınılmaz olmuştur.

Hal böyle olunca toplumun temelini oluşturan eğitimin ve bu eğitimi veren kurumların bu dijital gelişmeye entegre olmaları gerekliliği düşünülmektedir (Özen, 2019). Nitekim beklendiği üzere bu dijital gelişim ve dönüşüm, çoğu kurum ve sektörü etkilediği gibi eğitim ortamlarına da etki etmiştir (Çelik, 2019). Çünkü çağ, "Z" kuşağı çağıdır ve "Z" kuşağının en göze çarpan özelliği dijital yerliler, ekran gençliği gibi kavramlarla birlikte anılıyor olmalarıdır (Karadoğan, 2019). Teknoloji ile büyüyen bu kuşağa karşın eğitim kurumlarının öğretme, öğrenme ve yönetme sürecini geleneksel yöntemlerle sürdürmesi mümkün değildir.

Artık okullarda dijital teknolojinin kullanılmaya başlanmasıyla birlikte okul yöneticileri öncelikle kendi öğretmenleri ile iletişimde sosyal ağları kullanır olmuşlardır. Kurum içi bilgi akışı, iş ve işleyiş artık büyük çapta sosyal medya platformları üzerinden yürütülmeye başlanmıştır. Yönetici tarafından gelen mesajlar, zaman ve mekandan bağımsız olarak öğretmenlere eş zamanlı iletilmeye, öğretmenler tarafından da anında dönüt alınmaya başlanmış, yani artık okul yönetiminde sosyal medyanın varlığından söz edilir olmuştur. Okullarda önceleri yüz yüze, gerçek nesne ve zamanlı olarak yapılan işlemler

artık teknoloji destekli olarak bilgisayar ve internet üzerinden yapılmaya başlanmış, bu durum da bilgisayar ve internetin okul yönetiminde daha fazla kullanılması zorunluluğunu ortaya çıkarmıştır (Kurun ve Çobanoğlu, 2019). Konuyla ilgili olarak Ekici'nin (2020) yaptığı araştırma sonucuna göre, kurum içinde özellikle öğretmenlerin aktif rol aldığı internetin kullanıldığı belirlenmiştir. Bu durum kurum içinde internetin gereksiz sarf edilmesi manasına gelen "sanal kaytarma" kavramını da gün yüzüne çıkmıştır (Gezer, 2020). Öğretmen ve yöneticileri yakından ilgilendiren bu kavram eğitim yönetiminde sıkça araştırılan bir konu olarak göze çarpmaktadır.Öğretmenlerin ve yöneticilerin yönetimde sosyal medya kullanmalarının başka birtakım sıkıntıları beraberinde getirebileceği düşünülmektedir ki örneği daha önce görülmüştür. Okullar yönetim ve kurum içi iletişimde daha çok grupla mesajlaşma imkanı sunan WhatsApp uygulamasını kullanır olmuşlardır(Avcı, 2019). Bu durum; öğretmenlerin sadece okulda mesai içinde değil mesai sonrası kişisel hayatta da sosyal ağlar vasıtası ile sürekli etkileşim halinde olmaları zorunluluğunu getirmektedir(Tapscott ve Williams, 2010; Thompson, 2013; akt. Korucu,2017). Ancak bu durum daha çok öğretmenler için sıkıntı verir hale gelmeye başlamıştır. Çünkü okul idarecilerinin bu sosyal ağlarda oluşturdukları öğretmen gruplarından öğretmenlere talimat yağdırmaya başlamış ("Öğretmenler.com".2020) olması, bireyin kendisi ve aile efradına kaliteli zaman ayıramaması, sürekli teyakkuz hali ve izleniyormuş hissi vb. birtakım kişisel ve sosyal sorunları da beraberinde getirmiştir. Sosyal medyanın okul yönetiminde kullanılır olmaya başlamasından bugüne, okul WhatsApp gruplarının kamusal alan olarak resmi nitelik taşıyıp taşımadığı özel hayata müdahale olup olmadığı yahut iş yükü oluşturup oluşturmadığı halen devam eden bir tartışma konusudur. İnternetin kamusal alan olup olmadığı ise hep tartışma konusu olmuştur.

Okul yönetiminde kullanılan diğer sosyal medya uygulamalarından olan Facebook ve Instagram, kurum dışı çevreye de açık olduğundan kurum dışından birileri tarafından yazılan etiğe uygun olmayan söylemler ya da bizzat kurum içinde uygulamaları yönetenler tarafından paylaşımlar yapılabilmektedir. Sosyal medyanın bilgiyi yayma hızı ve medya okuryazarlığı

noktasında eksiklik yüzünden de doğruluğu tartışılamadan yayılıp önlenemez durumlara gelebilmektedir. Tabii bununla birlikte sosyal medyada bulunan ve yayılan haberlerin doğru olup olmadığı veya haberlerin yer alma biçimleri ile birlikte etik konusu gündemde yer etmeye başlamıştır (Toraman ve Ormanlı, 2019).

Kısaca temas edildiği gibi eğitim kurumlarında sosyal medya platformlarının doğru kullanılması; çevrimiçi gruplar oluşturmaya, etkileşimi arttırmaya, daha çok veli ve öğrenci üzerinde etki etmeye, ayrıca kurum itibarını oluşturmaya destek olmaktadır (Doğan, 2019). Ancak yanlış kullanıldığında kurumlara zararlar verebilecek risklerin ortaya çıkabilmesine de neden olabilmektedir. Sosyal medyanın etki alanının çok geniş olması bilgi ve haberlerin çok hızlı yayılabilmesi sebebiyle sosyal medyanın olumsuz etkileri kurumlar için telafi edilmesi hayli zor durumlar ortaya çıkarabilmektedir(Kaya ve Mengi, 2018). Sosyal medyanın katılıma açıklık, saydamlık, etkileşimlilik ve interaktiflik özellikleri onu aynı zamanda örgütler için iki ucu keskin bir bıçak haline getirmektedir(Şengöz ve Eroğlu, 2017).

Okul yönetiminde sosyal medya uygulamaları kullanımının gün geçtikçe artmasıyla bu konunun bilimsel bir biçimde araştırılıp sonuçlarının ortaya konması ve varsa doğacak problemlerin çözümünün araştırılması için bu konunun çalışılması zorunlu görülmektedir. Bu bağlamda sosyal medya uygulamalarının okul yönetiminde yönetim aracı olarak kullanılmaya başlamasının nicelik ve niteliğini ortaya koymanın önemli olduğu söylenebilir. Kamu yönetiminde sosyal medya ile ilgili (Yağmurlu,2011; Gülaslan,2018; Erkek,2016) çalışmalar mevcut olmakla birlikte bu çalışmalar daha çok sosyal medyanın halkla ilişkisel boyutlarını incelemiştir. Ancak okul yönetiminde sosyal medya kullanımının araştırıldığı, sorun ve çözümlerinin ortaya konduğu doğrudan çalışmalara rastlanmaması bu çalışmanın önemini göstermektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM
ARAŞTIRMANIN KAPSAMI

1.1.ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu çalışmanın genel amacı; sosyal medya uygulamalarının okul yönetim aracı olarak kullanımına ilişkin ortaokul öğretmen görüşlerini belirlemek, bu görüşleri çeşitli değişkenlere göre analiz etmektir.

1.2.ALT AMAÇLAR

1. Ortaokul öğretmenlerinin, okul yönetiminde sosyal medya kullanılmasına yönelik görüşleri nelerdir?
2. Ortaokul öğretmenlerinin, okul yönetiminde sosyal medya kullanılmasına yönelik görüşleri arasında;

   a) Cinsiyet,

   b) Kıdem,

   c) Eğitim düzeyi ve

   d) Branş değişkenlerine göre anlamlı farklılık var mıdır?

1.3.ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Sosyal medya 21. yüzyılın devrimi olarak görülen hiç şüphesiz çok geniş kapsamlı bir alandır (Çalışkan ve Mencik, 2015). Yalnızca bireyler değil aynı zamanda kurumların da yapılanmalarında sosyal medyanın etkisi görülmekte, kurumsal iletişimin ilerleme kaydetmesinde sosyal medya mühim bir enstrüman olarak karşımıza çıkmaktadır (Yavuz ve Duvan, 2019). Bu durumun sosyal medyanın iletişim bağlamında kapsam ve araştırma alanlarını daha da genişlettiği söylenebilir.

Sosyal medyanın etki alanının genişlemesiyle toplumu yönlendiren siyasilerin, sanatçı ve ünlülerin de sosyal medyada varlığını göstermesi (Korkmaz, 2014) sosyal ağların başka bir bağlamda gündeme gelmelerine sebep olmuştur. Artık sosyal medya yasama, yürütme, yargıda(Kuşku Özdemir,2019), hatta sağlık (Gencer, Daşlı ve Biçer, 2019) ve eğitim kurumlarında yeni çağın etkili materyalleri arasında yerini almıştır(Öztürk ve Talas, 2015).

Dünya genelinde söz konusu sahalarda sosyal medyanın aktif kullanımı, birçok kurum ve kuruluşu derinden etkilemiştir. Bu durumdan etkilenen kurumlardan birisi de eğitim kurumlarıdır. Çünkü eğitim kurumları kişilerin ortak yaşam sürdürdükleri topluma ayak uydurmaları, özel kabiliyetlerini geliştirmeleri, bilgi ve beceri edinmeleri maksadıyla oluşturulmuş özel mekanlardır (Arslantaş ve Özkan, 2014;akt. Kurun ve Çobanoğlu, 2019). Bu bağlamda okul yöneticileri de sosyal medyanın gücü ve değişimleri yakından takip etme zorunluluğu ile okul yönetimine sosyal medyayı entegre etmeye başlamışlardır. Araştırmalar (Göçoğlu, 2019), devlet ve okul yönetiminde sosyal medya kullanımının oldukça yaygın olduğunu göstermektedir. Ancak bununla birlikte, sosyal medyanın yönetim aracı olarak kullanılmasına yönelik tartışmalar da yoğunluk kazanmıştır. Bu tartışmalarda, yönetim aracı olarak sosyal medyanın kullanılmasının avantaj ve dezavantajları çerçevesinde sürerken buna yönelik hukuksal düzenlemelerin gereği ortaya çıkmaktadır. Üst düzey saydamlığı ve vatandaşların katılımını destekleyen yeni yönetim biçimleri arayışı vatandaşların devlete duydukları güveni artırmanın bir yolu olarak görülmektedir (Sipahi, 2017). Nitekim buna yönelik e-devlet sistemi başat olarak eğitim yöneticilerinin de kurumlarda sosyal medyadan yararlanmak istemeleri (Doğan, 2019) üzerine birçok düzenleme yapılmıştır. Ancak sosyal medyanın yönetim aracı olarak kullanılmasına yönelik uygulamalar hakkında ciddi bir boşluktan söz edilebilir.

Sosyal medyanın okullarda yöneticiler tarafından kullanımının yaygınlaşmaya başlamasıyla ve buna dair tartışmaların sürmesi, konuya yönelik araştırmaların gerekliliğini ortaya koymaktadır. Nitekim alanyazın incelendiğinde daha çok sosyal medyanın kurumsal iletişim bağlamıyla ilgili çalışmalara yer verildiği gözlenmiş; kamu kurumlarında (Erkek, 2016), örgütlerde (Şengöz ve Eroğlu, 2017) ve iş ortamında (Uzun ve Uluçay, 2017) sosyal medya kullanımı ile alakalı çalışmalara rastlanmış ancak "okul yönetiminde sosyal medya kullanımı" na dair doğrudan bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu itibarla, okul yönetiminde sosyal medyanın kullanılmasına yönelik, konunun doğrudan muhatapları olan öğretmen görüşlerine dayalı bu araştırmanın söz konusu boşluğu doldurmaya katkı sağlaması beklenebilir.

1.4.SAYILTILAR

1. Araştırmada kullanılan "Okul Yönetim Aracı Olarak Sosyal Medya Öğretmen Anketi" ilgili verileri toplamak için uygundur.
2. Araştırmaya katılan ortaokul branş öğretmenleri ilgili anketi içtenlikte doldurmuşlardır.

1.5.SINIRLILIKLAR

3. Bu araştırma, 2019-2020 Eğitim-Öğretim yılında Şanlıurfa il merkezinde bulunan resmi ortaokullarda görev yapan branş öğretmenleri ile sınırlıdır.
4. Araştırma, ankette belirtilen ortaokul branş öğretmenlerinin görüşleri ile sınırlıdır.

1.6.TANIMLAR

Sosyal Medya: İnsan topluluklarının çevrimiçi yollarla bir araya gelip bilgi ve fikirlerini paylaşıp etkinlik oluşturabilmelerini sağlayan (Safko,2009;akt.Erkek,2016) dijital platformlardır.

Okul yönetimi: Okulu belli amaçlar çerçevesinde yaşatmak ve okulun varlığını sürdürmek için kullanılan yönetim biçimidir(Bursalıoğlu, 1987;akt.Avcı, 2019).

X Kuşağı: 1965-1979 yılları arasında doğan kuşaktır(İlhan,Güler ve Aksaraylı, 2019).

Y Kuşağı: Y Kuşağı, X Kuşağı'nı devam eden 1981-1995 yılları arasında doğanların oluşturduğu gruptur. Milenyum Kuşağı olarak da isimlendirilirler(Karadoğan, 2019).

Z kuşağı: 2000-2020 yılları arasında doğan kuşaktır(Binark ve Karataş, 2015;akt.Erten, 2019).

WhatsApp: Özel sohbet alanlarıyla bire bir yahut çoklu iletişime imkan sağlayan dijital iletişim ortamıdır(Seufert ve ark. 2016;akt.Uluçay ve Uzun, 2017).

Instagram: Odağında fotoğraf paylaşımı olan insanlarla iletişim imkanı sağlayan bir sosyal ağ sitesidir(Mendeş, 2018).

Facebook: İnsanların kişisel bilgi, fotoğraf ve videolarını paylaşabildiği, karşılıklı iletişime girebildiği, gruplara üye olabildiği sosyal ağ sitesidir(Bedir,

2016;akt.Mendeş, 2018).

Pandemi: Belirli bir alanda, belirli bir grup insan arasında, belirli bir süre boyunca beklenenden daha fazla vaka görülmesidir(Durmuş, 2020).

İKİNCİ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA ve EĞİTİM

2.1.SOSYAL MEDYANIN GELİŞİMİ ve SOSYAL MEDYA

2.1.1.Sosyal Medyanın Gelişimi

Sosyal varlık olarak insanın bir arada ve sürekli iletişim halinde olduğu bilinmektedir. Bu iletişimin biçimi ve yönü değişse de değişmeyen şey iletişim halinde olma durumudur. Sözlü iletişim dışında duvar resimleri ve dumanla başlayan iletişim, yazının icadıyla yazılı halde devam eder olmuştur. İletişimin geçirdiği değişim süreci,

20. yüzyılda teknolojide yaşanan gelişmelerle büyük hız kazanmıştır. Ortamlar arası yazı, ses ve görüntü aktaran sistem olarak ifade edilen internet sayesinde iletişim boyut değiştirerek elektronik ortama aktarılmıştır (Sağlam, 2019). 20. yüzyıl insanı artık iletişimi internet vasıtası ile akıllı telefonlar üzerinden gerçekleştirir olmuştur.

Şimşek'in (2012) iletişim araçlarının tarihsel sürecini aktardığı listede de iletişim, mağara resimleri ile başlamıştır (Şimşek,2012; akt.Mencik ve Çalışkan, 2015). Tarihsel dönem içerisinde, 20. yüzyılın sonuna doğru ortaya çıkan ve neredeyse vazgeçemediğimiz bir hal alan internet teknolojileri ise yeni bir aşamanın başlangıcı niteliğinde görülebilmektedir (Güzel, 2020). İnternet teknolojilerinin insanlar tarafından rağbet görmesi ve hızla yayılımı 1969 yılında Arpanet'i, onu takiben, 1971'de mikro işlemci, 1976'da VHS videokaset kaydı, Teletext, 1978'de Telefax, 1979 Walkman 1980'de CNN(cable news Networks), 1981'de MTV(müzik televizyonu) ve IBM(kişisel bilgisayar), 1982'de aodio compact disk, 1984'de Apple Macintosh bilgisayar, 1991'de World Wide Web (internet), 2004'de Facebook, 2005'de Youtube ve 2006'da Twitter ile sosyal medyanın temellerini meydana getirmiştir(Şimşek,2012;akt.Mencik ve Çalışkan, 2015). Sosyal medya, Web 2.0'nin yaşantımızda yer almasıyla tek yönlü bilgi iletiminden, çift yönlü ve anında bilgi paylaşımına ulaşmamıza imkan veren medya sistemidir (Başbayram ve Turan,2018).

İnsanların aktif ve yoğun biçimde sosyal medya kullanmaları ve sosyal medyaya erişim sağlama taleplerinin nihayetinde sosyal medya; 2000'li

yıllardan bu yana hızlı bir şekilde yayılmış, birey yaşamının önemli bir parçası durumuna gelmiş (Kul,2019), 2004 yılında ilk olarak bir konferansta "kurum içi sosyal medya" kavramının ortaya çıkmasıyla da kurum iletişiminde adından söz edilir olmuştur (Özel,2018).Sosyal medya platformları ve bu alandaki işbirliği gibi yenilikçi teknolojilerin kamu kurumları ve özel kurumlarca kurumsal misyonlarını ve iletişim yöntemlerini desteklemek gayesiyle kullanılmaya başlanmasının bu kurumlar açısından üç önemli amacı hizmet ettiği belirtilmektedir:

•Kurum içi işbirliğini ilerletmek,

•Hedef kitlelerle bağlantı kurma ve kamuoyu yaratabilmek gayesiyle yenilikçi iletişim kanallarına imkan vermek ve;

•Kurumsal şeffaflığı arttırmak (Boztepe, 2013;akt.Silen, 2015).

Günümüzde sosyal medya; kimsenin karşı koyamayacağı, büyümesi engellenemeyen, sınır çizilemeyen, gündemi belirleyen, bir ülkenin yönetimini değiştirebilen, kararları etkileyen bir güç haline gelmiş, 2006 yılından sonra devamlı kendini geliştirerek ve güncelleyerek daha çok gündemde yer edinir olmuştur(Özdemir ve Erdem , 2016). Sosyal medyanın bir tanım olarak kuramsal hayatımıza girişi ise aşağıda belirtildiği üzeredir.

2.1.2.Sosyal Medya

Gelişen teknoloji ve 90'larda internetin hayatımıza girmesiyle iletişim ve ilişki biçimlerinin sürekli değişim ve dönüşüm halinde olduğu görülmektedir. Son dönemde yüz yüze iletişimin yerini "sosyal medya" almıştır. Öncelikle San Francisco merkezli Guidewire Group'un kurucu ortaklarından Chris Shipley tarafından dillendirilen sosyal medya kavramı; çevrimiçi iletişim, bilgi, destek, katılım ve işbirliği imkanı veren tüm araçlar için ortaktır(Özkan, 2019). Çeşitli sosyal medya uygulamaları internetin ve en basitinden akıllı telefonların bulunduğu her yerde kullanılabilen iletişim araçlarıdır. Bu iletişim sosyal medya tabanlı teknolojik evrim ile birlikte ses, görüntü veya emojilerle de yapılabilmektedir. Yani artık insanların birbirleri ile iletişime geçebilmeleri için konuşmalarına, yazışmalarına hatta aynı yerde birlikte bulunmalarına gerek duyulmamaktadır. İnsanlar bu iletişimi belli simgeler kullanarak uzaktan da yürütebilmekte aynı anda yurt içinde veya yurt dışındaki çevreleriyle bu

gelişen teknoloji sayesinde internet tabanlı olarak iletişime geçebilmektedirler.

Teknolojik evrimin giderek tüm dünyayı etkisi altına aldığı bu günde, toplumsallaşma araçları da değişimden etkilenmiş ve yeni medyayı toplumsallaşmanın önemli bir aracı görerek öne çıkarmıştır(Onar ve Çambay, 2015). İnsanlar artık yeni medya üzerinden tanışıp bir araya gelip toplumsallaşabilmekte hatta bu topluluklar sayesinde hayata yön verebilmektedir. Sosyal medyanın grup oluşturabilme ve uzaktan iletişim imkanı ile insanlar organize olabilmektedir. Son dönemlerde yeni medyada en dikkat çekici olan sosyal network ve medya uygulamalarıdır(İrge, 2012). Sosyal medya içinde bulunulan çağda başlı başına bir devrim sayılır(Kırık, 2012).

İnsanların yaşamında çok mühim bir yerde olan sosyal medya ortamları internet vasıtasıyla tüm dünya ile iletişime geçerek iş, eğitim, sağlık, ticaret, ziyaret, ulaşım gibi neredeyse yaşamın her noktasına nüfuz etmiştir(Çalışkan ve Mencik, 2015). Bireyler sosyal bir alan meydana getirmek, aitlik duygusunu tatmak, boş vakit geçirmek, bilgi edinmek, eğlenmek gibi sebeplerle sosyal medyayı kullanırken kurumlar; reklamlarını yapmak, ürün ve hizmetlerini pazarlamak, ve veri elde etme gayesiyle sosyal medyada bulunabilirler (Sağlam, 2019).

Sosyal medyanın ne olduğuna dair kesin, net ve hemfikir olunan bir tanımına rastlanmamakla birlikte sosyal medya, temelinde bilgi akışı ve iletişim olan bir platform olarak karşımıza çıkmaktadır. “Sosyal medya” ile ilgili alanyazında pek çok tanım bulunmaktadır lakin sosyal medya kavramının herkesçe kabul görmüş genel geçer bir tanımına rastlanmamaktadır(Tekayak, 2017). Yine de alanyazında mevcut tanımlarla sosyal medyanın ne olduğu anlaşılmaya çalışılacaktır.

2.1.3.Sosyal Medya Tanımları

Günümüzde iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler medya alanını; yeni iletişim teknolojileri, yeni medya, internet, sosyal medya, sosyal ağlar gibi pek çok yeni kavramla da tanıştırmıştır (Başlar, 2013). Ağ toplumunun internet ortamındaki yansıması sosyal medya olarak ifade edilir (Güzel, 2020).

Alanyazında mevcut tanımların birleştiği ortak fikir ve sosyal medyayı

diğer iletişim ortamlarından ayıran yönü "çift taraflı ve aynı anda bilgi paylaşımı" olanağı sunmasıdır(Erkek, 2016). Geleneksel iletişim araçlarından farkla sosyal medyanın insanlara interaktif bir alan sağladığı görülmektedir. Sosyal medya öncesinde kullanılan geleneksel iletişim araçlarında iletişim tek yönlü iken sosyal medya uygulamaları sayesinde artık çift yönlü ve anındadır. İletişimi başlatan kişi anında dönüt alabilmekte, iletişim muhatabı kişiler de aynı anda iletişime ortak olabilmektedir. Özellikle aynı anda birden fazla kişiye ulaşma ihtiyacı duyan kişi ve kurumlarca tercih edilme sebebinin eş zamanlı bilgi akışı sağlaması olarak
düşünülmektedir. Lon Safko (2009) da sosyal medyayı; çevrimiçi olarak ortak bir platformda buluşan, bilgi ve düşüncelerini bu platformlar vasıtasıyla paylaşan insan grupları ve bunların etkinlikleri ile davranışları olarak tanımlamaktadır(Lon Safko, 2009;akt.Erkek, 2016). İşte bu özelliğinden dolayı sosyal medya kalabalık gruplarca tercih edilir olmuştur.
Sosyal medya ile ilgili yapılan diğer tanımlar şu şekildedir:

Sosyal medya, ağ teknolojileri sayesinde kullanıcıların birbiriyle etkileşimde bulunmasında aracılık eden araç, hizmet ve uygulamaların tümü şeklinde tanımlanmaktadır (Boyd, 2007;akt. Eren, 2014).

Sosyal medya zaman ve mekâna bağlı kalmadan(mobil tabanlı), paylaşımın, tartış-manın esas olarak alındığı bir insanî iletişim biçimidir(Vural ve Bat, 2010).

Sosyal medya; kullanıcılara enformasyon, düşünce, ilgi ve bilgi paylaşım imkânı tanıyarak karşılıklı etkileşim yaratan çevrimiçi araçlar ve web siteleri için ortak kullanılan bir terimdir(Sayımer,2008;akt.Yağmurlu, 2011).

Bireylerin internette birbirleriyle diyalogda ve paylaşımda bulunması sosyal medyayı meydana getirir(Öztürk ve Talas, 2015).

Ana hatlarıyla ifade etmek gerekirse sosyal medya, başkalarıyla iletişime geçmenin maliyetini önemli seviyede azaltan bireyler arası bağlantının sağlandığı uygulamalardır (Allcott vd.,2019:1;akt.Doğan ve Barutçu, 2019).

Sosyal medya kavramını en genel hatlarıyla tanılarsak; kullanıcılarının zaman ve mekana bağımlı kalmadan, çevrimiçi bir şekilde içerik (haber, fotoğraf, video, yorum, metin…) paylaşmasını sağlayan ve kullanıcıların diğer

kullanıcılarla interaktif biçimde iletişim kurmasına imkan veren web siteleridir(Tanrıverdi Yılmaz, 2018).

En basit tanımıyla sosyal medya, kişilerin internet vasıtasıyla mekan ve zamandan münezzeh fikirlerini ve görüşlerini belirtmelerine imkan veren, internetin sunduğu bu imkanları sınırsız bir şekilde kullanma olanağı sunan, bununla birlikte diğer kullanıcılarla fikir alışverişine ve paylaşımına dayanan interaktif ortamları hayata geçiren geniş yelpazeli ortamdır (Bulunmaz, 2011;akt.Aydın, 2015).

Yapılan tanımlara bakıldığında sosyal medya ile alakalı ortak özelliklerin zaman ve mekan sınırlaması olmadan interaktif bilgi akışı olduğu söylenebilir. Yine de tüm bu tanımlara bakılarak sosyal medya ağını tam olarak tanımlamak zordur. Benzer çok özellik barındıran siteleri sosyal medya ağıdır veya değildir diye tanımlamak sanıldığı kadar kolay bir durum değildir (Öztürk ve Talas,2015). Sosyal medya tanımlarından da anlaşılacağı üzere, bireyler ve kurumlar tarafından tercih edilmesini sağlayan bazı özellikler vardır.

2.2.SOSYAL MEDYANIN ÖZELLİKLERİ

Sosyal medyanın günümüzde bu kadar benimsenerek kullanılmasına sebep olan bazı özellikleri vardır ki bunlar aynı zamanda yukarıda bahsi geçen tanımlarda ortak nokta sayılır ve sosyal medyayı geleneksel medyadan ayrı bir yere koyar. Alanyazın tarandığında sosyal medya ile alakalı belli birtakım özelliklere rastlanmıştır.

Korkmaz'a (2012) göre sosyal medya özellikleri 5 maddede özetlenmiştir:

1. Sosyal medya ucuz mal edilebilir veya ücretsizdir.
2. Sosyal medya kitlelere ulaşım sağlar.
3. Sosyal medyanın kullanım zorluğu yoktur.
4. Sosyal medya vasıtasıyla kitlelere hızla ulaşılmaktadır.
5. Sosyal medya gerektiğinde kullanıcılar tarafından güncellenebilmektedir(Korkmaz, 2012;akt.Aslan, 2020).

Sosyal medyanın tanımlarına ilave edilebilecek bir diğer özellik Korkmaz'ın da bahsettiği gibi düşük maliyetli oluşudur. Çünkü insanların sosyal medya kullanımını bu kadar benimsemesinde mali açıdan ucuz ve kolay erişilebilir olduğu yadsınamaz bir gerçektir.

Zafarmand (2010) ise sosyal medya özelliklerini şu şekilde sınıflandırmıştır:

- Katılım: Sosyal medya, bu ortak alanda buluşan insanları aktifliğini destekleyerek izleyici, dinleyici ve medya arasındaki sınırı yok etmektedir.
- Açıklık: Sosyal medya ortamlarının çoğu katılıma ve geri bildirime imkan tanır. Bu ortamlar oylama, yorumda bulunma ve enformasyon paylaşımını teşvik etmektedir.
- Karşılıklı Konuşma: Geleneksel medyada aktarım alıcılara tek yönlü yapılırken, sosyal medya dönütler ve yorumlara imkan tanıdığından çift yönlü iletişim olarak görünmektedir.
- Topluluk: Sosyal medya ortamında kullanıcılar bir araya gelerek birbirleriyle etkili ilişkiler kurmakta, ortak ilgi alanlarına giren fotoğrafları, siyasi olayları veya beğendikleri eğlence programlarını birbirleri ile paylaşmaktadırlar.Bağlantısallık: Sosyal medya ortamlarının gelişmesinin sebebi başka web sitelerine, kaynaklara ve bireylere bağlı olmalarıdır. Sosyal medya, teknolojiden ziyade toplum bilimle ilgilidir.
- Medyada İçerik Üretme: Artık medyada yalnızca gazeteciler, muhabirler değil orta seviyede bilgisayar teknolojisine dair bilgisi olan herkes kendi fikir ve deneyiminden, fotoğraf ve video ile içerik oluşturup bunları yayınlayabilmekte, başkaları ile paylaşabilmektedir.
- Yeni Etkileyenler Tabakası Oluşturma: Medyanın demokratikleşmesi ile birlikte sosyal medya kullanıcıları yeni etkileyenler tabakası olarak bilinmektedir. Bu yeni tabaka, profesyoneller ve geleneksel gazetecilerin varlığını da bütünlemektedir. Bu şekilde sosyal medya kullanıcıları gazeteciler ile aynı seviyede ve hatta bazı durumlarda daha çok güvenilir ve mühim bireyler olarak görülmektedir (Zafarmand,2010 ;akt.Öztürk ve Talas, 2015).

Manavcıoğlu'na (2018) göre ise sosyal medya özellikleri şu şekildedir:

- Bireylerin yere ve zamana bağlı olmadan birbirleriyle paylaşımda bulunduğu ve tartışmaların yapıldığı internet uygulamalarıdır.

- Kullanıcılar oluşturdukları içerikleri kolay yolla yayınlayabilmektedir.
- Kullanıcılar diğer kişilerin paylaşım ve yorumlarını takip edebilmektedirler.
- Kullanıcılar takip edebildikleri gibi takip edilen durumundadır.
- Temelinde içten sohbet mantığı bulunmaktadır.
- Bilgiler informel olabildiği gibi araştırılabilir bir yapıya sahiptir (Manavcıoğlu,2015;akt.Boral Aslan,2018).

Sosyal medya ele alınan bu özellikleri ile kişisel ve kurumsal hayatta önemli bir yer edinmiştir. Katılımcıların da iletişime aktif bir şekilde katılabilmeleriyle artık geleneksel medyanın yerini sosyal medyanın aldığı söylenebilir. Bu değişikliğe yol açan geleneksel medya özellikleri ve bu değişikliğe iten sosyal medya özellikleri ise aşağıda belirtilmiştir.

2.3.GELENEKSEL MEDYA ile SOSYAL MEDYA FARKI

Günümüz iletişiminde geleneksel medyanın yerini yeni medya olarak adlandırılan sosyal medyanın aldığı çeşitli kaynaklarca da belirtilmiştir. Geleneksel bir iletişim aracı olarak televizyon bugün de yaygın şekilde kullanılmaktadır ama sosyal medya televizyonu gölgeler vaziyettedir (İspir ve Atar, 2019). Sosyal medya, adında medya geçmesine rağmen geleneksel medyadan farklılık arz etmektedir(Aydın,2015). Geleneksel medya ile internet ortamı karşılaştırıldığında aralarındaki en önemli fark iletişimin yönüdür. Televizyon yahut radyo gibi geleneksel medya araçları yalnızca verici için bir araçken alıcı bu iletişim biçiminde pasif durumdadır. Geleneksel iletişim araçlarında kişi pasif konumda olduğundan gelen bilgiyi kontrol edememektedir (İspir ve Atar,2019). Sosyal medyada ise tam tersi, alıcı gelen bilgiyi kontrol edip bu bilgiyi kendi sanal ortamında yayabilmektedir.

Son dönemlerde sosyal medyanın geleneksel medyaya kıyasla kurum ve kişilerce sıklıkla tercih edilmesinin bunun gibi belli bazı sebepleri olduğu düşünülmektedir. Geleneksel medya ile sosyal medyanın özellikleri karşılaştırıldığında aşağıdaki temel farklar ortaya çıkmaktadır (Çetinöz, 2013,s.152):

- Geleneksel medya tek taraflı iletişime imkan sağlarken, sosyal medya ortamları birey ve kurumlarla çift yönlü iletişime imkan sağlar.
- Sosyal medyada algıların yönetilmesi ile ilgili uzmanlık alanı ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte paylaşılabilir, ölçümlenebilir ve devam edilebilir olma özelliği ile geleneksel medyadan farklılık gösterir.
- Geleneksel medyada içerikler genellikle kontrolden geçer. Fakat yeni medyada yazı, görüntü, videonun yayınlanması yalnızca kullanıcının tekelinde bir olaydır ve kontrol mekanizması özneldir.
- Geleneksel medyada bilgi akışı, kurumlardan topluma doğru bir akış sergilerken sosyal medyada bu akış; kurumdan topluma, toplumdan kuruma ve kurumdan kuruma olabilmektedir.
- Sosyal medyada önceden yayınlanmış bilgi veya habere ulaşmak geleneksel medyada olduğundan kolaydır. Bununla birlikte yayınlanmış bilgi veya haberin değiştirilmesi olayı da yine sosyal medyada mümkündür.
- Sosyal medya kullanıcısının paylaşımlarının ölçümü daha kolay ve az zamanda gerçekleştirilebilir. Buna bağlı olarak yayın stratejileri de az zamanda planlanabilmektedir.
- Sosyal medyada paylaşılan dosyalarda yorum sınırı bulunmamaktadır. Bu da ileri seviyede bir iletişim yapıldığını göstermektedir. Kullanıcılar internet yayınlarını yalnızca izlemekle yetinmeyip yayıncı konumunda çeşitli yayınları rahatlıkla yapabilmektedir.
- Geleneksel medyada içerik üretmek ve paylaşmak için sermayeye sahibi olmak gerekmekteyken sosyal medyada yayın yapmak için buna ihtiyaç duyulmamaktadır. İstendiği takdirde az bir sermaye ile profesyonel yayın yapılabilmektedir.
- Geleneksel medya yayınları genellikle uzman kişilerce oluşturulmakta ancak sosyal medyada herkes içerik üretebilmekte ve yayınlayabilmektedir (Çetinöz,2013;akt.Çakmak, 2014).

Yurdigül ve Zinderen'e (2012) göre de genel olarak yeni medya ile geleneksel medyanın ayrıma giden bazı çizgileri vardır. Yeni medya ile geleneksel medya arasındaki farklılıklar yeni medyayı niteleyen üç temel

özellik etrafında şekillenmektedir:

Bunlardan ilki "etkileşim"dir. Bu kavram geleneksel medyada alıcı ile gönderen arasında direkt olarak bir etkileşim bulunmamasına rağmen yeni medyada etkileşimin doğrudan gerçekleşebildiğini ifade etmektedir.

"Kitlesizleştirme" olarak adlandırılan ikinci temel özellik ise geleneksel medyanın her kullanıcıya aynı mesajı göndermesine rağmen yeni medyanın her kullanıcıya birbirinden farklı mesaj iletilmesini ifade etmektedir.

Geleneksel medyadaki "aynı anda" lık zorundalığının ortadan kalkmasını ifade eden üçüncü nitelik ise "eşzamansızlık"tır.

Başbayram ve Turan'a (2018) göre de geleneksel medyada bir haber sunmak için fazla sermaye gerekirken sosyal medyada çoğu mecrada haberi ücretsiz üreterek internet ortamında tüketici konumundan üretici konumuna geçilebilmektedir. Sosyal medyanın özgünlüğünü oluşturan en önemli özelliğin de herhangi bir kişinin sosyal medyada içerik oluşturabilmesi, yorumda bulunabilmesi ve katkı sağlayabilmesi(Yağmurlu, 2011) olduğu söylenebilir.

Aynı zamanda yeni bir iletişim ortamı olan sosyal medyada kişiler arası etkileşim geleneksel medyadan farklılaşarak daha hızlı ve pratik duruma gelmiştir (Hatipoğlu, 2009;akt. Güzel,2020). Bu özellik ile birlikte bilgi kirliliği veya yanlış haberlerin hızla yayılımı da söz konusu olabilmektedir. Bu da sosyal medya kullanımının aslında çok özen gösterilmesi gereken bir alan olduğunu
düşündürmektedir. Sosyal medya vasıtasıyla doğruluğu tartışılmadan yayılan yanlış bir haber kişi ve kurumların itibarını zedeleyici nitelikte olabilmektedir.

Bunlarla birlikte geleneksel medyada haberler belli bazı ilkeler doğrultusunda topluma iletilirken geleneksel medyanın yayın politikasından dolayı kimi zaman sansüre uğramaktadır. Sosyal medyada ise özgürce ve sansürsüz aktarılmaktadır. Ancak sosyal medyada paylaşılanlar bazen toplumu yanıltıcı ve tahrik edici de olabilmektedir(Toraman ve Ormanlı, 2019). Bu durum da sosyal medyanın dezavantaja dönüşebilecek bir diğer özelliğidir. Sosyal medyada insanlar gruplar halinde hareket edebilmekte provokasyon niteliğinde durumlar yaşanabilmektedir. Bunun örneği Arap Baharı olarak adlandırılan olaylarda görülmüştür. Başta Ürdün, Cezayir, Tunus, Mısır, Libya,

Suriye, Bahreyn ve Yemen gibi ülkelerde görülen Arap Baharı; tüm dünyaya geleneksel medya araçları ve sosyal medya paylaşım siteleri vasıtasıyla yayılmış, radyo ve televizyonda sansüre uğrayan bazı haberler sosyal medya aracılığıyla insanlara ulaşmış; insanların bu bilgileri paylaşmasına imkan vermiştir(Kırık, 2012).

2.4.SOSYAL MEDYA ORTAMLARI

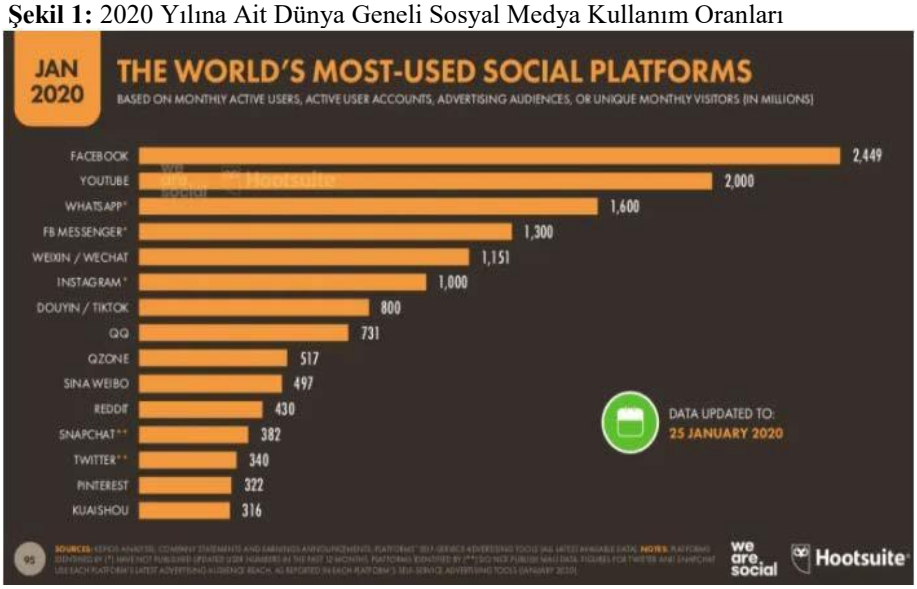
Yeni iletişim teknolojileri ile birlikte sosyal medya uygulamalarının kullanımı inkar edilemez olmuştur. Akıllı telefonlar vasıtası ile de kolay erişim sağlanabilir oluşu bunda etkilidir. Bunun dışında bilgisayar üzerinden de erişim sağlanabilen sosyal medya uygulamaları insanların hizmetine sunulmuş ve dünya üzerinde büyük çoğunluk tarafından kabul görmüş, benimsenmiştir.

Araştırma kapsamına giren ve okullarda kullanımına sıkça rastlanan sosyal medya ortamları şunlardır:

- Instagram
- WhatsApp
- Facebook
- Twitter

Bahsi geçen sosyal medya ortamlarının dünyada üzerinde kullanım oranları aşağıdaki gibidir:

Şekil 1: 2020 Yılına Ait Dünya Geneli Sosyal Medya Kullanım Oranları

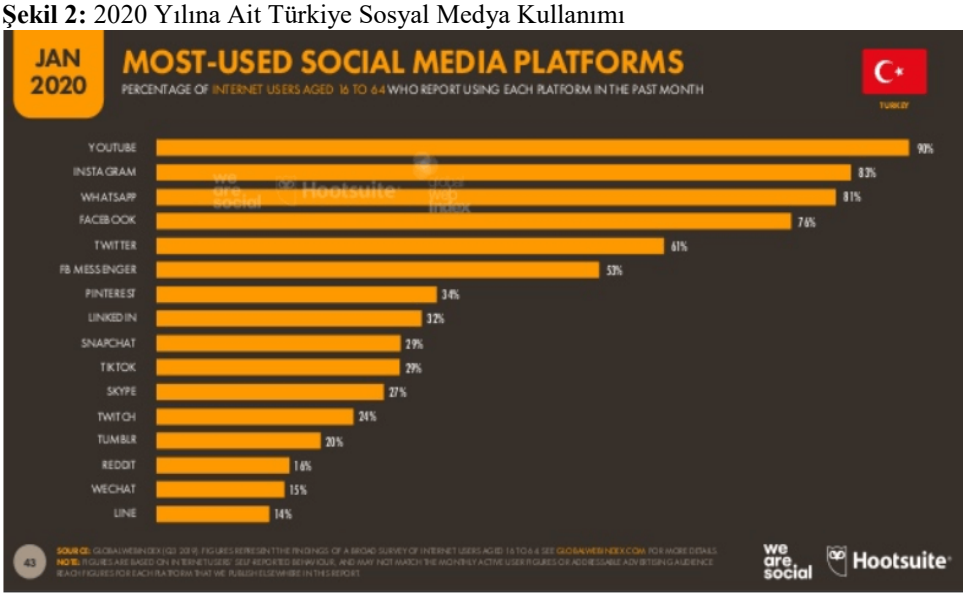


Kaynak:https://medyaakademi.com.tr/2020/02/03/2020-sosyal-medya kullanici sayilari/

Küresel anlamda Facebook'un 2.4 milyar, WhatsApp'ın 1.6 milyar Instagram' ın 1milyar ve Twitter'ın ise 340 milyon kullanıcı sayısına sahip olması (medyaakademi.2020)ve geçen her saniye bu platformlara milyonlarca kişinin üye olduğu düşünülürse artık bambaşka bir iletişim dünyasında olduğumuzu kabullenmemiz gerekmektedir (Batur, 2014).

Bahsedildiği üzere, değişen dünya ve yeni iletişim evreni ile birlikte Türkiye'de de durumun çok farklı olmadığı görülmektedir.

Şekil 2: 2020 Yılına Ait Türkiye Sosyal Medya Kullanımı



Kaynak: https://dijilopedi.com/2020-turkiye-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya- istatistikleri/

Yerel bazda incelendiğinde ise araştırma alanına giren Instagram'ın %83, WhatsApp'ın %81, Facebook'un %76, Twitter'ın ise %61 oranında bir kullanımla ilk beşte olduğu görülmektedir (dijilopedi.2020).

Araştırma kapsamında Türkiye'de en sık kullanılan ve en çok kullanıcıya sahip olan Instagram, WhatsApp, Facebook, Twitter uygulamalarının içerik ve işleyişine değinilecektir.

2.4.1. Instagram

2010 yılında fotoğraf paylaşıma özelliği ile hizmete giren Instagram, Kevin Systrom ve Mike Krieger adlı iki girişimci tarafından kurulmuş (Uluç ve Yarcı, 2017), fotoğraf ve video paylaşım ortamı olmasının yanında kullanıcıların akıllı telefon vasıtasıyla fotoğraflarını filtre özelliği uygulayarak

paylaşmasına ya da fotoğrafların alınmasına imkan sağlayan bir sosyal ağ sitesidir (Tüfek, 2016). Uygulamanın insanlar tarafından kullanımı oldukça benimsenmişken uygulamaya 2013 yılında video paylaşım özelliğinin de ilave edilmesiyle uygulama çok daha fazla kişiyi etkileme başarısı göstermiştir (Gülaslan, 2018).

Günümüzde Instagram görsel özellikleri dolayısılığıyla çoğunlukla özel şirketlerde reklam ve pazarlama amaçlı kullanılmaktadır. Şirketler paylaştıkları görseller sayesinde ürün tanıtımını yaparak satışlar sağlayabilmektedir. Markalar öncelikle reklam ve tanıtımlarını Facebook üzerinden yapmaya başlamış, Twitter'ın rağbet görmesi ile bu işlevi bu ağa taşımışlar, bugün ise artık modern dünya modası olarak bu reklam ve tanıtım işi ınstagram uygulaması üzerinden yapılagelmektedir(Öymen Kale,2016). Bununla birlikte son dönemlerde kurum ve kuruluşlarca da kullanılmaya başlanmış, kurumlar yaptıkları çalışmaları bu platform üzerinden de sergileyerek halk ile iletişime geçmeye başlamıştır.

Okul yöneticileri de okul adına açılan bir ınstagram hesabı üzerinden yapılan faaliyetleri paylaşarak öğrenci ve velilere bu yolla ulaştırabilmektedir. Okulların yaptıkları faaliyetleri bu yolla paylaşmalarının kurum imajında da etkili olduğu düşünülmektedir. Bununla birlikte diğer okul hesaplarınca da takip ediliyor olmasının teşvik edici ve ilham verici olduğunu düşündürürken, rekabet ortamını da güçlendirdiği düşünülmektedir.

2.4.2.WhatsApp

Kurum içi iletişimde bilginin iletimine yarayan ücretsiz bir uygulama olarak kullanılan WhatsApp Messenger, ücretsiz mesajlaşmaya yarayan bir çapraz platform mobil mesajlaşma uygulamasıdır(Yazıcı, 2015). 2014 yılında Facebook tarafından satın alınan uygulama, alıcıya iletilecek bilginin en ivedi biçimde aktarımının sağlandığı uygulamaların başında gelmektedir(Gülaslan, 2018).

WhatsApp'ın ücret karşılığı olmaması; başka bir servise kaydolmayı gerektirmemesi basit mesaj gönderme, emoji kullanma ve fotoğraf ve video göndermeye imkânı sunması onu, diğer mesajlaşma uygulamalarından farklı yapmaktadır(Uzun ve Uluçay, 2017).

Profesyonel çalışma hayatında ve eğitim alanında anında mesajlaşmanın etkisi inkar edilemez: iş organizasyonu, toplantı düzenleme, hızlı bilgi alış-verişi gibi(Yazıcı, 2015). Bu uygulama sayesinde kağıt israfına uğramadan, yönetim ile ilgili her türlü bilgi ve belgeler hızlı bir şekilde karşı tarafa iletilebilmektedir. Son zamanların en çok tercih edilen iletişim kanallarından birine dönüşen WhatsApp; yazışma, görüntülü ve sesli sohbet olanağı tanıyan, belge, görüntü, video paylaşımına zemin hazırlayan bir uygulamadır(Göncü, 2018).

Teknolojik gelişmelerden en üst derecede faydalanabileceğimiz uygulamalara ihtiyaç duyulan şu zamanda okul içinde yönetici ve öğretmenler tarafından sık kullanılan sosyal medya uygulamalarındandır WhatsApp (Avcı, 2019) ve okul yöneticileri ile öğretmenler tarafından ortak bir grup etrafında iletişim halinde bulunmayı sağlarken aynı zamanda öğretmenlerin de yönetime katılmalarına imkan vermektedir.

Gün geçtikçe daha çok insan tarafından talep gören WhatsApp üzerine yapılan araştırmalar niceliksel olarak yeterli görülmemekte, bu sebeple yapılacak araştırmaların büyük önem arz ettiği söylenebilir (Yazıcı, 2015).

2.4.3.Facebook

Günümüzde dünya çapında en çok bilinen ve talep gören bir sosyal ağ olan Facebook 2004 yılında Harvard Üniversitesi bilgisayar bilimleri bölümünde eğitim gören Mark Zuckerberg tarafından, eğitim gördüğü kampüsteki öğrencileri kapsayarak onlarla etkileşimde bulunabilmek için oluşturulmuş, daha sonra yaygınlaştırılmıştır(Lim, 2010,akt; İşman ve Albayrak,2014). Sosyal ağların en önemli örneği olan Facebook, kullanıcıların tanıdıkları veya tanımadıkları insanlarla iletişim kurmalarına ve bilgi alış verişinde bulunmalarına imkan tanıyan bir sosyal internet sitesidir (Yağmurlu, 2011).

Facebook; bireylerin arkadaşları ile zaman geçirmelerine, paylaşımda bulunabilmelerine, ve birlikte eğlenebilmelerine imkan veren sosyal bir ortamdır (Kobak ve Biçer, 2008). Facebook'un bu kadar hızlı yayılması ve bireylerce de benimsenmesinin altında bu ortamın kullanıcılarına sanal sosyalleşme, eğlence, iletişim, oyun, paylaşım, bilgi edinme, gündemden

haberdar olma ve bilgi üretip yayma gibi birçok imkân sağlaması yatmaktadır(Uluç ve Yarcı, 2017). Zaten Facebook'un kuruluş temelini de sosyalleşme amacının oluşturduğu görülmektedir.

Yapılan birçok çalışma, Türkiye'de ve de dünya genelinde en çok kullanılan sosyal medya ortamının Facebook olduğunu, Facebook'un akabinde sırasıyla en fazla Youtube, WhatsApp, Facebook Messenger, Twitter ve Instagram uygulamalarının kullanıldığını (Çalapkulu ve Şimşeker, 2019) göstermektedir.

Temelde öğrenci baz alınarak oluşan ve kullanılan bu sosyal ağ; eğitim ortamlarında bir grup oluşturabilme , karşılıklı etkileşim sağlanma ve dönütler alınmasında büyük kolaylık sağlamaktadır (Gülbahar, Kalelioğlu ve Madran, 2010). Bu kolaylık sebebiyle şimdilerde öğretmenler dahil birçok kamu görevlisi ve kamu kurumunca da tercih edilen ve kullanılan facebook gibi platformlar sayesinde akademik dünyada kişiler arası iletişimler ve etkileşimler farklı ve yeni bir boyut kazanmaktır(Yu ve diğerleri,2012;akt. İşman ve Albayrak,2014). Okul yönetiminde kullanılma alanı ise okul adına bir Facebook hesabı tanımlanması ile gerçekleşmektedir. Bu hesaplar dışa görünür kılındığında faydalanmak isteyen herkes: çalışanlar, diğer kurumlar, veliler vb. diledikleri zaman kurumlara ulaşabilmekte ve kurumlarla iletişime geçebilmektedirler.

Sosyal ağların eğitim ortamında kullanılmasının sebepleri de değişkenlik göstermektedir. Faydacılık temelinde düşünüldüğünde hem öğretmen hem idareci hem de öğrenci nezdinde sosyal ağların etkisi görülmektedir. Öğretmenlerin Facebook'u tercih sebepleri incelendiğinde dersleri için grup oluşturabilme, bu gruba öğrencileri dahil edebilme, içerik ve paylaşımları denetleyebilme, ders yönetimini yapabilme, eğitsel içerik ve bilgileri paylaşabilme, duyuru ve bilgilendirmelerini yaparak diğer grup üyelerine ulaşarak iletişimi geliştirebilme gibi birçok yararının olduğu görülmektedir(Yılmazsoy, 2018).

2.4.4.Twitter

Farklı araştırmacılar tarafından farklı bakış açılarıyla tanımlanan Twitter, dünya genelinde kalabalık kitlelerce kullanıcıya sahip, kullanıcıların akıllı

telefon veya bilgisayar yardımıyla çevreleri, aile ve çalışma arkadaşlarıyla sürekli etkileşimde bulunma amacıyla kullandıkları bir online sosyal ağdır(Huberman, Romero ve Wu, 2009, akt; Erol vd.,2012). Anında mesaj aktarma olanağı sağlaması, Twitter'i en çok kullanılan ve popüler sosyal medya platformlarından biri haline getirmiştir (Uluç ve Yarcı, 2017).

Kullanıcılar Twitter sayesinde takip etmek istedikleri kişileri takibe alıp kendi arkadaş çevresini oluşturabilmekte bununla birlikte profesyonel bilgi alabilme ağlarını da oluşturabilmektedir. (Greenhow, 2009,akt; Odabaşı, Mısırlı, Günüç, Timar, Ersoy, Som, Dönmez, Akçay ve Erol, 2012). Okullar da tıpkı Facebook hesabı gibi kurum adına bir hesap açıp buradan gündem oluşturmakta ya da gündemi takip edebilmektedir. Twitter kullanıcıları bu ortamda fikirlerini yazı ile ya da görüntü, video ve beğendikleri sayfaların bağlantılarını diğer takipçileriyle paylaşabilir, takipçileri ise bu paylaşımlara yorumlar yapabilir ya da kendi hesaplarındaki arkadaşlarının da görebileceği şekilde yeniden paylaşabilirler (Erol vd.,2012).

Twitter; doğru ve aktif kullanıldığında, kamu kurumlarına geniş bir kitle ile etkileşimde bulunma imkânı sağlarken kamusal olaylar ile ilgili diyaloglar oluşturulmasına imkan sağlamaktadır(Gülaslan,2018). Bu imkan sayesinde kamusal, siyasal ve sivil alanın üst düzey yöneticilerinin ve temsilcilerinin Facebook ve Twitter'da aktif olmasıyla birlikte devlet kurumların ve idareciler de sosyal ağları görmezden gelememişler (Erkek, 2016), bağlı oldukları kurum adına hesap açarak burada da varlıklarını göstermeye başlamışlardır.

2.5.SOSYAL MEDYANIN AVANTAJ ve DEZAVANTAJLARI

Yapılan araştırmalar internet ve sosyal medyanın; bilgi akışını hızlandırması, vakitten tasarruf sağlama gibi olumlu etkilerinin yanında bireyleri yalnızlığa itmesi, iletişimde kalite düşmesi, ve bireylerin sosyal ve özel ortamlarına zarar vermesi gibi olumsuz taraflarının da olduğunu göstermektedir(Akın, Özbay ve Baykut, 2015).

Aşağıda sosyal medyanın avantajlarına ve dezavantajlarına yer verilmiştir.

2.5.1.Avantajları

*Sosyal medya hızlı ve günceldir. Kullanıcılar kendi ürettikleri içerikleri anında, tüm dünya ile paylaşabilmektedir.

*Sosyal medya ekonomiktir, sosyal medyada hesap oluşturmanın maddi yükü yoktur.

* Sosyal medya güvenilirdir.

*Sosyal medya karşılıklı etkileşim ve konuşma imkanı sağlar.

* Sosyal medyada kullanıcılar duygu ve düşüncelerini, beğendikleri yazı ve görüntüleri takipçileriyle paylaşmaktadırlar.

* Sosyal medya, kullanıcılarını hem üreten hem tüketen konumuna getirmektedir.

* Sosyal medya , kullanıcılarına sunulan içeriklerden ilgilendiklerini seçebilme olanağı vermektedir.

* Sosyal medya tanınmış bireylerin, siyasilerin, özel ve resmi kurumların kendi takipçileri ile aracısız ilişkiler kurmalarına imkan tanımaktadır (Öztürk ve Talas,2015).

Hal böyle olunca onların soru ve eleştirilerine anında cevap verebilme imkanı elde etmektedirler. Kısacası iki yönlü ve eş zamanlı iletişime imkan sağlaması, hızlı olması, düşük maliyetli olması başlıca avantajları arasında sayılabilir (Bakan,2008; akt.Solmaz,Tekin, Herzem ve Demir, 2013) .

Sosyal medyanın avantajlarını Şengöz ve Eroğlu (2017) ise şöyle sıralamaktadır:

- Daha kalabalık gruplara ulaşım olanağı sağlar.
- Satış ve pazarlama faaliyetlerine olanak verir .
- İşletmelerin reklam ve tanıtımına katkısı vardır.
- Daha fazla etkileşim olanağı sağlar.
- Kurumsal iletişimde önemlidir.
- Kurumların karar alma etkinliklerine fayda sağlar (Şengöz ve Eroğlu, 2017;akt.Boralaslan, 2018).

2.5.2.Dezavantajları

Sosyal medya kişilere ve kurumlara sınırsız paylaşım yapabilme imkanı verdiğinden bazı durumlarda istenmeyen durumlara da sebebiyet verebilmektedir. Sosyal medyanın iyi taraflarının bulunmasıyla bir bağımlılığa dönüşme ihtimali de vardır .Bu duruma sebebiyet oluşmaması için bu alanın dikkatle kullanılması gerekmektedir (İnce ve Koçak, 2017;akt. Güzel, 2020). Bu kısımda sosyal medyanın dezavantajları üzerinde durulacaktır:

* Sosyal medya, bilgiyi hızla ilettiğinden olumsuz olay ve haberler de hızla yayılma olanağı bulacaktır.
* Sosyal medyada etkinlik yürütebilmek hummalı bir çalışma gerektirmektedir,

bu sebeple çıkabilecek bir aksaklık çok büyük sonuçlar doğurabilmektedir.

* Sosyal medya yoluyla herkes bilgi paylaşımı yapabildiğinde bilgi kirliliği oluşmakta, insanlar doğru bilgiye hangi kaynaktan ulaşabilecekleri konusunda sıkıntılar yaşamaktadırlar.
*Sosyal medya, internet bağlantısının olduğu her yerde kullanılabilmektedir;

Bilgisayar veya akıllı cep telefonları gibi. Bu özellik ilk etapta avantaj gibi düşünülebilir yalnız çalışma ve iş hayatında odaklanan kişilerin kesintiye uğramasına sebep olduğu veya yaşam dengesini bozabildiği için dezavantaj sayılmaktadır(Şengöz ve Eroğlu,2017;akt.Boralaslan, 2018).

Kamu yöneticileri çalışanlarının sosyal medya ortamlarındaki varlığını kabul görüp çalışanlarına bu alanla ilgili eğitim alanları oluşturmalı ve eğitim vermelidir(Erkek, 2016). İnterneti ve sosyal medyayı yanlış kullanıp zarar görme ve kurumların zarar görmesine mahal verme sebebinden dolayı bu eğitim gereklidir. Aynı zamanda sosyal medya araçlarının örgüt için devamlılığının sağlanabilmesi ve paylaşımların kuruma zarar verici bir niteliğe dönüşmemesi için kurum yönetici ve çalışanlarının sosyal medyayı hususiyetle kullanmaları gerekmektedir (Şengöz ve Eroğlu, 2017).

Sosyal medyada başka olumsuz durumlar ortaya çıkabilmektedir.

Özellikle doğruluğu teyit edilmeyen pek çok bilgi, haber, fotoğraf bu alanlarda paylaşılabilmektedir. Bunun gibi, kurumlar için ciddi bir tehdit olan sosyal medya riskleri doğru bir şekilde yönetilmediği takdirde kurumlara önemli zararlar verebilmektedir(Kaya ve Mengi, 2019).

İletişim süreçleri açısından ise her durumda planlanan veya beklenenle karşılaşılamayabilir .Gönderici ve alıcı arasındaki hiyerarşik, psikolojik, dil ve teknik farklılıklar iletişim süreçlerinde bazı engeller oluşturabilir ya da probleme kaynaklık edebilir(Yılmazer, 2020;akt.Aydemir, 2021).

2.6.EĞİTİM KURUMLARINDA SOSYAL MEDYA

Gündelik hayatta dijitalleşmenin doğal bir sonucu olarak eğitimde de dijital dönüşümün yaşanması kaçınılmazdır (Taşkıran, 2016;akt.Özen, 2019). Hızla gelişen bilişim teknolojisi, eğitimde de yeni imkanlar, kolaylıklar sağlarken aynı anda eğitimcilerin yeni teknolojiye uyum göstermelerini; mesleki gelişimde teknolojiden faydalanmalarını gerekli kılmaktadır (Özmen, Aküzüm, Sünkür ve Baysal, 2012).

Ticari amaç güden örgütlerde sosyal medya daha çok hedef kitleye ulaşma, ürün ve kurumun tanıtımını yapma, müşterilerini ve rakiplerini gözlemleme amaçlarıyla kullanılırken akademik çalışmaların sunduğu sonuca göre ise sosyal medya araştırma, haberleşme ve iletişim kurma amacıyla kullanılmıştır (Boralaslan,2018). Sosyal medya ortamlarının, eğitim süreçlerine kolaylıkla aktarılabilir oluşu ile (Öztürk ve Talas, 2015) son dönemde eğitim teknolojileri alanında da kullanılır olmuş; Facebook, Twitter, Instagram gibi uygulamalar bireylerin kendi sosyal çevreleri ile eğitimde gönderici-alıcı koordinasyonuyla yer almaya başlamıştır(Özer, 2019).

Bu gelişmeler günlük yaşamımızın her alanını etkilediği gibi eğitim alanını da etkilemekte eğitim alan ile vereni zaman ve mekândan bağımsız olarak bir araya getirebilmekte çevrimiçi veya çevrimdışı olarak eğitimin devamlılığını sağlayabilmektedir(Aydın,2019). Sosyal medya işlevsel açıdan yalnızca bir iletişim aracı olarak kalmaz. Bunun yanı sıra çok önemli bir eğitim aracıdır. Bilhassa geniş halk topluluklarının eğitimi bakımından çok önemli hizmetler yerine getirebilir (Arslan, 2006;akt.Mencik ve Çalışkan, 2015). Öğretmen adaylarının genel ifadesine göre sosyal medya okul faaliyetlerine

destekleyici bir araçtır(Özkan, 2019).

Sosyal medyanın eğitimde temel bir araç haline gelmesinde, okul içinde veya okul dışında eğitim öğretim ortamını sağlaması, anlık iletişim özelliği ile içerik ile ilgili tartışma imkânını sağlaması, ödev ya da materyal paylaşılabilmesi; öğrencilerin, velilerin ya da öğretmenlerin tüm bu süreci anlık olarak takip edebilmeleri önemli etkendir (Özkan, 2019).Sosyal medya uygulamalarının eğitim ortamınca benimsenmesinin; öğrenci ile öğretmenler arasında daha verimli bir iletişim imkanı sağlayacağı, bunun yanında birbirlerini tanımalarına imkan vereceği söylenebilir(Öztürk ve Talas, 2015). Nitekim sosyal medyanın sürekli güncellenebilmesi, interaktif olması**,** aynı anda birden fazla katılımcıyla iletişime geçilebilmesi ve sanal paylaşımlara imkan tanıması gibi nedenlerden dolayı hem kurumlar hem de kişiler için en makul görülen ortamlardan biri olarak görülmektedir(Yeniçıktı, 2016).

Stansbury'ye (2011) göre sosyal medyanın okulda kullanımı şöyle sıralanmıştır:

- Öğretim ve gerçek yaşam uygulamalarını bütünleşik kılma,
- öğretmenler arasında ilişki kurma,
- iş birlikli öğrenme,
- kültürler arası iletişim ve farklı dil öğrenme,
- değerlendirme gereçleri ve anket oluşturma,
- öğrenmeyi uzaktan gerçekleştirme,
- velilerle iletişime geçebilme,
- öğrenciler ve veliler ile ders ödevlerini/duyurularını paylaşma,
- sosyal yardımlaşma grupları oluşturma, kişisel gelişim ve kariyer gelişimi

(Stansbury 2011;akt. Eren, 2014).

Özetle sosyal medya platformlarının eğitim öğretim ortamlarında öğretmen ve öğrenciler tarafından kullanılması mühimdir (Başbayram ve Turan, 2018). Toplumsal yaşama bakıldığında sosyal medyanın içerisine doğan yeni neslin adaptesinin kolay olması sebebiyle sosyal medyadaki varlıklarının diğer kuşaklara göre daha yoğun olduğu görülmektedir (Güzel, 2020). Hal böyle olunca sosyal medya kullanım oranının gittikçe yaygınlaşması, bu teknolojilerin eğitsel amaçlı kullanımına ilişkin yapılan araştırmaları önemli

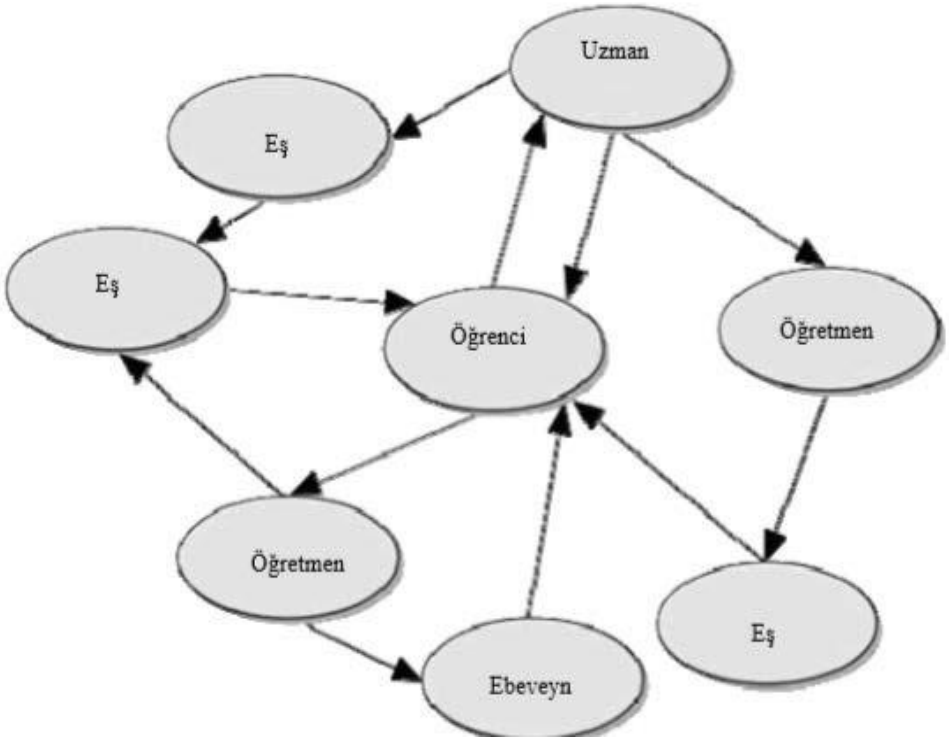
kılmaktadır (Eren,2014). Sosyal medyanın eğitim ile ilişkisini inceleyen akademik çalışmalar çoğunlukla yeni teknolojik araçlarla birlikte eğitimin dönüşmesi gerektiğine odaklanmakta ve dijitalleşen eğitimde yeni medyanın araç olarak katkısını incelemektedir (Özarslan, 2019). Artık yalnızca eğitim ortamındaki katkısının değil, yönetim biçimine ve kurum iletişimine olumlu veya olumsuz etkilerinin de araştırılması gerektiği düşünülmektedir.

2.7.EĞİTİM ORTAMINDA SOSYAL MEDYA KULLANIMI

Sosyal medyanın, artık yaşantımızda çok önemli bir konuma sahip olması bir araç olarak eğitim yönetiminde kullanılmasını kaçınılmaz hale getirmiştir. Yönetim; hedefe giden yolda belli süreçlerin yürütülmesi olarak kabul edilirse bu süreçlerin verimli, etkili ve rasyonel bir biçimde yürütülmesinde teknoloji kullanımına gereksinim vardır (Topçu ve Ersoy, 2020). Eğitimde, iş hayatında, haberleşmede, sağlıkta, turizmde, siyasette kısacası her alanda sosyal medya ile karşılaşmaktayız (Güzel, 2020). Eğitim kurumlarının kendilerine biçilen sürdürülebilir olma görevini yerine getirebilmeleri adına veli ve öğrencilerin gereksinimlerine hızla yanıt verebileceği, talep ve beklentilerini hızla keşfedebilecekleri sosyal medya platformlarına sahip olmaları önemlidir (Charoensukmongko ve Sasatanun, 2017;akt.Doğan ve Barutçu, 2019).

Çakın ve Akyavuz'un (2020) yaptığı çalışmaya göre öğretmenlerin öğrencileri destekleyici etkinlikler yapmak ve motive etme yöntemi olarak sosyal medyayı kullandıkları belirlenmiştir. Bu kategori; "eğlenceli aktiviteler yaptırması (7), öğrencileri onure etmesi (6), telafi eğitimi yapılacağını söylemesi (5), keyifli müzikler yollaması (2), emoji, yıldız, vb. göndermesi (2), ödevleri WhatsApp'ta durum olarak paylaşması gibi. Türkiye'nin de içinde bulunduğu tüm dünya ülkelerinde yayılım gösteren COVİD 19 virüsü sebebiyle yüz yüze eğitime ara verilmiş, bununla birlikte uzaktan eğitim sistemlerinin önemi daha da artmıştır (Aydoğar ve Yirci, 2020). Bu önem dolayısılığıyla sosyal medya ve internet; öğretmenin okul, veli ve öğrenci ile kurduğu iletişiminde hızla ve çoklukla kullanılan bir ortam haline gelmiştir (Korkmaz, Güven ve Ünal, 2017).

Şekil 3: Sosyal Medya Kullanımı İletişim Grafiği



Kaynak: Dawley,2009;akt.Vural ve Bat, 2010.

2.8.PANDEMİ DÖNEMİNDE SOSYAL MEDYA

1 Aralık 2019'da Çin'in Hubei bölgesinin başkenti olan Wuhan kentinde ortaya çıkan 2019-20 Coronavirüs (Covid-19) pandemisi (Wikipedia, 2020a), küresel düzeyde sağlık başta olmak üzere, ekonomi, sosyal yaşam ve eğitim uygulamaları üzerinde çok önemli değişimlere ve etkilere neden olmuş ve Dünya Sağlık Örgütü (WHO, 2020) tarafından 11 Mart 2020'de küresel bir pandemi olarak ilan edilmiştir(Can, 2020). Pandemi süreci tahmin edilemez boyuta ulaşmış, etkisi tüm dünyaya yayılmıştır. Beklenmeyen bu durum, yönetilmesi gereken bir kriz olarak adlandırılabilir. Kriz zamanlarında düzen geçici de olsa alt üst olur, işler birbirine karışır; dolayısıyla yönetimin önemi artar ve liderlik, iletişim gibi yönetsel beceriler gerçek manalarına kavuşur (Demirtaş, 2000;akt. Sarı ve Sarı,2020). İlk etapta sağlık alanını ilgilendiren bir süreç gibi görünse de COVID-19 pandemisi, sağlık, ekonomik, sosyal yönden birçok olumsuzluk doğurmakla birlikte eğitsel anlamda da olumsuz sonuçlara

yol açmış(Çakın ve Akyavuz, 2020) küresel bir sağlık krizi olmakla birlikte dünya çapında çok sayıda öğrenci, öğretmen ve ebeveynin de hayatını değiştirerek onları uzaktan eğitim öğretim faaliyetlerine dahil olmak durumunda bırakarak(Özcan ve Saraç, 2020) eğitim alanını da yakından ilgilendirdiği görülmüştür. 2019-2020 Coronavirüs (Covid-19) pandemisi, dünya çapında eğitim sistemlerini etkilemiş, yaygın bir şekilde okulların ve üniversitelerin kapanmasına neden olmuştur (Wikipedia,2020;akt.Can,2020). Eğitim yönetiminin bu işlevleri yerine getirmesi bazen doğal afet, salgın hastalık gibi farklı sebeplerle sekteye uğrayabilir. Örneğin; COVID-19 salgını sürecinin Türkiye'de eğitim yönetiminin işlevlerini yerine getirmesini sekteye uğrattığı söylenebilir(Sarı ve Sarı, 2020). Eğitim alanında kriz yönetimine ilişkin literatür incelendiğinde mevcut çalışmaların yaşanan deprem, tsunami ya da sel gibi doğal afetler nedeniyle eğitimin genelde belli bir bölgede kesintiye uğraması durumunda okul müdürlerinin krizle baş edebilme stratejilerine odaklandığı görülmektedir (Keleş ve Karanfil, 2020). Okul yönetimleri öğretmen, öğrenci ve velilerle sürdürülebilir iletişim kanalları belirlemeli ve eğitim planlarının eğitim kriz yönetimi kurullarının önerileri doğrultusunda esnek ve uyarlanabilir olarak hazırlanmasını sağlamalıdır(Sarı ve Nayır, 2020).

Dünya çapında pandemi ile baş etme yolları aranırken ülkelerce de bireysel çapta birtakım çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Araştırmacılar uzaktan çalışmanın hem çalışanlara hem de yöneticilere fayda sağlıyor gibi görünen teknoloji odaklı bir yenilik olduğunu vurgulamış ve çalışanların sürekli uzayan işe gidiş geliş sürelerini ortadan kaldırabileceklerini ve kendileri için en uygun saatlerde çalışabileceklerini, yönetimin ise yüksek fiyatlı ofis kiralarından tasarruf edeceği ve ofisten uzakta yaşayan adayları işe alarak yetenek havuzunu derinleştirebileceğini ileri sürmüşlerdir (Streitfeld, 2020;akt.Bilginoğlu, 2021).

Yapılan çalışmalarla birlikte hem devlete bağlı okullarda hem özel okullarda da bu doğrultuda iş ve işleyiş bakımından yeni düzenlemelere gidilmiş, artık hayatımıza "uzaktan çalışma" gibi "uzaktan eğitim" kavramı girmiştir. 12 Mart 2020 tarihinde dünyada pandemi ilan edilmesinin ardından dört gün sonra 16 Mart 2020 tarihinden itibaren Türkiye'de tüm okullar

kapatıldı ve 23 Mart 2020 tarihinden itibaren de anaokulundan lisansüstü eğitime kadar her kademede hızla uzaktan dijital eğitime geçildi (Sirer, 2020). Covid-19 süreci ile birlikte dünyada ve Türkiye'de eğitimlere ara verilmiş ve eğitim öğretim uzaktan eğitim yöntemi ile gerçekleştirilmiştir (Akyavuz ve Çakın, 2020). Değişen bu sistemde yalnızca öğrencilerin değil, öğretmen ve okul yöneticilerinin de etkilendiği görülmüştür. Eğitimin verimli şekilde sağlanabilmesi için iletişim ve koordinasyonun önemi bilinmektedir. Bu bağlamda, teknoloji odaklı iletişim ve koordinasyonun önem arz ettiği günümüz okullarında Covid-19 salgını sürecinde yoğun bir iletişimin gerçekleştiği düşünülmektedir (Dilekçi ve Limon, 2020). Hal böyle olunca bu koordinasyonu sağlama görevi okul müdürlerinin kriz yönetim özelliklerini ön plana taşımış okul yöneticileri tarafından birtakım çözümlere gidilmiştir. Eğitim yönetimi alanında kriz ve kriz yönetimi olguları COVID-19 pandemisiyle birlikte daha da önemli hale gelmiştir(Sarı ve Sarı, 2020). İşgörenlerin evlerinden çalıştığı ve eğitim öğretim süreçlerini sürdürülebilir kılmaya çalıştıkları pandemi döneminde okul müdürlerinin okul içi görev ve sorumluluklarda iletişime ve koordinasyona yaptıkları vurgunun oldukça önemli olduğu görülmektedir.

Okul müdürlerinin COVID-19 sürecine ilişkin okul web-sitesi, sosyal medya hesaplarını etkin bir biçimde kullandıkları gerek pandemi gerekse de okul süreçlerine ilişkin bilgileri paylaştıkları anlaşılmaktadır (Kavrayıcı ve Kesim,2021). Nitekim günümüz okullarında iletişim sürecinin aksamadan sürdürülebilmesi amacıyla en başta Whatsapp grupları olmak üzere, Zoom, Microsoft Teams gibi programların; mail grupları, sms, okul web siteleri ve sosyal medya hesaplarının aktif bir biçimde kullanılmakta (Kavrayıcı ve Kesim,2021) örgütsel iletişimde Whatsapp, Telegram ve Bip gibi senkronize kanallardan yararlanmaktadır (Balcı ve Tezel Şahin, 2018).

Katılımcıların tamamı (n=14) kurdukları WhatsApp grupları ile öğretmenleri düzenli olarak bilgilendirdiklerini, bakanlıktan gelen yazıları paylaştıklarını, öğretmenlerinin gerek derslerinde gerekse öğrenci ve veli iletişimlerinde "otonom" olmalarını ve "her tür sorunu anında ve çekinmeden" paylaşmalarını istediklerini ifade etmişlerdir. Öğretmenlerin "gereksinimleri

olduğu her an sanal ortamda" toplantılar yapılmıştır (n=12). Sınıf öğretmenleri ve rehberlik öğretmenlerinin beraber çalışarak öğrencileri "WhatsApp yoluyla motive etmeye" çalıştıklarını paylaşmışlardır(Keleş ve Karanfil, 2020). Görüşmeye katılan okul yöneticilerinin hepsi pandemi sürecinde öğretmenlerle resmi olarak sosyal medya hesapları üzerinden iletişim kurduklarını ve öğretmenlerle haftalık online toplantılar yaptıklarını belirtmişlerdir (Akyavuz ve Çakın,2020). Chang & Satako'ya (2020) göre, hemen hemen tüm ülkeler, öğretmenler ve okul yöneticileri, öğrenciler ve velilerle iletişimi desteklemek için mevcut uygulamaların yanı sıra, canlı dersler ve çevrimiçi kurslar düzenlemektedirler (Can, 2020).

2.9.YÖNETİM ve İLETİŞİMDE SOSYAL MEDYA

2.9.1.Yönetim Kavramı

Yönetim, örgütün belirlediği hedeflere ulaşabilmesi için insan kaynaklarını ve fiziksel kaynakları en etkili ve düzenli bir şekilde sağlama, yerleştirme ve kullanmaya yönelik tüm eşgüdümleme çalışmalarını kapsayan ve örgütü çevresel dinamik bir denge içinde tutmaya çalışan bir süreçtir (Başaran ve Güçlü, 2017). Kurumların var oluşuna sebep olan süreç, elinde bulundurduğu kaynaklarını kullanarak vaktin en verimli biçimde kullanılmasını sağlayabilme sürecidir. Başka bir tanımla; belirli hedefler doğrultusunda kaynakların planlama, örgütleme, yöneltme ve denetim aşamaları ile uyum içinde kullanılmasıdır (Memduhoğlu ve Yılmaz,2017,s.2). Eğitimde yönetim fonksiyonu önemlidir. Belirlenen hedeflere ulaşabilmek için yöneticiler çalışanlarıyla birlikte ortak hedefler belirlemelidirler (Güner, 2017).

2.9.2.Kamu Yönetiminde Sosyal Medya

Sosyal medya uygulamaları sadece kişilerin değil kamu kurum ve kuruluşları ile ticari işletmeler için de bir zorunluluğa dönüşmüş durumdadır (Özolu, 2020;akt. Oran, 2020). Sosyal medyanın yaygın kullanımıyla artık kamu kurum ve kuruluşları da sosyal medya uygulamalarından uzak duramamışlar ve kamu hizmeti ve yararını gözeten kamu yönetimi -bir değer oluşturarak anlamlı etkinlikler gerçekleştirme bazında- sosyal medyaya dahil olabilmektedirler(Yağmurlu, 2011). O kadar ki artık sosyal medya platformları hem kamu sektörünün hem de özel sektörün en önemli alt yapılarından biri

durumuna gelmiş ve özellikle bilgi edinme ve bilgi yayma alanında zamandan oldukça tasarruf sağlamışlardır(Ilgın ve Çelik, 2019). Sosyal medyayla birlikte bireyler ve kurumlar mesajları alan bir konumdan çıkmış, bilgiyi paylaşan haline gelmiştir (Çalapkulu ve Şimşek, 2020).Kurum içi ve kurum dışı halkla ilişkilerinde sosyal medyayı araç olarak kullanmaya, yönetim organlarını sosyal medya üzerine inşa etmeye başlamışlardır. Hatta öyle ki işe alımları dahi sosyal medya üzerinden yapmaya başlamışlardır. Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan bu dönüşüm, yalnızca bireylerin gündelik hayatlarını etkilemekle kalmamış aynı zamanda devlet ile vatandaşlar arasındaki etkileşimi de dönüşüme uğratmıştır (Chun vd.,2010;akt.Tarhan, 2012). Buna karşılık halk da talep ve isteklerini sosyal medya

aracılığı ile ilgili kurum ve kuruluşlara iletir olmuştur.

Sosyal medyanın bahsi geçen özellikleri kamu yönetiminde bu kadar benimsenmesinde etkili olurken kurum ve kuruluşların yanında siyasiler ve yöneticilerin de karar alma ve ikna etme aşamalarında sosyal medya imkanlarından yararlanmaları (Erkek, 2016) bireyleri ve kurumları sosyal medya kullanmaya itmiştir. Türkiye'de siyasetçilerin sosyal medyaya olan ilgilerinin gittikçe arttığı bir zamanda seçilme yaşının da 18'e çekilmesiyle sosyal medyanın siyasal propaganda için önemli araçlardan biri olacağı söylenebilir (Tosyalı ve Sütçü, 2018).

Kurum içi iletişimde kullanılan sosyal medya platformları kişisel, içten dilleri sayesinde kamularla duygusal bağ kurma işlevi görmekte, kurulan bu bağ kişiye veya kuruma yönelik kurumsal kimliği güçlendirmektedir (Yağmurlu, 2011). Bu kurum açısından bir avantaj sayılabilmekte çünkü kurumuna bağlılık duyan çalışanların çalışma verimlerinde artış gözlenmekte olduğu bilinmektedir. Ancak bununla birlikte çevrimiçi kamusal alan ile birlikte iletişimde özgür bir ortamın sağlanmasının yanı sıra denetim mekanizmasının etkisi de büyük ölçüde azalmıştır. Bilgi, bir denetim mekanizmasına tutulmadan paylaşılabilmekte ve bu durum da bazen bilginin doğruluğunun ve etik olup olmamasının tartışılmasını da beraberinde getirmiştir (Toraman ve Ormanlı, 2019).

2.9.3.Okul Yönetimi

Okul yönetimi, eğitim yönetiminin temelinde bulunan alt dallardan biridir (Ağaoğlu, 2006). Okul bir karar organizmasıdır, eğitim sistemini bir bütün olarak ele alıp sentez amacıyla sınırlı bir alanda uygulama görmesidir (Bayrakçı ve Dizbay, 2013). Öğrencilerin somut olarak birbirleriyle iletişime geçebildiği ve öğrenim faaliyetlerini sürdürdüğü, bundan dolayı da toplum tarafından ayrılmaz bir unsur olarak görülen yerler okullardır (Yalçınkaya, 2004). Eğitim yönetiminin en değerli alanı olan ve toplumun merkezi sayılan okullarımız, farklı okul yönetimi modelleri ile hizmet göstermektedir. Eğitim işini kurumsal olarak yürütmeye başladığından beridir de kitlelere hitap ederek toplumda önemli görevler üstlenir durumdadır (Aslanargun, 2007).

Yönetim biçimlerini Başaran (1992); yetkeci, koruyucu, destekçi ve birlikçi yönetim olmak üzere dört şekilde sınıflandırmıştır:

Yetkeci yönetimde; çoğunlukla erk kaynağı kanunlar ve yöneticinin makamıdır. Yönetici, yapıyı kurma ve vazife üzerine odaklıdır. Yönetici, görevleri tertipler ve iş görenlere paylaştırır, bununla birlikte tüm yönetsel yeterliğini örgütsel amaçların yüksek düzeyde gerçekleştirilmesi için kullanır.

Koruyucu yönetim; uygulayan yöneticinin erk kaynağı, elinin altında bulundurduğu ve dağıtımından mesul olduğu ekonomik kaynaklardır. Koruyucu yönetici, çalışanlarla iyi ilişkiler kurarak verimliliği artırmaya çalışır.

Destekçi yönetimde erk kaynağı, örgütsel önderliktir. Destekçi yönetici

çalışanları yakınen tanımayı önemser.

Birlikçi yönetimde, erk kaynağı, yönetim ve üretim konularındaki uzmanlığıdır. Birlikçi yönetim daha çok işbirliği ile çalışmaya dayanmaktadır (Başaran,1992;akt.Başaran ve Güçlü, 2017).Değişen dünyaya uyum için de okullarımızda var olan yönetim modellerinin üzerine yeni yönetim modelleri tartışma konusu olmuştur(Yalçınkaya,2004). Okul yönetiminin vazifelerini işler kılabilmesi, okulun sahip olduğu tüm olanak ve kaynakları verimli şekilde kullanarak eğitimin amaçlarına uygun bir biçimde yaşatabilmesine ve okul yöneticisinin etkili olmasına bağlıdır (Demirtaş ve Özer, 2014;akt. Argon ve Burukoğlu, 2020).Etkili bir okul yönetiminde tüm bunların okul yöneticileri

tarafından dikkate alınması, bilhassa da öğretmenlerin okul yönetim süreçlerine dahil edilmesi büyük ehemmiyet taşımaktadır. (Can ve Ozan, 2020).

Yöneticilerin okulun yönetiminde benimsedikleri tavır ve davranışlara göre biçim alan adalet unsuru okul yönetiminin olmazsa olmazlarındandır(Erol ve Cesur, 2020). Okulların daha etkili yönetilmesinde ve verimliliğin artırılmasında, denetimin daha etkin yapılmasında, şeffaflığın ve hesap verilebilirliğin sağlanmasında teknoloji kullanımında daha fazla ihtiyaç duyulmaktadır(Topçu ve Ersoy, 2020).

Yöneticilerin okulun gereksinimlerine göre çevrenin hangi paydaşına başvuracağını açık bir şekilde belirleyip amaca ulaşmaya yönelik çalışmalarda bulunabilmesi, okul çevre ilişkilerinin güçlendirilmesi bakımından oldukça önem taşımaktadır(Argon ve Burukoğlu, 2020). Öğretmenlerin teknoloji kullanımında okul müdürlerinin sergilediği teknolojik liderlik motivasyon davranışı seviyesi arttıkça ortaokullarda bilginin elde edilmesi, paylaşılması, kullanılması, depolanması boyutları ve bilgi yönetiminin gerçekleşen düzeyleri toplamı da artmaktadır(Durnalı ve Akbaşlı,2020). Topçu ve Ersoy'un (2020) yaptığı araştırmaya katılan okul yöneticilerinin okul iletişiminde teknolojiye ve teknolojinin okul yönetiminde kullanılmasına olumlu baktıkları görülmüş, kurum iletişimini birebir ya da paydaşlarla yapılan toplantılar vasıtasıyla toplu olarak sağlamakta, okul iletişiminde sosyal medyayı aktif kullanmakta oldukları görülmüştür(Tofur ve Yıldırım, 2020).

Okulların vizyonu diğer örgütlerden farklı ve ayrıca öneme sahiptir. Okullardan, topluma ve öğrencinin duygusal yanına açık, toplumsal çeşitliliğe saygı duyan, teknoloji hassasiyeti yüksek, demokrasi öğreten ve demokratik bir yaşantıya sahip olan, yenilik ve değişime açık, günümüz yaşamının rekabetçi şartlarına uyum gösteren, yaşamın somut yanlarına korkmadan direnebilen ve tüm bunları sorgulayarak yapabilen bireyler yetiştirmesi beklenmektedir(Aydoğar ve Yirci, 2020). Bu nedenle okulların önce kendi iş ve işleyişini teknoloji ile entegre etmiş olmaları beklenmektedir. Daha sonra bu sistem ile öğrenciler yetiştirebilmesinin daha mümkün olacağı düşünülmektedir.

Okul yönetiminin diğer örgütlerden farkını şu şekilde sıralamak olanaklıdır (Bursalıoğlu, 2012):

- Okulun temelinde birey vardır,
- Farklı değişkenlerin etkisindedir,
- Bir değer anlaşması vardır,
- Okul çıktısı kolaylıkla değerlendirilemez,
- Okul çalışanı öğretmenler uzmandır,
- Okul öğrenmeye dayalıdır,
- Okul hem etkiler hem de etkilenir
- Okul yararlı gruplarla işbirliği içindedir
- Okul kültürel bir aktarım merkezidir,
- Okul kamusal hizmet üretir,
- Okul devamlı değişen bir kültüre sahiptir (Bursalıoğlu, 2012;akt.Güner, 2017).

2.9.3.1.Okul Yönetiminde Dijitalleşme ve Sosyal Medya

Yönetimde teknoloji kullanımı genel bir deyişle örgütsel düzeyde yönetimle ilgili süreç ve etkinlikleri planlamak, amaçları belirlemek ve bu amaçlara etkili bir biçimde ulaşabilmek adına uygulamalı bilimlerden, teknolojik araç ve gereçlerden yararlanılması olarak ifade edilebilir(Topçu ve Ersoy, 2020). Değişen dünya ve gelişen teknoloji ile birlikte yönetim biçimlerinin de teknoloji ile senkron olduğu görülmektedir. Yöneticiler ve öğretmenler, değişen öğrenci dünyasının gereksinimlerine, kurumlarında hızla değişen teknolojiye ve toplumun değişik kesimlerinden gelen isteklere cevap vermelidirler (Beycioğlu ve Aslan, 2010).Sosyal medya kavramının varlığı resmi veya özel kurumlar tarafından tanınır haldedir. Sosyal medya, etkililik düzeyi açısından da önde gelen bir platform olmasından dolayı öğrenimde ve çalışma hayatında da kurumlar tarafından aktif biçimde kullanılmaktadır (Güzel, 2020). Günlük hayatta olduğu kadar, işyerinde de anlık mesajlaşma ile iletişim kurmak gittikçe daha tercih edilir olmakta ; özellikle sağlık ve eğitim gibi iş birliği ve koordinasyonun çok mühim olduğu alanlarda WhatsApp, ekonomik, hızlı, pratik şekilde işyerinde iletişimi sağlayabilmektedir (Berjon ve ark., 2015;akt. Güdük, Önder, 2018).

Geleneksel yöntemler, kurum dergileri, ilan panoları, basılı yazınlar,

yüz yüze toplantılar vb. olarak varlıklarına devam ederken, sosyal hayatlarında iletişimlerini dijital ortamda sürdüren bireyler olarak çalışanlarla iletişimde bloglar, Instagram, WhatsApp, e-posta ve intranet gibi yöntemlerle dijital ortam imkanları kullanılmaktadır (Peltekoğlu ve Askeroğlu, 2020). Hele ki sosyal ağların kullanıcılarının büyük bir kısmını öğrenci, öğretmen ve okul yöneticilerinin oluşturduğu düşünülürse sosyal paylaşım ortamlarının eğitim alanında kullanımına dair fikir ve çalışmaların yapılması değişen dünya teknolojilerine uyum sağlama adına gereklidir (Özmen, Aküzüm, Sünkür ve Baysal, 2012). Yapılan araştırmalar da sosyal ağların öğretmenler, akademisyenler, öğrenciler ya da kurumlar tarafından kullanılmakta olduğunu ve bunun faydalı olduğunu göstermektedir (Özkan,2019).

Araştırma sonucu öğretmenlerin internet ve sosyal medya araçlarını örgütsel iletişim aracı olarak görmelerinin yanı sıra eğitim faaliyetlerinde kullanımını da kısmen benimsedikleri gözlemlenmiştir (Korkmaz, Güven ve Ünal, 2017). Yani öğretmenler kendi içlerinde iletişimi sosyal medya üzerinden sağlarken aynı zamanda ders işleyişlerinde de sosyal medyadan yararlanmaktadırlar. Öğrencileri ile ödev veya materyal paylaşma, materyalleri internet aracılığı ile derse getirme gibi.

Sosyal medyayla birlikte bireyler ve kurumlar mesajları alan bir yapıdan çıkmış, bilgiyi paylaşan haline gelmiştir (Çalapkulu ve Şimşek, 2020). Öğretmenler dışında okul yöneticileri tarafından da sosyal medya tercih edilmektedir. Okul yöneticileri karar verme aşamasında sosyal medya üzerinden öğretmenlerle fikir alış verişinde bulunabilmektedir. Bir örgütte yapısal ve işleyişe ilişkin değişikliklerde karar verme stratejileri kullanıldığı gibi örgüt içinde yaşanabilecek çatışmaların önlenmesi sürecinde de karar vermeden yararlanılır (Güner, 2017). Bu yolla öğretmenler fikirlerini beyan ederek bu sürece dahil edilmiş olmaktadır. İletişim vasıtası ile okul yöneticisi, düşüncelerini paylaşma ve değerlendirme imkanına sahip olurken (Tutar ve Yılmaz, 2003;akt.Çankaya ve Aküzüm, 2010) sosyal medya, kişilerle kurduğumuz iletişimde de büyük paya sahiptir. Dolayısıyla örgüt içi iletişim açısından da incelenmesi gereken bir durum olduğu düşünülmektedir (Özdemir,Erdem,2016).

Çağın teknolojisine hakim, çağa uygun bireyler yetiştirmek okulların hedefleri arasındadır. Bu açıdan okul yöneticilerinin çağın teknolojik gelişmelerini yakından takip eden kuruma entegre eden bireyler olmaları yani kurumun "teknolojik lideri" olmaları beklenmektedir. Hem kendi hem kurum verimliliğini artırmak adına teknolojiyi okulda etkin bir şekilde araç olarak kullanan kişiye "teknolojik lider" denmektedir(Durnalı, Akbaşlı, 2020). Okul müdürlerinden artık eğitim kurumlarının teknolojik lideri olmaları beklenmektedir. Okullarda teknolojinin aktif kullanımı, kısmen teknolojiye verilen temel destek ve öğrenim için ortak bir vizyonun oluşturulmasından etkilenir ve yöneticiler, öğretmenlerin işlerini ve bu işi yapma biçimlerini etkileyerek etkili okullaşma için destek olabilir (Edgerson & Kritsonis, 2006;akt. Yahşi, 2020). Böylece okul müdürlerinin gelişen teknolojiye ayak uydurarak hem eğitim kurumuna giren teknolojik aletleri hem de geliştirilen programları doğru ve etkin biçimde kullanabilmeleri kurum çalışanlarının ve kendinin maruz kalabileceği stresi kontrol edip en aza inmesini de sağlamış olur (Kuday, 2020).

Tabi ki bu değişen iletişim biçimi ve yönetim ortamının avantajı olduğu gibi dezavantajı da olabilmektedir. Sosyal medya üzerinde kullanılan dilin zedeleyici ve yanlış anlamaya müsait olmaması gerekmektedir. Yüz yüze iletişim gibi jest ve mimik taşımayan sosyal medya, yeterince açık ve anlaşılır olmayan bir iletişim anında yanlış anlamalara mahal verebilmektedir. Aynı zamanda sosyal medyanın zaman ve mekan sınırlamasının olmaması gibi özellikleri, mesai saatleri dışında da saat gözetmeksizin mesajlar iletilmesine meydan verebilmekte bunun da özel hayata müdahale olduğu düşünülmektedir. Bununla birlikte bu mecra üzerinden iletilen her bilginin resmiyet taşıdığı izleniminin verilmesi de bir başka olumsuz durum olabilmektedir. Kullanılan dijital ortamın olumlu ve olumsuz yönlerine ilişkin öğretmen görüşlerine göre iletişimi hızlandırmak ve arttırmak, bilgiye anında erişimi sağlamak, bireyin isteği zamanda bu ortamdaki bilgilerden faydalanması adına olumlu olmasına karşın gereksiz bilgilerin de yer almasından ve resmi bir tebliğ olarak gösterilmesi gibi olumsuz yönlerinin de olduğu yönünde öğretmen görüşleri alınmıştır (Avcı, 2019).

Durnalı ve Akbaşlı'ya göre (2020):

Okullarda, öğretmenlerin teknoloji kullanımına yönelik; konunun öneminin benimsenmesi, öğretim sürecine uygulanmasının sağlanması ve okul çevresi ile iletişime geçme noktasında teknolojik araçların kullanımının desteklenmesi meselelerinde öğretmenleri yönlendirici davranışların okul müdürlerince sergilendiği oranda, az da olsa bu okullarda arkadaşlar arasında bilgi ve tecrübelerin paylaşılarak iş ve işlemlerin geliştirilmesi, bilişim teknolojilerinin bilgi paylaşımında aktif biçimde kullanılması, etkili bir bilgi paylaşım sisteminin bulunması, bireysel bilginin örgüte kazandırılması, örgütsel bilginin bireylere ulaştırılabilmesi ve sonucumda en iyi uygulamaların paylaşılması meselelerini içine alan ortaokullarda bilginin elde edilmesinin gerçekleşen düzeyinde bir artış olmaktadır çıkarımına varılabilir.

2.10.YÖNETİCİ KAVRAMI

Yönetici (executive, manager), bir kurumda belli iş ve işlemden sorumlu ve bu vazifesiyle alakalı devamlı tekrarda olan ve şartları belli işleyişin dışında da kararlar almakla yükümlü ,çalışanları denetleyen üst olarak tanımlanabilir (Bozkurt Ergun, 1998;akt.Bulut ve Bakan, 2004).

Yönetici; İnsan davranışı ve psikolojisinden anlayarak anlayışla davranan, çalışanların motivasyonunu artırıcı ve canlı tutabilen, çalışanların kendini güvende hissederek huzurla çalışmasına imkan sağlayan, hizmet ettiği kurumu daima ileriye götürmeye çalışan ve bu yüzden gerektiği zaman risk alabilen, çalışanlarından alabileceğinin en üstü verimi alabilen ve buna imkan sağlayan, karizmatik, düşünce ve macera adamıdır, örgüt içinde her şeydir (Bulut ve Bakan, 2005). Araştırma kapsamına alınan yöneticilik ise okul yöneticiliğidir.Okul yöneticilerinin; okul çevresi, okul kültürü ve akademik bilgi edimine büyük çapta etkisinin olduğu eğitim alanındaki araştırmacılarca tespit edilmiştir (Balcı, 2008).

Okul yöneticileri sahip oldukları bilgi , birikim ve deneyimlerle kurumun geleceğini tayin edebilmekte, planlayabilmekte, kurumda değişim ve gelişime yön vermektedir (Garies ve Tschannen

Moran,2005;akt.Altınkurt,Ağaoğlu,Yılmaz ve Karaköse, 2012). Çağımız okul idarecileri ise bu misyonu daha çok sosyal medya üzerinden taşımaktadır. İdarecinin kurum değişimine en büyük katkı ve etkisi kurumu teknolojiye ve değişen dünyaya entegre ederek olmaktadır.

2.10.1.Okul Yöneticilerinin Yetki ve Sorumlulukları

Son yıllarda Türk eğitim sisteminde gerçekleşen değişiklikler düşünüldüğünde eğitim kurumlarının can damarı olan okulların ve okul müdürlerinin bu değişikliklerden etkilenmemesinin mümkün olmadığı görülmektedir (Argon ve Özçelik, 2007). Yönetim; hedefe giden yolda birtakım süreçlerin yürütülmesi olarak tanımlanırsa bu süreçlerin verimli, etkili ve rasyonel bir şekilde yürütülmesinde teknoloji kullanımına gereksinim vardır(Topçu ve Ersoy, 2020). Okulların verimliliğini ve etkililiğini belirleyen ögelerin başında da kurum yöneticisi olarak okul müdürleri gelmektedir (Öztürk, Erdem, 2020). Okul müdürlerinin kendi alanlarındaki değişimleri takip etmeleri, diğer yandan da hızlı değişim sonucu toplumun eğitim örgütlerinden yana beklentilerini karşılamaları gerekir (Göl ve Bülbül, 2012).

Okul müdürlerinin en önemli vazifesi; kurumlarında karşılaşılan sorunları kavramak, tanılamak ve yeni çözümler bulmaktır (Üstün ve Bozkurt, 2003). Örgütsel yapının düzenlenmesi ve kadrolamanın oluşturulmasında görev paylaşımı ve ekip çalışması önemsenmektedir (Tofur ve Yıldırım, 2020). Yöneticilik vazifesinin temeli; kurum içinde alınan kararlar, belirlenen hedefler, kaynakların dağıtımı ve kullanımı ile kazanım ve değerlendirmeler noktasında çalışanlara karşı eşit, objektif ve adil olmaya dayanmaktadır (Aydın, 2002;akt, Erol ve Cesur, 2020).

Ağaoğlu, ve diğerlerine (2012) göre okul müdürlerinden beklenenler şu şekilde sıralanmıştır:

- Kişilerle iletişim kurma,
- verimli şekilde çalışma,
- yeterli bir okul binası ve çevresi hazırlama,

- mesleğe hizmet,
- etkili bir kurum yönetimi,
- eğitim programlarının ve ortamının yönetimi

İnsanlarla iletişim kurma- etkili biçimde çalışma boyutu okul yöneticilerinin etkili iletişim kurabilme ve çalışma yeteneklerini içermektedir. Bu madde ile yöneticinin iletişim yeteneği ve çalışanlara karşı etkili kullanabilmesi, planlı çalışma, ekip çalışması, çalışanların motivasyonunun sağlanması ve ödüllendirilmesi, işbirliği içinde bulunma gibi konular vurgulanmaktadır (Ağaoğlu vd., 2012).

Okul müdürleri, unvanını bir rütbe veya diğer öğretmenlerden bir farklılık değil de sorumluluk olarak addetmeli, çalıştığı ekipte kendinden daha güçlü öğretmenler bulundurmaktan rahatsızlık duymamalıdır (Bulut ve Bakan, 2005). Okul yönetiminde de öteki kurumlarda olduğu gibi keskin bir ast üst ilişkisi yoktur (Can ve Ozan, 2020). Bu yüzden okul müdürlerinden öğretmenleri ile ortak bir çalışma yürütmesi, onları da yönetime katması beklenmektedir. Her okul müdürünün, çalışanlarını karar alma sürecine katarak sağlıklı karar alma; okulun hedefleri bağlamında çalışanları örgütleme; etkili bir iletişim kurma; etkileme ve güdüleme; okul içi ve okul dışı faaliyetleri eşgüdümleme; son olarak da alınan kararları, planları, eğitim-öğretimle ilgili faaliyetleri gözden geçirme, değerlendirme ve gerçekleştirebilme yeterliliklerine sahip olması gerekir (Karagöz, 2006;akt.Açıl,2020).

Goleman'a (1998) göre, bu yeterliliğe sahip olanlar;

1. Değişim ihtiyacının farkına varır ve aradaki engelleri kaldırırlar.
2. Değişim ihtiyacının tanınması için statükoya meydan okurlar.
3. Değişimi savunur ve değişimin takibinde başkalarının katkısını sağlarlar.
4. Çevrelerinden beklenen değişime örnek teşkil ederler

(Goleman,1998;akt.Ak, 2006).

Eğitim sürecinin ve yöneticisinin bu hızlı değişim sürecine ayak uydurabilmesi, kendisinden beklenen vazifeleri yerine getirmesine ve gereken rolleri oynayabilmesine bağlıdır (Çelik, 1995;akt.Günbayı ve Cantürk, 2011). Bir başka araştırmaya göre gelecekteki değişime yön verme için etkili okul müdürlerinden şu özelliklere sahip olmaları beklenir (Behar ve Horenstein,

1995;akt. Aksoyalp, 2010):

• Değişimle ilgili araştırma temelli bilgiye ulaşma.

• Etkili değişimin doğasını tanımlama.

• Diğer okullardaki değişiklikleri takip etme ve bunlardan faydalanma.

• Profesyonel gelişim için yön belirleme.

•Öğretim, öğretim programı ve kültürel değişim aşamalarında, öğretmenlere nasıl liderlik edebileceğinin kademelerini belirleme.

Buraya kadar belirtilen görüşler toparlanırsa 21. yüzyılın anlayışına göre, okul yöneticilerinin sadece idareci görevi değil, tüm okul sisteminin gereksinim duyduğu değişiklikleri sağlama görevi vardır (Aksoyalp, 2010). Bu bağlamdan bakıldığında okul yöneticilerinin görevi, okuldaki tüm insan ve madde kaynaklarını en verimli biçimde kullanarak okulu amaçları doğrultusunda yaşatmaktır (Dönmez,2001).

2.11.KURUMSAL İLETİŞİM ve SOSYAL MEDYA

2.11.1.Kurum İçi İletişimin Önemi

Örgütün devamı için en mühim unsurlardan birisi iletişim olup eksiklik durumunda örgüt faaliyetleri istendik şekilde sürdürülemeyebilir. Buradaki eksiklik örgütsel eylemlerin başarılmasını zorlaştırır (Dal, 2012;akt.Tofur ve Yıldırım, 2021). Kurum içi iletişimin kurumların bekası adına önemi bilinmektedir. İletişimde bir aksaklık durumunda kurum zarar görebilir, aynı zamanda kurum içi iletişimin güçlü olması kurum iklimine de fayda sağlayacaktır. Kurum için bu denli önemli olan kurum
içi iletişim:

- Yönetmeliği örgüt üyelerine duyurur.
- Diğer departmanları ve yöneticileri örgütsel yayınlar yoluyla tanıtır.
- Kurumun dış dünyaya tanıtılmasını sağlar.
- Yeni teknolojiyi ve yeni yönetim biçimlerini personele tanıtır.
- Çalışanların birbirleri ile koordineli çalışmasına yardımcı olur.
- Kurum ile dış dünya arasında bilgi aktarımı sağlar.
- Kurum içi iletişimde önemli rol oynar.
- Örgüt bütünüyle ilişkilerin oluşturulmasında yardımcıdır.

- Yönetimin en önemli aracı olarak çalışır.

Sorun çözme becerisinin oluşturulmasında etkilidir (Sabuncuoğlu ve Gümüş,

2016;akt.Boralaslan, 2018).

2.11.2.Çalışanlarla Etkili İletişim Kuralları

İletişim; bir örgütün faaliyetleri, kontrolü, ve eşgüdümünde, özetle varlığını devam ettirmesinde mühim bir role sahip olduğu için ona kimi zaman örgütlerin "can damarı" da denir (Gizir,2002). Kurum ile bireyler arasında kurulan etkileşim ile bir yandan kurum kültürünün gelişimi sağlanırken bir yandan da kuruma olan bağlılıkları gelişir (Eroğlu, 2010).

Çalışanların paydaşlarla iletişim halinde oldukları süreçte sadece kurumun belirlediği davranış kurallarına uymuş olmak için yaptıkları davranışlar işin önemini etkilemektedir (Eroğlu, 2010). Bununla birlikte, yeterli seviyede bir iletişim gerçekleşmeden görevler tam olarak anlaşılamamakta ve dolayısıyla da görevler başarılı biçimde gerçekleştirilememekte, örgütsel hedeflere ulaşılamamakta ve alınan kararlar uygulanamamaktadır(Dilekçi, Limon, 2020). Yönetici ve çalışanlar arasında etkili bir iletişim kurulabilmesi için belli yöntemler ile birlikte hareket edilmesi gerektiği düşünülmektedir. Çalışanlarla etkili iletişim kurabilmenin birden çok yöntemi mevcuttur. Ancak etkili iletişim kurabilmenin temel kuralları şunlardır (Peltekoğlu, 2009, s. 525):

- Önce Çalışanlar Haberdar Edilmelidir: Çalışanların yaptıkları işle ilgili durumları kurum dışından öğrenmeleri, kuruma olan güvenlerinin zedelenmesine sebep olur ve bu durumda da iletişim kötü etkileneceğinden işle ilgili değişiklikleri öncelikle çalışanlar bilmelidir.
- İş Verenler İyi-Kötü Her Haberi Vermelidir: Çalışanlara yalnızca güzel haberler verilmesinin, gün geçtikçe haberlerin inandırıcılığını kaybetmesine neden olacağından güzel haberlerle birlikte olumsuz haberlerin de verilerek tutarlı davranılmalı.
- Haberler Vaktinde Verilmeli: Haber önemini yitirdikten sonra paylaşılırsa çalışanlar asılsız söylentilerle karşı karşıya kalacaklardır.
- Çalışanlar Önemli Olduklarına İnandıkları Konularda Kesinlikle

Bilgilendirilmelidir: Çalışanlar kendileri için önemli olan konularda; birimde meydana gelen personel değişikliği, terfi, doğum günü, yıl dönümü, mali sonuçlar vb. konularda bilgi sahibi olmak isterler.

- Çalışanların Güvendiği Medyaların Kullanılması: Yapılan açıklamalar çalışanların güven duydukları iletişim araçları vasıtasıyla haber kaynaklarına ulaşmak istemektedirler(Peltekoğlu, 2009;akt.Boralaslan, 2018).

Kurumu ve çalışanları ilgilendiren önemli olayların çalışanlarla paylaşılması, dikey ve yatay iletişimin sağlanması, bir başka deyişle çalışanlarla interaktif iletişimin kurulabilmesi, demokratik yönetim anlayışının bir sonucu olduğu gibi çalışanların kurumsal bağlılıklarının ve verimliliğin artmasının bir nedeni ve kurum imajı için de gerekliliğidir (Peltekoğlu ve Askeroğlu,2020).

2.11.3.Okul İçi İletişimde Sosyal Medya

Kişilerin iletişime geçme şekillerini etkileyen iletişim teknolojileri, kurumların iletişim yöntemlerini de değişmeye zorlamakta kurumların iletişim stratejileri ile iletişim araç ve yöntemlerinde değişikliklere sebep olmaktadır (Peltekoğlu ve Askeroğlu, 2020). Günümüzde hızla gelişen iletişim teknolojileri iletişim araçlarımızı ve hatta yaşantımızı değiştirmekte (Özmen, Aküzüm, Sünkür ve Baysal, 2012), kurumsal iletişimi, stratejilerini ve şekillerini zenginleştirmekte; farklılaşan kurumsal iletişim araçları özel ve resmi kurumlarca halkla ilişkiler boyutunda çokça kullanılmaktadır (Çelik ve Ilgın, 2019). Az bir sürede yaygınlaşan sosyal medya, hem bireysel hem kurumsal düzeyde iletişim alışkanlıklarını dönüştürmüş (Batur, 2014), anlık mesajlaşma (Instant Messaging) yeni iletişim teknolojilerinin çıktılarından biri olarak iş ortamında çalışanlar arasındaki iletişimde kullanımı yaygınlaşan bir araç olmuştur (Uluçay ve Uzun, 2017).

Kamu kurum ve kuruluşlarından küçük çaplı işletmelere kadar tüm örgütler stratejik yönetim, örgütsel iletişim ve halkla ilişkilerini giderek sosyal medyaya entegre etmektedirler (Eroğlu ve Şengöz, 2017). Sosyal medya araçları hızlı, kolay erişilebilir ve ücretsiz bir iletişim şekli olma özelliği ile kamu kurum ve kuruluşlarınca halka bilgi ve hizmet vermede ilk olarak tercih

edilen medya araçlarındandır (Erkek, 2016). Aynı zamanda kurumla karşılıklı etkileşim, iletişim kurma ve aynı zamanda kurumsal bilgi paylaşımı sanal ortamlarda çevrimiçi sohbetlerle geliştirilebilmektedir (Papasolomou ve Melanthiou, 2012;akt.Doğan ve Barutçu, 2019).

Tofur ve Yıldırım'ın (2021) yaptığı çalışmada okul müdürleri; bilhassa etkili iletişimin üzerinde durarak iletişimi birebir ya da düzenlenen toplantılarla çoklu olarak gerçekleştirdikleri, bunu yaparken de sosyal medyayı aktif kullandıklarını dile getirmişlerdir.

Özellikle pandemi sürecinde bu iletişim yolunun yöneticiler tarafından teşvik edildiği ve sıklıkla kullanıldığı bilinmektedir. Sosyal medyanın kurum iletişiminde bu kadar yoğun kullanılıyor olması bunun hatasız bir uygulama olduğunu göstermemektedir çünkü sosyal medyada koşulsuz denetim söz konusu değildir. Bu durum, kurumların bu iletişime mesafeli durmalarına ve bu iletişim biçimini göz ardı etmelerine neden olmuştur. Bu olumsuz sonuçlar düşünüldüğünde sosyal medyaya yönelik yeni iletişim politikalarının üretilmesi zorunluluğu ortaya çıkmıştır (Yağmurlu, 2011).

Akyavuz ve Çakın'ın (2020) yaptığı araştırmaya göre de okul yöneticilerinin öğretmenlerle iletişim kurma noktasında problemler yaşadıkları bu problemlerin online veya yüz yüze olmayan iletişim yollarını tercih etmelerinden ve geri dönütlerin yeterli olmamasından kaynaklandığı söylenmekte ayrıca sık iletişim kurulamıyor olması, öğretmenlerin de öğrencileri ile iletişim kopukluğu yaşaması, yüz yüze eğitim gibi etkili olmaması, öğrencilerin internet yetersizliği ve sayılarının fazla oluşu iletişimin etkililiğine ve sürekliliğine engel oluşturan faktörler olarak tespit edilmiştir (Çakın ve Akyavuz, 2020). Bununla birlikte Tofur ve Yıldırım'ın (2021) yaptığı çalışmaya katılan bir okul yöneticisi "Bazen gönderdiğimiz mesaj net olmasına rağmen alıcı istediği yöne çekebilmektedir." yönünde bir görüş ifade etmiştir. Bunun da uzaktan iletişimden kaynaklı bir problem olduğu düşünülebilir. Bu doğrultuda eğitim örgütlerinin temel taşı olan okullarda değişiklik yapmayı düşünen okul müdürlerinin, kurumlarındaki değişim politikasını çok iyi belirlemesi, kurum içi ve kurum dışı karşılaşabilecekleri kültürel, sosyal, ekonomik vb. engelleri önceden tahmin edebilmesi ve gerekli

tedbirleri alabilmesi çok önem taşımaktadır (Argon ve Özçelik, 2007).

Avantaj ve dezavantajları düşünüldüğünde ortaya çıkan tablo göstermektedir ki: Eğitim teknolojilerinin öğrencilere ve öğretmenlere olduğu kadar okul yöneticilerine de birlikte hareket etme kabiliyetlerini artırmasını sağlayacağı söylenebilir fakat bu özelliklerin edinilebilmesi için okul yöneticilerinin de bilgi, medya ve teknolojileri aktif bir biçimde anlaması, yönetmesi ve öğrenmesi gerekmektedir (Demir, Öznacar ve Yücesoy, 2011).

2.12.İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Literatür tarandığında konu ile birebir örtüşen çalışmaya rastlanmamıştır. Yapılan araştırmalar "okul yönetimi" ve "sosyal medya" konulu ayrı ayrı ele alınmış ancak okul yönetiminde sosyal medya kullanımına dair bir araştırmaya rastlanmamıştır. Yalnızca iki yüksek lisans araştırması okul yönetiminde dijital ortam olarak WhatsApp uygulamasının kullanımına dair yönetici görüşlerini içermektedir. Konu ile ilgili olduğu düşünülen bu çalışmalar tarihsel sırayla ele alınarak kısaca açıklanmıştır.

2.12.1. Okul Ortamında Sosyal Medya Kullanımına Dair Araştırmalar

Maden (2019), Türkçe öğretmeni adaylarının mobil iletişim alışkanlıklarını WhatsApp uygulaması üzerinden değerlendirdiği çalışmasında katılımcıları bir devlet üniversitesinin eğitim fakültesinde öğrenim gören 102 Türkçe öğretmeni adayı ile gerçekleştirmiştir. Araştırma sonucuna göre tüm adayların hızlı ve kolay ileti gönderme özelliğinden dolayı mesajlaşmak için (f=102) WhatsApp'ı kullandığı tespit edilmiştir. Ayrıca ulaşılan bulgular, Uzun ve Uluçay 'ın (2017) kullanımına dair ulaştığı araştırma sonuçları ile örtüşmektedir.

Balcı ve Şahin (2018) "Öğretmen-Aile İletişiminde WhatsApp Uygulamasının Kullanımı" adlı çalışmalarında nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniğini kullanmış ve Erzurum ili merkezinde Milli Eğitim Bakanlığına bağlı anasınıfı ve bağımsız anaokullarında görev yapan ve ailelerle iletişimde WhatsApp gruplarını kullanan 29 okul öncesi öğretmeni ile görüşme sağlamışlardır. Araştırma sonucuna göre, öğretmenlerin veli ile iletişimde hızlı ve kolay iletişim kurmak, topluca bilgilendirme yapmak, fotoğraf-video paylaşabilmek, okulda yapılan faaliyetlerden velileri haberdar etmek,

zamandan ve kâğıt vb. yazılı materyallerden tasarruf etmek gibi sebeplerden ötürü WhatsApp gruplarını tercih ettiklerini belirlemişlerdir. Bununla birlikte araştırmaya katılan öğretmenlerin büyük bir çoğunluğunun WhatsApp'ın ailelerle ve ailelerin birbirleriyle olan iletişimlerini arttırdığı sonucuna vardığını belirtmişlerdir.

Cemaloğlu ve Koçak (2020) sosyal ağlarda öğretmen-öğrenci etkileşimine yönelik öğretmen görüşlerini incelemiş ve araştırmalarını nitel araştırma modeli kapsamında olgubilim (fenomenoloji) deseninde oluşturmuş, çalışma grubunda 11 branşta, 24 öğretmenin görüşlerine yer vermişlerdir. Araştırma sonuçlarına göre öğretmenlerin öğrencileriyle en çok iletişim kurduğu sosyal paylaşım sitesinin WhatsApp olduğu sonucuna ulaşılmıştır. WhatsApp'ın kullanıcılara sunduğu sınırsız mesaj, fotoğraf, video ve ses paylaşımı gibi birçok özelliğe imkan sağlıyor olması ve öğretmenlerin bu uygulamayı daha güvenilir bulmaları tercih sebebi olarak gösterilmiştir. Öğretmeler öğrencileri aynı anda ve hızlı bir biçimde bilgilendirebilmeleri nedeniyle sosyal ağları pratik bir iletişim aracı olarak görmekte ve sosyal ağlar yoluyla kurdukları iletişimi, öğrencileri hakkında daha fazla bilgi edinme fırsatı olarak değerlendirmektedir. Ancak sosyal medya aracılığı ile sürekli etkileşim hâlinde bulunulabilmesi (Thompson, 2013) öğretmenlerin bu etkileşimin ister istemez öğretmen-öğrenci sınırlarının belirsizleşmesine neden olabileceği ve saygınlığın azalabileceği yönünde endişeye sürüklemekte olduğu belirtilmiştir.

Şahin ve Üstüner (2018) sosyal medyaya ilişkin okul yöneticilerinin görüşlerine yönelik nitel araştırma desenlerinden Olgubilim (Fenomenoloji) desenini uygulamışlardır. Araştırma, Milli Eğitim Müdürlüğü'ne bağlı kamu ve özel ortaokul ve liselerdeki 26 yönetici ile yürütülmüştür. Sosyal medyanın eğitim alanında da kullanım olanaklarının olduğu görülmüş özellikle de oluşturulan gruplar, paylaşılan materyaller, kitap, doküman, video uygulamalarının paylaşılabilir olması, görüntülü ve sesli uygulamalar sayesinde artık her yerde öğrenmenin gerçekleşmesinin mümkün olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Sosyal medya sağlamış olduğu materyaller ve araçlarla sadece öğrencilerin değil, öğretmen ve yöneticilerin hatta velilerin bilgi edinme noktasında en fazla kullandıkları araç olduğu görülmüştür.

Okul müdürlerinin teknolojik liderlik davranışlarının okulda bilgi yönetiminin gerçekleşme düzeyine etkisini araştıran Durnalı ve Akbaşlı (2020), Millî Eğitim Müdürlüğüne bağlı ortaokullarda görevli 442 öğretmen ile çalışma yürütmüştür. Bu araştırma sonucuna göre katılımcılar, teknoloji kullanımında okul müdürlerinin teknolojik liderlik davranışları sergilediğine genel bağlamda ve motivasyon, yönlendirme, altyapı ve hukuk alt boyutları bağlamında katıldıklarını ifade etmişlerdir. Araştırmacılar bu sonuca göre bulguların bilgi kümesinin literatürde bir ilk olma potansiyeli taşıdığını belirmektedir.

Avcı (2019), okul yönetiminde kullanılan dijital iletişim uygulamalarından WhatsApp uygulamasının kullanımına ilişkin yönetici ve öğretmen memnuniyet algısının belirlemek amacıyla nitel bir araştırma yürütmüş ve ilgili 18 katılımcı ile görüşme sağlamıştır. Araştırma sonucunda katılımcıların okul yönetimini kolaylaştırmak, iletişimi hızlandırmak, bilgiye erişimi kolaylaştırmak amacıyla sosyal medya uygulamalarının hem yönetici hem öğretmenler tarafından kullanıldığı sonucuna ulaşmıştır. Genel katılımcı görüşünün yönetimde sosyal medya kullanımının olumlu olduğu iken gereksiz bilgilerin paylaşıldığı, bundan rahatsızlık duyulduğu gibi olumsuz sonuçlarını da ifade eden katılımcılar olmuştur.

Kırışan (2019) da okul yönetiminde kullanılan dijital iletişim uygulamalarından WhatsApp uygulamasının kullanımına ilişkin bir araştırma yürütmüş ve nitel araştırma yöntemi olan betimsel tarama modeli ile yönetici ve öğretmenlerden oluşan 16 kişilik bir katılımcı ile görüşmüştür. Araştırma sonucu Avcı'nın (2019) araştırması ile örtüşen sonuçlar vermiş ve yönetici ve öğretmen görüşlerine göre okul yönetiminde sosyal medya uygulamalarının kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu iki araştırmanın da aynı ilde yapıldığının paylaşılması gerekli görülmüştür. Bu araştırma sonucunda da katılımcılar bilgiye hızlı erişim, okul ile iletişim halini sürdürme, okula aidiyet duygusu taşıma noktasında katkı sağladığı, yönetimde dijital uygulamaların kullanılmasının olumlu olduğunu ifade etmişlerdir.

Doğan (2019) eğitim kurumlarında sosyal medya pazarlaması ve uygulamaları üzerinde yürüttüğü çalışmasında Denizli'deki çeşitli özel okul ve

devlet okullarında çalışan idari personel ve öğretmenlerin oluşturduğu 100 kişiyle yüz yüze görüşerek anket uygulamıştır. Araştırma sonucu, kurumların değişen dünyaya ayak uydurmaya çalışarak güncel ve canlı uygulamaları kullandıklarını göstermiştir. Edinilen bilgiler doğrultusunda, eğitim kurumlarında en çok tercih edilen sosyal medya uygulamalarının Facebook ve Instagram olduğu tespit edilmiştir. Katılımcılar sosyal medyayı kullanma avantajı olarak daha fazla veli ve öğrenciye ulaşmakta imkân sağladıklarını ve böylece kurumun bilinirliğinin arttığı yönünde olumlu görüş bildirmişlerdir.

Topçu ve Ersoy (2019) eğitim yönetiminde teknoloji kullanımına ilişkin okul yöneticilerinin görüşlerine ulaşmak için nitel araştırma yöntemi olan olgubilim deseni tercih etmiş ve 14 okul yöneticisi ile görüşme sağlamıştır. Araştırmaya katılan yöneticilerin genellikle teknolojiye ve teknolojinin yönetimde kullanılmasına olumlu baktıkları, teknolojiyi daha çok öğrenci ve personel hizmetleri; büro işleri gibi rutin ama kolaylaştırıcı ve zaman kazandırıcı işler için kullandıkları bulgusuna varmışlardır. Okul yöneticilerinin teknolojik yeterlilikleri, teknolojiyi temin etme, geliştirme ve etkili kullanma konusunda katılımcılara göre farklı sonuçlara ulaşılmış ve bu noktada eğitimler verilmesi önerisinde bulunulmuştur.Dilekçi ve Limon (2020) Covıd-19 salgını bağlamında öğretmenlerin algıladıkları "aşırı iletişim yükü" düzeylerini inceledikleri nicel araştırma yöntemlerinden tekil tarama modelini benimsemişlerdir. Çalışmalarını 3 farklı çalışma grubu üzerinde yürütmüşler ve ilk grupta 15, ikinci grupta 155, üçüncü grupta 211 katılımcıdan veri toplamışlardır. Günümüz okullarında örgütsel iletişimde Whatsapp, Telegram ve Bip gibi senkronize kanallardan yararlanıldığı ve katılımcı öğretmenlerin Covid-19 pandemisi bağlamında algıladıkları aşırı iletişim yükünün "ara sıra" düzeyinde olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

2.12.2. Kurumların ve Bireylerin Sosyal Medya Kullanımına Dair Araştırmalar

Güzel (2020) sosyal medyanın neliği, gelişimi ve kullanım alanları üzerine bu konuda inceleme yapmaya yönelmiş araştırmacılara mütevazı bir kuramsal rehberlik yardımı sağlama amacıyla kuramsal bir çalışma yürütmüş bunun sonucunda sosyal medyanın her kesimden bireye hitap ettiği ve

özellikleri ile de yaşamımızı kolaylaştırdığını ifade etmiştir. Sosyal medyanın avantajları göz önünde bulundurulduğunda öğrenim alanından iş hayatına kadar birçok alanda etkisinin olduğunu; avantaj ve dezavantajlarının birlikte düşünülerek hayatımızda olacağının kaçınılmaz olduğunu araştırma sonucunda belirtmiştir.

Güdük ve Önder'in (2018) sağlık sektöründe işyeri iletişimi açısından Whatsapp uygulaması kullanımına dair 75 sağlık çalışanını dahil ettiği çalışmada, çalışanların tümü akıllı telefon kullanımına olumlu yanıt vermiş ve işyeri iletişimi için WhatsApp uygulamasını kullandıklarını ifade etmişlerdir. WhatsApp kullanımının olumlu etkisinde ilk sırayı hız ve pratiklik taşırken kişilerin 24 saat boyunca ulaşılabilir olmaları da olumsuz bir sonuç olarak öncelikle ifade edilmiş, uygulamanın kullanılması esnasında yöneticilerin ve çalışanların daha duyarlı olmaları gerektiği belirtilmiştir.

Şengöz ve Eroğlu (2017) örgütlerde sosyal medya kullanımı; çalışanların sosyal medya algıları, amaçları ve kullanım alışkanlıkları üzerine yaptıkları çalışmada "Örgütlerde sosyal medya kullanımı" anketini Eskişehir ilinde toplam 500 işletmeye internet ortamında ulaştırmış ve 138'inden dönüt alınnan anketler; işletme sahibi, yönetici, iletişim sorumlusu ya da danışmanı tarafından yanıtlanmıştır. Araştırmaya katılan 138 işletmenin 101'i sosyal medya uygulamalarını kullandığını belirtirken 37 işletme kullanmadıklarını ifade etmiştir. Örgütlerin sosyal medya kullanmadaki ilk önceliği, kullanılacak uygulamanın hedef kitleye en iyi erişim olanağı sağlaması, ucuz ve hızlı bir yapıya sahip olması olmuştur.

Uzun ve Uluçay (2017) Türkçe literatürde, çalışma ortamında anlık mesajlaşma çeşitli açılardan değerlendirilmiş olsa da WhatsApp uygulamasının iş ortamında çalışanlar tarafından kullanımının işi kesintiye uğratması, medya zenginliği ve sosyal etki kuramları ile ilişkilendirerek değerlendiren herhangi bir araştırmaya rastlanılmadığını belirterek "İş Ortamında Whatsapp Kullanımı ve Kesintiye Uğrama" adlı makalesinde 312 şirket çalışanına ulaşmıştır. Anket, özel ya da karma ayrımı gözetmeksizin farklı sektörlerde çalışan kişilere ulaştırılmaya çalışılmıştır. Çalışanların WhatsApp kullandıklarını belirtirken iş ortamında WhatsApp kullanımını orta düzeyde kesintiye uğrama olarak

değerlendirmiştir. Bununla birlikte WhatsApp uygulamasının medya zenginliği sebebiyle kullanımının arttıkça, çalışanların iş ortamında kesintiye uğradıkları görüşleri de kuvvetlenmektedir. Ancak bu iki sebebin (medya zenginliği ve sosyal etki) kesintiye uğrama ile ilişkisi henüz yeterince tartışılmış bir konu olmadığını da belirtmiştir. Çalışmamız açısından bakıldığında konu itibarı ile benzerlik görülmekte olduğundan yaptığımız çalışmada Uzun ve Uluçay'ın (2017) geliştirmiş olduğu anket sorularından da yararlanılmıştır.

Erkek (2016) Sağlık Bakanlığı üzerinde sosyal medya kullanımına yönelik bir nitel çalışma yürütmüş olup Sağlık Bakanlığı sosyal medya uzmanı ile görüşme yapmış, bakanlığın sosyal medya hesaplarındaki takibi ve etkinlikleri hakkında en çok ve doğru bilgiye kendisinden ulaşılabileceğini düşündüğünden görüşmesini yalnızca bir kişi ile sınırlı tutmuştur. Erkek (2016) yeni iletişim teknolojilerinden olan sosyal medya araçlarının ülkemizde sınırlı sayıda kamu kurumu tarafından kullanılmakta olduğu sonucuna varmış, doğru ve etkili bir şekilde kullanıldığında kriz yönetimi gibi pek çok alanda kamu hizmetlerini destekleyici bir iletişim aracı olarak kullanılabileceğini ifade etmiştir. Kamu kurumlarında sosyal medya kullanımının önümüzdeki yıllarda giderek artacağını ifade ederek gerek bakanlıklar gerekse diğer merkezi ve yerel yönetim kuruluşlarının bir an evvel sosyal medya ekiplerini oluşturmaları ve bu konuda gerekli danışmanlık hizmetlerini alarak hazırlıklarını yapmaları gerektiğini önermiştir.Göncü (2018), kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde y kuşağının WhatsApp kullanımı üzerine yaptığı çalışmada nitel araştırma deseni benimsemiş, araştırma çerçevesinde 5 erkek ve 5 kadın olmak üzere toplam 10 kişiyle derinlemesine görüşme yapmıştır. Katılımcıların cevaplarından WhatsApp uygulamasının sosyalleşme ihtiyacından dolayı tercih edilirken ücretsiz ve pratik olması teşvik edici bulunmuştur. Uygulamanın gruplar üzerinden iletişim imkânı tanımasının da katılımcıların sosyalleşmeleri noktasında katkı sağladığını söylemenin mümkün olduğunu ifade etmiştir. Bazı katılımcılar WhatsApp'ın iş çevresiyle iletişim kurmada büyük bir işlevselliği olduğunu ve uygulamanın bu konuda ihtiyaçlarına çok önemli bir şekilde cevap verdiğini ifade etmişlerdir. WhatsApp için kullanımlar

ve doyumları şu kategoriler olarak belirlemiştir: Sosyalleşme (toplumsal etkileşim), ücretsiz olması, pratiklik, multimedya (yöndeşme), profesyonel ihtiyaçlar (mesleki) ve eğlence. Konu ile alakalı değinilen bütün araştırmalardan farklı olarak, bu çalışmada uygulamayı kullanım sebebi olarak ön plana çıkan faktör ise multimedya (yöndeşme) özelliği olarak gösterilmiştir.

Peltekoğlu ve Askeroğlu (2020) dijital ortamda kurum içi iletişimi araştırdıkları çalışmalarında Tekirdağ Çerkezköy'de faaliyet gösteren farklı büyüklüklerdeki 70 işletmeyi kapsayan bir anket uygulamışlardır. Yapılan araştırma bağlamında Türkiye'de dijital iletişim platformlarının, kurum içi iletişimde giderek artan biçimde kullanılmaya başlandığı sonucuna ulaşmışlardır. Bununla birlikte kurum içi iletişimde kullanılan dijital iletişim kanallarının çeşitliliği ve dijital iletişim platformlarının kullanım oranları ile işletmelerin büyüklüğü arasında ilişki bulmuşlardır.

Gülaslan (2018) doktora tezinde nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniğini kullanarak üst yöneticilik görevini yürüten toplam 29 kişi ile görüşme gerçekleştirmiştir. Araştırma sonucunda kamu kurumlarında sosyal medya kullanımının vatandaşların bilgilendirilmesi ile tanıtım yapılmasının ötesine geçmediği, özellikle bilgi güvenliği ve gizlilik hususlarında hassasiyetleri olduğundan sosyal medyayı tercih etmeyen kurumların da olduğu sonucuna varmıştır.

Özel (2018) kurum içi sosyal medya uygulamaları ve çalışan katılımı ilişkisi üzerine yaptığı çalışmasında nitel bir araştırma olan görüşme tekniği uygulamış ve bu bağlamda 7 katılımcı ile görüşme yapmıştır. Araştırmada sosyal medya uygulamalarından Cluster uygulaması üzerine görüşler alınmıştır. Araştırma sonucunda kurum çalışanlarının kurum içi iletişimde sosyal medya kullandıkları, bunun daha çok yönetici lehine olduğu bu sayede çalışanlarını bilgilendirdiklerini ve çalışanları motive ettikleri sonucuna ulaşmıştır.

Kul (2019) sosyal medya kullanımının işgörenler üzerine etkisini araştırdığı çalışmada literatür taraması ve anket uygulamasını bir arada kullanmış ve 151 katılımcıya ulaşmıştır. İş görenlerin sosyal medyayı kullanmaları açısından yapılan değerlendirmeler sonucunda iletişimin

kolaylaşmasına yönelik şekillenen değişim süreçlerinin olduğu; sosyal medya kullanımının işletmeler açısından faydalar sağlama potansiyeline sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır. Elde edilen bir diğer sonuç da sosyal medya kullanımının bağımlılık riski, yalnızlık hissi, gereğinden fazla kullanım sebebiyle zaman kaybı gibi dezavantajlarının olduğudur.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
YÖNTEM

Bu bölümde, araştırmanın modeli, evren ve örneklemi, veri toplama aracı, verilerin toplanması, analizi ve kullanılan istatistiksel işlemler üzerinde durulmuştur.

3.1. ARAŞTIRMA MODELİ

Bu araştırma, Şanlıurfa ilindeki resmi ortaokullarda görev yapan branş öğretmenlerinin, okul yönetiminde sosyal medya uygulamalarının kullanılmasına ilişkin görüşlerini belirlemeyi amaçlamaktadır. Çalışma kapsamında katılımcı öğretmenlerin okul yönetiminde sosyal medya kullanımına yönelik görüşlerine başvurulduğundan araştırma tarama modelinde olup betimsel bir nitelik taşımaktadır. Tarama (survey) modeli, bir gruba ait kişilerin belirli özelliklerini belirlemek amacıyla veri toplanmayı hedefleyen çalışmalara denir (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2018, s.96). Tarama modeli, bir konu ya da olaya ilişkin katılımcıların konu hakkında düşünce ve tutumlarının araştırılması amacıyla; diğer araştırmalara göre daha büyük örneklem üzerinde yapılan çalışmalarda kullanılır (Fraenkel ve Wallen, 2006; akt. Büyüküstün, Çakmak, Akgün vd. 2019). Bu itibarla sosyal medya kullanımı geniş kitleleri etkileyen bir olgu olduğundan tarama modeli kullanılmasının uygun olduğu değerlendirilmiştir.

3.2. EVREN ve ÖRNEKLEM

Araştırma evrenini, Güney Doğu Anadolu bölgesinde bulunan Şanlıurfa ilindeki resmi ortaokullarda 2019-2020 Eğitim-Öğretim yılında görev yapan toplam 11517 branş öğretmeni (http://sanliurfa.meb.gov.tr/) oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemi ise Güney Doğu Anadolu bölgesinde bulunan Şanlıurfa ili Milli Eğitim Bakanlığına bağlı farklı kademelerde hizmet veren, farklı branş ve kıdemlerdeki 642 öğretmen oluşturmaktadır. Araştırmada evren 11517 olmakla birlikte bu evrenin tümüne ulaşmak kolay olmadığından ulaşılabilir evreni temsil niteliğine sahip örneklem tercih edilmiştir (Fraenkel ve Wallen, 2006; akt. Büyüküstün, Çakmak, Akgün vd. 2019).

Araştırma örneklemini görev yaptıkları okullarda sosyal medya kullanan

ve anketi gönüllü cevaplamayı kabul eden toplam 642 öğretmen oluşturmuştur. Bilgi açısından zengin durumların seçilerek amaca uygun olarak derinlemesine araştırma yapılması amaçlandığından belli ölçütleri karşılayan belli özelliklere sahip olan öğretmenler tabakalı örnekleme yoluyla araştırma örnekleminde yer almıştır (Büyüküstün, Çakmak, Akgün vd. 2019, s.92). Ortaokul branş öğretmeninden oluşan evreni temsil niteliği konusunda, bilimsel bir araştırmada 4000 kişilik evren büyüklüğü için .05 sapma oranına göre 351 kişilik örneklemin yeterli olduğu belirtilmektedir (Büyüköztürk ve Diğerleri 2018,s.15). Bu açıklamaya binaen 11517 ortaokul öğretmenini temsilen, 642 öğretmen yeterli görülmüştür. Örneklemin belirlenmesinde araştırma kapsamında görüşülen öğretmenlerin resmi ortaokullar ve imam hatip ortaokullarında görev yapıyor olmalarına, farklı sosyo-ekonomik bölgelerde bulunan kurumlarda görev yapıyor olmalarına, eğitim durumlarının, hizmet sürelerinin ve branşlarının farklı olmasına dikkat edilmiştir.

Araştırma örneklemini teşkil eden katılımcıların demografik özelliklerine göre dağılımı Tablo 1'de görülmektedir.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özelliklere Göre Dağılımları

Değişkenler		**f**	**%**
Cinsiyet	Kadın	335	52.2
	Erkek	307	47.8
Eğitim Durumu	Lisans	573	89.3
	Lisans üstü	69	10.7
Kıdem	1-5 Yıl	319	49.7
	6-10 Yıl	149	23.2
	11-15 Yıl	91	14.2
	16- 20 Yıl	45	7.0
	21 ve üstü	38	5.9
SM Kullanımı	Evet	603	93.9
	Hayır	38	5.8
Branş	Sosyal Alanlar	302	47.0
	Sayısal Alanlar	249	38.8
	Sanat-Spor	91	14.2
Sosyal Medya Hesapları	WhatsApp		
	Facebook		
	İnstagram		
Toplam		**642**	**100**

Tablo 1 incelendiğinde araştırmaya katılan 642 öğretmenin (%52.2,n=335)'i kadın, (%47.8,n=307)'i erkektir. Bununla birlikte katılımcı öğretmenlerin %89.3'ü lisans mezunu, %10.7'si yüksek lisans mezunudur. %49.7'si 1-5 yıl kıdeme sahip iken, %23.2'si 6-10 yıl, %14.2'si 11-15 yıl, %7'si 16-20, %5.9'u ise 21 yıl ve üzeri kıdeme sahiptir. Branş bazında ise dağılım %47 sosyal, %38.8 sayısal, %14.2'si sanat-spor şeklindedir.

3. 3. VERİLERİN TOPLANMASI ve ANALİZİ

Bu araştırmada veriler, araştırmacı tarafından geliştirilen "Okul Yönetim Aracı Olarak Sosyal Medya Öğretmen Anketi" (OYASMA) ile toplanmıştır. Anketin hazırlanmasında önce ilgili literatür taranmış, Uzun ve Uluçay 'ın (2017) çalışmalarından da yararlanılmış ve toplamda 37 soruluk madde havuzu oluşturulmuştur. Hazırlanan ankette yer alan maddelerin anlaşılabilirliğini yani görünüş geçerliği ve ilgili konunun çerçevesini temsil etmesi yani kapsam geçerliğini sağlamak amacıyla Harran Üniversitesi Eğitim Fakültesinde görev yapan iki uzman (biri eğitim yönetimi ve birisi de eğitim programları ve öğretim uzmanı) görüşüne başvurulmuştur. Bununla ilgili olarak ayrıca Şanlıurfa ilindeki resmi bir ortaokulda görev yapan bir ortaokul yöneticisi ile bu okulda görev yapan biri sosyal biri sayısal, diğeri de sanat-spor alanlarında görev yapan üç öğretmenin de görüşleri alınmıştır. Aynı konuda son olarak da il Milli Eğitim Müdürlüğünde görev yapan bir ölçme değerlendirme uzmanının görüşleri de alındıktan sonra alınan dönütler doğrultusunda 5 madde araştırmadan bağımsız yahut birbirinin tekrarı niteliğinde olması hasebiyle anketten çıkarılmıştır. Böylece altısı kişisel bilgiler ve 32'si "okul yönetiminde sosyal medya" ile ilgili ve birisi de açık uçlu olmak üzere toplam 39 maddelik OYASMA'ya son şekli verilmiştir.

Okul yöneticilerinin yönetimde sosyal medya kullanımına dair öğretmen görüşlerini belirlemeyi amaçlayan OYASMA'da yer alan okul yönetiminde kişisel bilgilere ait altı madde; cinsiyet, kıdem, eğitim durumu, branş, sosyal medya kullanma durumu ve sosyal medya hesabı ile ilgilidir. Anketin ikinci kısmındaki sosyal medya ile ilgili toplam 32 madde "3 Evet" , "2 Kısmen" ve "1 Hayır" olmak üzere üçlü şekilde derecelendirilmiştir. OYASMA hazırlandıktan sonra uygulama için öncelikle Harran Üniversitesi Etik

Kurulundan ve Şanlıurfa İl Milli Eğitim Müdürlüğünden gerekli izinler alınmıştır. İzinler alındıktan sonra 2019-2020 eğitim-öğretim yılını kapsayan Ocak ve Şubat aylarında, gönüllü katılım formu da kullanılarak uygulanmıştır. Uygulamada dağıtılan toplam 750 anketin 720'si geri dönmüştür. Bunlardan da 78'i eksik olduğu veya uygun doldurulmadığı için elenerek, toplam 642 anket analize hazır hale getirilmiştir. Verilerin kodlanmasında dil, sosyal bilgiler, din kültürü branşları "sosyal"; matematik, fen bilimleri branşları "sayısal"; görsel sanatlar, beden eğitimi, müzik branşları ise "sanat, spor" olarak gruplandırılmıştır. Eğitim durumuna ilişkin yalnızca dört öğretmenin doktora seviyesinde olması münasebetiyle bu veri yüksek lisans mezuniyeti ile birlikte alınmıştır. Araştırmada katılımcı öğretmenlerin doğrudan görüşleri kodlanarak aktarılmıştır. Kodlama $Ö_1$(K,11-15) şeklinde yapılmıştır. Burada "$Ö_1$" Öğretmen 1; "K" Kadın ve "11-15" ise Kıdem anlamındadır.

Araştırmada veriler, SPSS paket programı kullanılarak, Nicel verilerin analizinde tanılayıcı istatistiksel tekniklerden frekans ve yüzde alma teknikleri kullanılmıştır. Analizlerde anlamlılık düzeyi olarak p=0.05 kabul edilmiştir. Aralarında ilişki aranan kategorik değişkenler çapraz tablonun satır ve sütunlarına yerleştirilerek frekanslar belirlenmiş ve tablolardaki frekans dağılımlarının manidarlığı Ki-kare testi aracılığıyla test edilmiştir. Ki kare testi, gözlenen frekanslar ile beklenen frekanslar arasındaki farkın istatistik olarak anlamlı olup olmadığı temeline dayanan ve iki ya da daha çok grup arasında farkın/bağın olup olmadığının ortaya konmasında kullanılabilen parametrik olmayan istatistiksel yöntemlerden biridir (Büyüköztürk, Çokluk ve Köklü, 2014).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR ve YORUMLARI

4.1. OKUL YÖNETİMİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMINA YÖNELİK ÖĞRETMEN GÖRÜŞLERİNE DAİR BULGULAR ve YORUMLARI

Araştırmanın birinci alt amacı olan "Okul yönetiminde sosyal medya kullanımına yönelik öğretmen görüşleri nelerdir?" şeklindeki soruya dair öğretmen görüşleri dört başlık altında toplanmıştır. Bunlar; 1. Okul yönetiminde sosyal medyanın kullanılması, 2. Okul yönetiminde sosyal medyanın etkisi, 3. Yönetimde sosyal medyanın kullanılma şekli ve 4. Yönetim aracı olarak sosyal medyanın kullanılmasının duyuşsal yansımaları biçiminde olup sırayla aşağıda yer almaktadır.

4.1.1. Okul Yönetiminde Sosyal Medyanın Kullanılmasına Yönelik Öğretmen Görüşlerine Dair Bulgular ve Yorumları

Araştırmaya katılan öğretmenlerin, okul yönetiminde sosyal medya kullanımına yönelik görüşleri ve bunlara dair yapılan analizler Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2: Okul Yönetiminde Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Öğretmen Görüşleri

Madde No		Evet		Kısmen		Hayır	
		f	%	f	%	f	%
1	Okul yöneticileriniz, sosyal medyayı yönetim aracı olarak kullanmakta mıdır?	518	80.7	103	16.0	21	3.3
2	Okul yöneticilerinizin sosyal medyayı yönetim aracı olarak kullanması kendi tercihleri midir?	413	64.3	180	28.0	49	7.6
3	Okul yöneticilerinizin sosyal medyayı yönetim aracı olarak kullanması amirlerinin (üst yöneticilerin) talebi midir?	250	38.9	252	39.3	140	21.8
4	Okul yöneticileriniz, sizinle sosyal medya üzerinden iletişime geçmekte midir?	543	84.6	74	11.5	25	3.9
5	Okul yöneticileriniz, sosyal medyayı yönetim aracı olarak kullanmasını doğru bulmakta mısınız?	407	63.4	179	27.9	56	8.7
6	Okul yöneticileriniz, sosyal medyayı yönetim aracı olarak kullanmasını etik (ahlaki) bulmakta mısınız?	395	61.5	201	31.3	46	7.2
7	Sizce, okul yönetiminde sosyal medyanın yönetim aracı olarak kullanılması etkili bir yol mudur?	403	62.8	198	30.8	41	6.4
8	Sizce, okul yönetiminde sosyal medyanın yönetim aracı olarak kullanılması teknolojik bir gereklilik midir?	473	73.7	129	20.1	40	6.2

Tablo 2 incelendiğinde; katılımcı öğretmenler, okul yöneticilerinin sosyal medyayı yönetimde araç olarak kullandıkları (%80.7; n=518), bunun da yöneticilerinin kendi tercihi olduğu (%64.3;n=413) görüşüne sahiptirler. Bununla birlikte katılımcı öğretmenler bu yönetim biçimini doğru (%63.4;n=407) ve etik (61.5;n=395) bulmakta ve bunun teknolojik bir gereklilik (%73.7;n=473), etkili bir yol (%62.8;n=403) olduğunu düşünmektedirler. Araştırmanın bu bulgusu sosyal medyanın okul yönetiminde kullanılmasının öğretmenlerce benimsendiği şeklinde yorumlanabilir. Bu konuda görüş beyan eden katılımcı öğretmen görüşlerinden bazılarının da bu sonucu destekler nitelikte olduğu görülmektedir. Örnek olarak Ö$_1$(K,11-15) "*Artık sosyal medya kullanmak zorunlu hale gelmiştir*.", Ö$_2$(K,6-10)"*Okul yönetiminin sosyal medya araçlarını kullanması teknolojik bir gerekliliktir.", Ö$_3$(E,1-5)"Sosyal medyanın yönetimde -eğer- dersleri engellemiyorsa kullanılmasının faydalı olacağını düşünüyorum."*Ancak bazı katılımcı görüşleri ise bunun aksi görüştedir:

Ö$_4$(K,1-5*)"İş hayatında resmiyet her zaman iyidir. Sosyal medya bu seviyeyi bozuyor."*

Ö$_5$(K,6-10*)"Devlet işlerinde kullanılmasını doğru bulmuyorum."*

Ö$_6$(E,11-15)"*Okul medya hesabında asıl önemli duyuruların önüne geçen gereksiz paylaşımlar yapılmaktadır."*

Ö$_7$(E,11-15) *"Bazen internet olmadığında haberdar olamayabiliriz bu yüzden duyuru da yapılmalı diye düşünüyorum."*

Ö$_8$*(*E,6-10) *"Sosyal medya üzerinden yapılan yönetsel mesajların (emir, yazı, yapılacak iş ve işlemler) kontrolünü sağlamak zor oluyor, unutulabiliyor ve ciddiye alınamayabiliyor."*

Konu ile ilgili olarak Korkmaz, Güven ve Ünal'ın (2017) yaptığı araştırmada, öğretmenlerin internet ve sosyal medya ağlarını kurumsal iletişim aracı olarak görmelerinin yanında eğitim etkinliklerinde kullanımını da kısmen benimsedikleri gözlenmiştir. Bu sonuç bir anlamda sosyal medyanın artık yönetimde bir araç olarak kullanılmasının inkar edilemez bir gerçek olduğunu, yönetimde geleneksel yöntemden uzaklaşılarak teknoloji tabanlı bir iletişim mekanizması kurulduğunu düşündürmektedir. Sosyal medyanın yönetimde

tercih edilmesine en büyük sebep olarak pratiklik, eşgüdüm ve hızlı bilgi akışı gösterilebilir. Okul yöneticilerinin de bu sebeplerden dolayı artık kurumsal iletişimde sosyal medyayı tercih ettikleri düşünülmektedir. Okul yöneticilerinin çoğu zaman öğretmenlerle aynı anda ve yerde yüz yüze iletişim imkânı bulamadığı, bu yüzden de sosyal medya üzerinden iletişim kurdukları söylenebilir. Nitekim aynı mekân veya aynı zaman diliminde olmayan yöneticiler için sosyal medya ortamları iletişim kurmada pratik ve daha ekonomik olabilmektedir (Bıdın ve ark.2011; akt. Uzun ve Uluçay, 2017).

Katılımcıların Tablo 2'de yer alan maddelere yönelik görüşleri arasında değişkenlere göre anlamlı fark olup olmadığını belirlemek üzere Ki-kare (X^2) testi uygulanmıştır. Test sonucunda katılımcı görüşleri arasında branş değişkenine göre anlamlı fark bulunmazken cinsiyet değişkenine göre;1.($X^2_{(df=2)}$=8.726;p=0.013) ve 4.($X^2_{(df=2)}$=8.308; p=0.016) maddelere yönelik katılımcı görüşleri arasında anlamlı fark olduğu belirlenmiştir. Buna göre kadın öğretmenler (%85.1;n=285), yöneticilerin sosyal medyayı okul yönetim aracı olarak kullandıklarını erkeklerden (%75.9;n=233) daha çok düşünmektedirler. Bu duruma göre, kadın öğretmenlerin çalıştığı okullarda sosyal medyanın yönetsel işlevinin daha ön planda olduğu yorumu yapılabilir. 4.maddeye göre kadın katılımcılar (%88.1;n=295) okul yöneticilerinin onlarla sosyal medya üzerinden iletişime geçtikleri yönündeki maddeye erkek katılımcılara göre (%80.8;n=248) daha fazla katıldıkları gözlenmiştir. Burada, kadın öğretmenlerin de yöneticileri ile iletişimlerinde daha çok sosyal medyayı tercih etmelerinden kaynaklı olabildiği düşünülebilir. Bununla beraber genetik farklılık teorisine göre, kişilerin genetik yapılarının cinsiyete dayalı eğilimlerini etkilediği, hormon yapılarının da dünyayı algılama biçimlerini belirlediği bilinmektedir (Turan ve Ebiçlioğlu, 2002). Bu durum, kadın öğretmenlerin görüşlerini etkilemiş olabilir.

Katılımcıların Tablo 2'de yer alan maddelere yönelik görüşleri arasında kıdem değişkenine göre 3.maddeye yönelik görüşleri arasında anlamlı bir farklılık belirlenmiştir ($X^2_{(df=8)}$=15.901; p=0.44). Buna göre, 1-5 yıl arası kıdeme sahip katılımcılar (%44.2; n=141) okul yöneticilerinin sosyal medyayı yöneticim aracı olarak kullanmasının üst yöneticilerinin talebiyle olduğunu,

16-20 yıl arası kıdeme sahip öğretmenlere (%26.7;n=12) göre daha çok düşünmektedirler. Burada mesleğinin 16-20 yıllarındaki öğretmenlerin yaş itibarı ile teknolojiden daha uzak olduğu düşünülebilir. Nitekim öğretmenlikte geçirilen görev süresi arttıkça bilgi teknolojileri yeterlilik seviyelerinin azalmakta olduğu belirtilmektedir (Çağtaş, 2019). Buna karşın 1-5 yıl kıdeme sahip genç öğretmenlerin ise kuşak özelliğinden dolayı sosyal medyaya daha aşina oldukları söylenebilir.Katılımcıların Tablo 2'de yer alan maddelere yönelik görüşleri arasında eğitim durumu değişkenine göre 8. maddeye yönelik katılımcı görüşleri arasında anlamlı fark olduğu belirlenmiştir ($X^2_{(df=2)}$=7.422;p=0.24). Buna göre, lisansüstü mezunu öğretmenler (%75.2; n=431), lisans mezunlarına göre (%60.9; n=42) göre, sosyal medyanın okul yönetiminde kullanılmasının teknolojik bir gereklik olduğunu daha fazla gerekli görmektedir. Bunun olası bir nedeni, lisansüstü eğitimi alan öğretmenlerin teknoloji yönetim ilişkisini daha iyi anlamaları olabilir. Bunun ise, öğretmenlerin sorun çözme kapasitesine olumlu yansımaları (Turhan ve Yaraş, 2013) olabilir. Diğer taraftan bu durum, lisansüstü eğitim alan öğretmenlerin sosyal medya kullanım alışkanlığına da bağlı olabilir. Nitekim eğitim düzeyi ile sosyal medya kullanım şeklinin değiştiği (Başbayram ve Turan, 2018) bilinmektedir.

4.1.2. Okul Yönetiminde Sosyal Medyanın Etkisine Yönelik Öğretmen Görüşlerine Dair Bulgular ve Yorumları

Araştırmaya katılan öğretmenlerin, okul yönetiminde sosyal medyanın etkisine yönelik görüşleri ve bunlara dair yapılan analizler Tablo 3'te yer almaktadır.

Tablo 3: Okul Yönetiminde Sosyal Medya Kullanımının Etkisine Dair Öğretmen Görüşleri

Maddeler		Evet		Kısmen		Hayır	
		f	%	f	%	f	%
16	Okul yöneticileriniz, sosyal medyayı yönetim aracı olarak kullanması sizi teknoloji kullanmaya itmekte midir?	349	54.4	161	25.1	132	20.6
17	Sizce, okul yönetiminde sosyal medyanın yönetim aracı olarak kullanılması zaman tasarrufu sağlamakta mıdır?	481	74.9	124	19.3	37	5.8
18	Sizce, okul yönetiminde sosyal medyanın yönetim aracı olarak kullanılması kağıt israfını engellemekte midir?	516	80.4	97	15.1	29	4.5

19	Sizce, okul yönetiminde sosyal medyanın yönetim aracı olarak kullanılması pratiklik sağlamakta mıdır?	489	76.2	116	18.1	37	5.8
20	Sosyal medya paylaşımlarınız, yöneticilerin hakkınızdaki kanaatini etkilemekte midir?	146	22.7	187	29.1	309	48.1
21	Paylaşımlarınıza bağlı yöneticilerinizde oluşan kanaat, size karşı davranışlarına yansımakta mıdır?	102	15.9	179	27.9	361	56.2

Tablo 3 incelendiğinde; katılımcı öğretmenlerin okul yönetim aracı olarak sosyal medya kullanımının kağıt israfını engellediği (%80.4; n=516), zaman tasarrufu (%74.9; n=481) ve pratiklik (%76.2; n=489) sağladığı yönünde görüşlere sahip olduğu görülmektedir. Katılımcı öğretmenlerin açık uçlu soruya verdiği aşağıdaki cevaplar da bu görüşlerini destekler niteliktedir. Örnek olarak, $Ö_9$(K,6-10) "*Sosyal medyanın kullanılması kurumda zaman ve kağıt tasarrufu sağlamak ve işlerin ivedilikle gerçekleşmesi açısından çok yararlıdır*." $Ö_{10}$(K,1-5) "*Teknoloji çağındayız ve sosyal medyanın doğru kullanımı pratiklik sağlamaktadır*." görüşleri verilebilir. Bütün bunlar araştırmaya katılan öğretmenlerin, okul yönetiminde sosyal medyanın kullanılmasının yönetimin etkililik ve verimliliğini olumlu yönde etkilediği şeklinde yorumlanabilir. Buna göre de katılımcıların sosyal medyayı ekonomik bir kazanç olarak varsaydığı ileri sürülebilir. Nitekim mevcut alanyazın baz alındığında sosyal ağlar, kırtasiyeciliğin azaltılması ve yerel gereksinimlerin vaktinde karşılanması ile birlikte hizmet kalitesinin artırılmasına de yardım etmektedir (Erkek, 2016). Teknoloji kaynaklı sosyal medya kullanımının ucuz ve kolay erişilebilir oluşunun da bu tercihi destekler nitelikte olduğu söylenebilir. Ancak bununla birlikte sosyal medya kullanımına yönelik olumsuz görüş beyan eden katılımcı öğretmenler de mevcuttur. Bunlardan $Ö_{11}$(K,6-10) "*İşlerin pratik bir şekilde ilerlemesi açışımdan okulun sosyal medya kullanılması bence gayet doğal bir durumdur. Ama okul sosyal medyalarını kişiselleştirmemek gerekir*." görüşü ile, sosyal medyanın kişiselleştirilmesinden rahatsızlık duyduğunu ifade etmiştir. Bir başka katılımcı öğretmen; $Ö_{12}$(E,16-20) "*Sosyal medya ve teknoloji kağıt israfını ve iş yükünü hiçbir şekilde azaltmamıştır aksine daha fazla iş yüküne sebep olur israf çıkarmakta, teknoloji geliştikçe kağıt israfı artmaktadır*." görüşü ile sosyal medyanın iş yükünü azaltmasından ziyade artırdığını ifade etmiştir. $Ö_{13}$(E,6-

10) ise "*Okulda sosyal medya kullanmak zaman kazanmak için iyidir ancak buradan gelecek her mesaj emir niyetinde ve zorunluluk teşkil etmemelidir*." görüşü ile sosyal medya üzerinden gelecek mesajların emir veya zorunluluk teşkil etmesinden rahatsızlığını dile getirmiştir.

Katılımcı öğretmenlerin okul yönetim aracı olarak sosyal medya kullanımına dair yukarıda belirtilen olumlu görüşlerinin diğer bir olası nedeni de sosyal medyanın artık örgütsel iletişimde temel nitelik taşımasıdır. Bunu nedeni de sosyal medyanın ucuz ve paylaşıma açık oluşudur (Fischer & Reuber, 2011; akt. Şengöz ve Eroğlu). Konuya yönetim odaklı bakıldığında kurum içi bilgi akışı ve çalışanlar arasında eş güdümlü bilgi akış hızı, faaliyetlerin etkili bir şekilde yürümesi açısından sosyal medya önem arz etmektedir. Bu, kurum içi iletişimin kalitesi açısından da önemli görülmektedir. Çünkü iletişimin hızı kadar kalitesi de önemlidir. Bununla ilgili olarak Uzun ve Uluçay (2017) da yeni iletişim teknolojilerinin benimsenmesinin kurumlara; zaman ve mekâna bağlı olmama, bilgi iletiminde kolaylık, verilerin depolanması,maliyetten tasarruf gibi konularda kazançlar sağlayarak kurum içi iletişimin kalitesini artırabileceğini belirtirken yönetimde sosyal medya kullanmanın ekonomik bir tasarruf sağladığı düşüncesini desteklediğini ifade etmektedir. Bu konuda Erkek (2016); sosyal medya araçlarının çabuk, kolay ve masrafsız bir iletişim yöntemi olmasıyla kamu kurum ve kuruluşları tarafından topluma bilgi ve hizmet sunumunda ilk olarak tercih edilen medya araçlarından biri haline geldiğini belirtmiştir.

Sosyal medyanın yönetimde kullanılmaya başlanmasıyla geleneksel yöntemlerle kağıt üzerinden yapılan bilgi akışının artık çoğunlukla dijital ortamda gerçekleştiği bilinmektedir. Sosyal medyanın yararlarına bakıldığında geleneksel medyaya karşın, maliyeti az, ücretsiz, kullanıcılarına emsalsiz içerikleri sunan, samimi bir üslupla iletişime geçilebilen, geniş kullanıcı yelpazesine sahip geleneksel medyayla karşılaştırıldığında yapılandırılmamış iletişimi içeren bir medya kanalı olduğu görülmektedir (Doğan, 2019). Eğitim kurumlarında yüz yüze gerçek nesne ve zamanlı yapılan her şey, yeni iletişim teknolojisi ile artık bilgisayar ve internet vasıtasıyla yapılmaya başlanmış, bu nedenle de bilgisayar ve internetin okul yönetiminde çokça kullanılması

gerekliliğini ortaya çıkarmıştır (Kurun ve Çobanoğlu, 2019). Bu durum zaman zaman da olsa dolaylı olarak yönetimi ve işleyişi kesintiye uğratabilmektedir. Araştırmacılar; yöneticilerin, anlık mesajlaşmayı vazifeleriyle ilgili bilgilerin ivedi bir biçimde iletilmesi ve interaktif biçimde tartışılabilmesi yoluyla işin kesintiye uğramasını ivedi bir biçimde yönetmede etkili bir aracı olarak kullanıldığını ortaya koymuşlardır (Uzun ve Uluçay, 2017). Bu açıdan bakıldığında da sosyal medya platformlarının iletişimde sağladığı pratikliğin, yönetime olumlu yönde katkı sağladığı düşünülebilir. Bu konuda yüz yüze iletişimin daha sağlıklı olacağı, yanlış anlamaların sosyal medyaya nazaran minimum düzeyde olacağı fikri düşünülebilir ancak bu konuda da Koçer (2017); sosyal medya uygulamalarının bire bir, yüz yüze etkileşim kadar avantaj sağlayamayacağı gibi sınırlılıklarına rağmen neredeyse yüz yüze iletişim imkanı sunacak kadar etkili iletişim araçlarına sahip olduğunu ifade etmektedir. Aynı konuda Özmen, Aküzüm, Sünkür ve Baysal (2011) da araştırmalarında sosyal medyanın okul yönetimi, öğretmen ve öğrenciler arasında koordinasyon sağladığını belirtmişlerdir. Buradan hareketle, günümüzde sosyal medyanın okul yönetim aracı olarak kullanılabileceği ve buna ilişkin genel bir kabul bulunduğu söylenebilir. Bu durum, sanal ortamın yaşamın bütün aşamalarına nüfuz ettiği "bilgi çağı" okulunun bir gerçeği olarak ifade edilebilir. Nitekim Şengöz ve Eroğlu (2017) da kamu kurum ve kuruluşlarından küçük çaplı işletmelere kadar tüm örgütlerin stratejik yönetim, örgütsel iletişim ve halkla ilişki biçimlerini giderek sosyal medya ile uyumlu duruma getirdiklerini ifade ederek sosyal medyanın okul yönetimi ile uyumlu hale getirilmesini desteklemektedir.

Araştırmaya katılan öğretmenlerin Tablo 3'te yer alan maddelere yönelik görüşlerinin değişkenlere göre anlamlı fark olup olmadığını belirlemek üzere Ki-kare **(X^2)** testi uygulanmıştır. Test sonucunda; cinsiyete göre, 17. ($X^2_{(df=2)}$=6.268; p=0.044), 20. ($X^2_{(df=2)}$=11.592; p=0.003) ve 21.($X^2_{(df=2)}$=6.014; p=0.049) maddelere yönelik katılımcı görüşleri arasında anlamlı fark olduğu belirlenmiştir. Buna göre, 17. madde olan okul yönetiminde sosyal medyanın yönetim aracı olarak kullanılmasının zaman tasarrufu sağladığı görüşünü, kadın öğretmenler %76.1 (n=255), erkek öğretmenlere göre (%73.6; n=226)

daha fazla benimsemişlerdir. Bu durum; kültürel olarak iş dışında aile sorumlulukları daha fazla olan kadın öğretmenlerin, zamana daha duyarlı olmasına (Akbaş ve Taner, 2017) bağlı olabilir. Geleneksel düşünceye dayalı ev içinde kadından beklenen rollerin (yemek pişirme, bulaşık yıkama, çamaşır yıkama, ütü yapma, ev temizleme, giysi tamiri) araştırma kapsamındaki kadınların çoğunluğunca ifa edildiği, evin tamiri, alış veriş, fatura ödeme gibi vazifeleri ise çoğunlukla evde bulunan erkeğin (eş ya da baba) yaptığı bilinmektedir (Ergöl, Koç, Eroğlu ve Taşkın, 2012). Bunlar göz önüne alındığında kadın öğretmenler için zaman ve pratik olmanın daha tercih edilebilir olduğu makul görülmektedir. 20. maddeye yönelik erkek öğretmenler (%27.0,n=83) kadın öğretmenlere (%18.8,n=63) göre sosyal medya paylaşımlarının, yöneticilerin haklarındaki kanaatini etkilediğini daha fazla düşünmektedirler. 21. maddeye yönelik de erkek öğretmenler (%16.6,n=51) kadın öğretmenlere (%15.2,n=51) göre paylaşımlarına bağlı yöneticilerinde oluşan kanaatin kendilerine karşı davranışlarına yansıdığını daha fazla düşünmektedir. Bütün bunların sonunda erkek öğretmenlerin sosyal medya paylaşımlarının okul yönetiminin kanaatini etkilediğini ve bu etkinin davranışlarına yansıdığını düşünmesi cinsiyet faktörüne bağlanabilir. Kaldı ki okul yönetiminde erkek öğretmenler tarafından daha çok temsil edildiği, kadın öğretmenlerin genellikle arka planda kaldığı vakıadır (Şirin ve Güner, 2017). Kadınların yönetim birimlerinde erkeklerden daha az sayıda bulunmasının sebeplerinden birisi olarak yönetim etkinliğinin erkekler baz alınarak düzenlenmiş bir alan olmasına yönelik toplumsal varsayımlar olduğu belirtilmektedir (İnandı ve Tunç,

2012 ; akt. Altıntaş ve Aytaç, 2017).

Katılımcı öğretmenlerin Tablo 3'te yer alan maddelere yönelik görüşleri arasında kıdeme göre; 20. ($X^2_{(df=8)}$=25.864; p=0.001) maddede anlamlı farklılık belirlenmiştir. Buna göre, kıdemli öğretmenlerin (%36.8; n=14), sosyal medya paylaşımlarının, yöneticilerin kendileri hakkındaki kanaatini etkilediğine, genç öğretmenlere göre (%20.7; n=66), daha fazla inanmakta olduğu görülmektedir. Bunun olası bir nedeni, genç öğretmenlerin kuşak özelliği gereği olarak sosyal medya misyon ve içeriğine daha fazla hakim olması olabilir. Y kuşağının

günümüz toplumunda çalışma yaşamındaki en etkin kuşak olduğu (Karagöz, Kodaman & Premovıc, 2018, s.51) ve Y kuşağının sosyal medya kullanımında Z kuşağına göre kendilerini daha yetkin bulduğu (Deniz ve Tutgun, 2019) da buna sebep olarak gösterilebilir.

Katılımcı öğretmenlerin Tablo 3'te yer alan maddelere yönelik görüşleri arasında eğitim durumu (mezuniyet) değişkenine göre; 20.($X^2_{(df=2)}$=8.902; p=0.012) ve 21. ($X^2_{(df=2)}$=11.447; p=0.003) maddelere yönelik anlamlı farklılık vardır. 20.maddeye göre; yüksek lisans mezunu öğretmenler(%33.3; n=23), lisans mezunu öğretmenlere(%21.5;n=123) oranla sosyal medya paylaşımlarının yöneticilerinin haklarındaki kanaatini etkilediğini daha çok düşünmektedir. Bunda yüksek lisans yapan öğretmenlerin eğitim yönetiminde daha vakıf olduğu ve bundan kaynaklı farklı bakış açılarına sahip olabildiği düşünülebilir. Benzer şekilde 21. maddede yüksek lisans mezunu öğretmenler (%27.5 ;n=19) lisans mezunu öğretmenlere göre (%14.5;n=83) paylaşımlarına bağlı olarak yöneticilerinin kendilerine karşı davranışlarını da etkilediğini daha çok düşünmektedirler.

Sosyal medya kullanımı değişkenine göre katılımcı görüşleri arasında anlamlı farklılık bulunmazken branş değişkenine göre; 19. maddeye ($X^2_{(df=4)}$=13.315; p=0.010) yönelik katılımcı görüşleri arasında anlamlı farklılık belirlenmiştir. Buna göre sosyal (%77.8, n=235) ve sayısal (%77.9,n=194) alan öğretmenleri, spor-sanat (%65.9, n=60) alanındaki öğretmenlere göre okul yönetiminde sosyal medya kullanımının daha çok pratiklik sağladığını düşünmektedir. Öğretmenlerin bu görüşleri ortaokul öğrencilerinin 8. sınıf sonunda girecekleri LGS'de kapsama dahil edilen soruların sayısal ve sözel ağırlıklı olması ve bu dersleri yürüten öğretmenlerin de zaman konusunda daha duyarlı olması etkili olmuş olabilir.

4.1.3.Okul Yönetiminde Sosyal Medyanın Kullanım Şeklinde Yönelik Öğretmen Görüşlerine Dair Bulgular ve Yorumları

Araştırmaya katılan öğretmenlerin, okul yönetiminde sosyal medyanın kullanım şeklinde yönelik görüşleri ve bunlara dair yapılan analizler Tablo 4'te yer almaktadır:

Tablo 4: Yönetimde Sosyal Medyanın Kullanılma Şekline Yönelik Öğretmen Görüşleri

Madde No		Evet		Kısmen		Hayır	
		f	%	f	%	f	%
9	Okul yöneticilerinizden, mesai gün ve saatleri dışında yönetsel mesajlar almakta mısınız?	371	58.1	178	27.7	91	14.2
10	Okul yöneticilerinizden, mesai gün ve saatleri **dışında** yönetsel mesajlar almak sizi rahatsız etmekte midir?	142	22.1	175	27.3	325	50.6
11	Okul yöneticilerinizden, mesai gün ve saatleri **içerisinde** yönetsel mesajlar almak sizi rahatsız etmekte midir?	90	14.0	131	20.4	421	65.6
12	Okul yöneticilerinizden, ders saatlerinde mesaj almakta mısınız?	354	55.1	203	31.6	85	13.2
13	Okul yöneticilerinizden, ders saatlerinde mesaj almak sizi rahatsız etmekte midir?	133	20.7	165	25.7	344	53.6
14	Okul yöneticilerinizden, ders saatlerinde mesaj almak dersinizi bölmekte midir?	119	18.5	188	29.3	335	52.2
15	Okul yöneticilerinizden, ders saatlerinde mesaj almak öğrencileri olumsuz etkilemekte midir?	121	18.8	160	24.9	361	56.2

Tablo 4 incelendiğinde, katılımcı öğretmenlerin okul yöneticileri tarafından mesai saatleri dışında (%58.1;n=371) ve ders saatleri içerisinde (%55.1;n=354) yönetsel mesajlar aldığı anlaşılmaktadır. Bu durum öğretmenler için rahatsız edici olsa da sosyal medyanın zaman ve mekân tarafından daraltılmama (Aslan, 2018) doğasının yönetime yansıması olarak görülebilir. Diğer taraftan bu durum, okul yöneticilerine mesai saatleri içinde ve dışında öğretmenler ile iletişim halinde olabilme imkanı tanıyan bir avantaj olarak da görülebilir. Zira yönetim, bir anlamda kesintisiz iletişim demektir. Yeniçıktı'ya (2016) göre benzer durum diğer kurumlarda da görülmektedir. Günümüzde öğretmenlerin çoğunun hali hazırda sosyal medyayı aktif biçimde kullandığı (Moran, 2011; akt. Alabanı, 2017) ve bu yolla iletişimi işlevsel gördükleri (Göncü, 2018) göz önüne alındığında okul yönetiminde sosyal medyanın mesai kavramı gözetilmeden kullanımı çağın gereği ve normal görülebilir. Her ne kadar sosyal medya aracılığı ile iletişimde "sanal kaytarma" gibi suistimaller olabilirse de bu vasıtanın yönetimde kullanımının artık eskisi kadar yadırganmadığı da bir vakıadır. Nitekim sosyal medya ile birlikte karşımıza çıkan bir kavram olan "sanal kaytarma" yaşanan bir olgu olarak personelin mesai saatleri içerisinde örgüte ait internet ve bilgi teknoloji araçlarını iş ile

alakalı olmayan durumlar için kullandığı bilinmektedir (Nur ve Küçük, 2019). İletişimde gerek böylesi durumların önüne geçmek ve gerekse mesai kavramı ile kişisel zaman kavramlarının dikkate alınabilmesi için sosyal medya kullanımının denetlenebilir olması önemlidir. Zira sosyal medyanın esnek davranmaya açık özelliği büyük bir avantaj sayılsa da işine çok odaklanan kişilerin çalışma ve yaşam dengesini zedelediği için de dezavantaj olabilmektedir (Öztürk ve Talas, 2015). Konu ile ilgili olarak Uzun ve Uluçay (2008), iş ortamında WhatsApp kullanımının işin bölünmesine etkisini araştırdıkları çalışmada olumlu ve olumsuz sonuçlara ulaşmışlardır. İş kesintisi, günümüzde bilginin yoğun olarak kullanıldığı iş yerleri için önemli bir iş yeri problemi olarak gözükmekte ve teknolojinin ilerlemesiyle bu problem daha da artmakta ve işine bağlı çalışanlar, günlük uğraşılarına daha fazla vakit ayırdıklarından ve internetin rutin işlerine engel teşkil etmesi sebebiyle internet kullanımından imtina etmelerinden işine bağlılık değişkeni ile internet kullanımı arasında negatif yönde bir ilişki olduğu saptanmıştır(Garret ve ark; akt.Akın, Özbay ve Baykut, 2015). Ancak bu çalışmaya katılan öğretmenler, bunun iş kesintisine neden olmadığı görüşündedirler. Bunun olası bir sebebi, bu mesajların anlık olması olabilir. Nitekim anlık mesajlaşmanın iş yerinde işi kesintiye uğratmadığı bunun yerine iş yerleri için bir yönetim aracı olarak iyi bir iletişim ortamı olduğunu ileri sürmektedir (Garret ve Danziger,2008;akt.Uzun ve Uluçay, 2017). Bu görüşün aksi olarak WhatsAap uygulamasının medya zenginliği nedeniyle kullanımının arttıkça iş ortamında kesintiye uğramanın olduğu fikri de güçlenmektedir (Uzun ve Uluçay, 2017). Görüldüğü gibi sosyal medyanın her yer ve zamanda bir yönetim aracı olarak kullanılmasının avantaj ve dezavantajları olabilmektedir. Bütün bunların sonunda görünen o ki okul yönetiminde sosyal medyanın kullanılmasına dair yasal düzenlemelere ihtiyaç vardır. Nitekim araştırmaya katılan öğretmenler, okul yönetiminde sosyal medya kullanımının avantajı yahut dezavantajı olabileceği; bunun da ancak etkili bir denetim mekanizmasıyla çözülebileceği görüşünü dile getirmişlerdir. Bu konuda $Ö_{14}$(K,1-5)”*Sosyal medya kullanılmalı elbet ama bir sınırı olmalı.” derken;* $Ö_{15}$(E,1-5), konu ile ilgili görüşünü ”*Sadece okulun iş ve işlemleri için mesai saatleri içinde ve belli bir saatte*

olmalıdır" şeklinde dile getirmiştir.

Katılımcıların Tablo 4'te yer alan maddelere yönelik görüşleri arasında değişkenlere göre anlamlı fark olup olmadığını belirlemek üzere Ki-kare (X^2) testi uygulanmıştır. Test sonucunda, katılımcı görüşleri arasında mezuniyet durumu ve branş değişkenlerine göre anlamlı fark bulunmazken cinsiyet değişkenine göre; 10, 13 ve 15. maddelere yönelik katılımcı görüşleri arasında anlamlı fark olduğu belirlenmiştir. Madde 10'a yönelik katılımcı görüşleri arasındaki anlamlı farka ($X^2_{(df=3)}$=20.087; p=0.000) göre, erkek öğretmenler (%25.7;n=79) mesai saatleri dışında yönetsel mesajlar almaktan kadın katılımcılara (%18.5;n=62) göre daha çok rahatsızlık duymaktadırlar. Bunun olası bir sebebi, kadınların sosyal medyayı daha fazla kullanmalarına (Kaya, 2018) bağlı aşinalıkları olabilir. Muhtemeledir ki sosyal medyayı daha yoğun kullanan kadın öğretmenler bu yüzden daha az rahatsızlık duymaktadırlar. Diğer taraftan kadın öğretmenlerin mesai saatleri dışında yönetsel mesajlar almaktan erkeklere göre daha az rahatsız olmaları cinsiyetin dünyayı algılayışı etkilemesi ile de ilişkilendirilebilir. Nitekim alanyazına göre erkeklerin dünyayı algılayışları teorik ve analitik; kadın cinsiyet hormonu ise, çevre ile daha samimi ve yakın ilişkiler kurmaya yöneliktir (Moir & Jessel 2000; akt. Akbaş ve Taner, 2017). Madde 13'e yönelik katılımcı görüşleri arasındaki anlamlı farka ($X^2_{(df=2)}$=6.373; p=0.041) göre, okul yöneticilerinden ders saatlerinde mesaj almak erkek öğretmenleri (%22.1; n=68) kadınlardan (%19.4 ;n=65) daha çok rahatsızlık etmektedir. Tablo 4'te yer alan madde 15'e yönelik katılımcı görüşleri arasındaki anlamlı farka ($X^2_{(df=2)}$=7.347; p=0.025) göre, erkek katılımcılar (%20.8;n=64) ders esnasında gelen yönetsel mesajların kadın katılımcılara (%17.1;n=57) göre öğrencileri rahatsız ettiğini daha çok düşünmektedir. Her iki bulgu beraber ele alındığında sosyal medya gibi internete bağlı teknolojilere erişimde erkek ve kadın öğretmenler eşit şansa sahip olduğuna göre (Teke ve Özkılıç, 2016), erkek öğretmenlerin sosyal mesajlara daha duyarlı olmasının olası bir sebebi toplumsal cinsiyet rolleri ile ilgili olabilir.

Katılımcıların Tablo 4'te yer alan maddelere yönelik görüşleri arasında kıdem değişkenine göre; 13 ve 14. maddelerde anlamlı fark belirlenmiştir.

Madde 13'e yönelik katılımcı görüşleri arasındaki anlamlı farka ($X^2_{(df=8)}$=19.159; p=0.014) göre,21 yıl ve üzeri (%28.9 ;n=11), kıdeme sahip öğretmenler, yöneticilerinden ders saatlerinde mesaj almaktan 11-15 yıl arası (%16.5;n=15) kıdeme sahip öğretmenlere göre daha çok rahatsızlık duymaktadır. Benzer şekilde madde 14'e yönelik katılımcı görüşleri arasındaki anlamlı farka ($X^2_{(df=8)}$=25.586; p=0.001) göre de 21 yıl ve üzeri kıdemli öğretmenler (%26.3; n=10), ders saatlerinde mesaj almanın 11-15 yıl kıdeme sahip öğretmenlere göre (%9.9; n=9) derslerinin bölündüğünü daha çok düşünmektedirler. Her iki madde birlikte ele alındığında kıdemli öğretmenlerin sosyal medya mesajlarına karşı hem yönetim ve hem de eğitim-öğretim açısından daha duyarlıdırlar yorumu yapılabilir. Nitekim uygun zaman ve bağlamda olmayan her türlü mesajın insanlar kadar öğrencilerde de bölünmüş dikkat, konsantrasyon, seçici dikkat gibi negatif etkilere yol açtığı bilinmektedir (Yerli, 2017). Bu durum kıdemli öğretmenlerin yaş ve teknoloji bağlamındaki kuşak özellikleri (Taşvuran ve Horata, 2020; Deniz ve Tutgun Ünal, 2019) ile ilişkilendirilebilir. Kaldı ki, alanyazında yalnız öğretmen ve öğrenci arasında değil; öğretmen-öğretmen arasında da bu kuşak farklılığından söz edilmektedir (Karadoğan, 2019). Bu farkın daha çok büyümemesi için X,Y kuşağındaki öğretmenlere internet, teknoloji ve sosyal medya kullanımı ile ilgili hizmet içi eğitim takviyesi verilmesinin faydalı olacağı belirtilebilir.

4.1.3. Okul Yönetiminde Sosyal Medya Kullanımının Duyuşsal Yansımalarına Yönelik Öğretmen Görüşlerine Dair Bulgular ve Yorumları

Araştırmaya katılan öğretmenlerin, okul yönetiminde sosyal medyanın kullanılmasının duyuşsal yansımalarına yönelik görüşleri ve bunlara dair yapılan analizler Tablo 5'te yer almaktadır.

Tablo: 5 Okul Yönetiminde Sosyal Medya Kullanımının Duyuşsal Yansımalarına Yönelik Öğretmen Görüşleri

Madde No		Evet		Kısmen		Hayır	
		f	%	f	%	f	%
22	Sizce, okul yönetiminde sosyal medya reklam amaçlı kullanılmakta mıdır?	182	28.3	149	23.2	311	48.4

23	Sizce, okul yönetiminin sosyal medya üzerinden faaliyetlerini paylaşması gerekli midir?	304	47.4	236	36.8	102	15.9
24	Sizce, okul sosyal medya hesaplarının kullanılması okullar arası rekabete yol açmakta mıdır?	286	44.5	211	32.9	145	22.6
25	Okul yöneticilerinizin sizinle sosyal medya üzerinden kurduğu ilişki yönetsel ağırlıklı mıdır?	327	50.9	204	31.8	111	17.3
26	Okul yöneticilerinizin sizinle sosyal medya üzerinden kurduğu ilişki kişisel ağırlıklı mıdır?	41	6.4	149	23.2	452	70.4
27	Okul yöneticilerinizin sosyal medyayı yönetim aracı olarak kullanması sizi rahatsız etmekte midir?	76	11.8	133	20.7	433	67.4
28	Okul yöneticilerinizin sizinle sosyal medya üzerinden kurduğu ilişki, denetim anlamı taşır mı?	99	15.4	251	39.1	291	45.3
29	Okul yöneticilerinizin sizinle sosyal medya üzerinden kurduğu ilişki, özel hayata müdahale midir?	63	9.8	121	18.8	458	71.3
30	Okul yöneticilerinizin sizinle sosyal medya üzerinden kurduğu ilişki, sizde güvensizlik uyandırır mı?	51	7.9	113	17.6	478	74.5
31	Okul yöneticilerinizin sizinle sosyal medya üzerinden kurduğu ilişki, davranış doğallığınızı etkiler mi?	86	13.4	155	24.1	401	62.5
32	Sizce, okul sosyal medya hesaplarının takip zorunluluğu iş yükünüzü arttırmakta mıdır?	124	19.3	178	27.7	340	53.0

Eğitim ve teknoloji, yönetim ve teknoloji gibi konulardaki alanyazın incelendiğinde sosyal medyanın bir yönetim aracı olarak kullanılmasının psikolojik etkilerine dair çok fazla çalışma bulunmadığı görülmektedir. Bu yüzden araştırmada buna dair maddeler eklenmiştir. Katılımcı öğretmenlerin bu maddelere yönelik görüşlerinin yer aldığı Tablo 5 incelendiğinde öğretmenlerin çoğunun "Okul yönetiminde sosyal medya reklam amaçlı kullanılmaktadır." görüşünü benimsemedikleri (%28.3 Evet) anlaşılmaktadır. Aynı öğretmenlerin sosyal medyanın okul yönetiminde kullanılmasının okullar arasında rekabete yol açacağı görüşlerine de mesafeli durdukları anlaşılmaktadır. Buna göre araştırmaya katılan öğretmenlerin sosyal medyanın yönetim aracı olarak kullanılması olgusu karşısında net görüşlere sahip olmadıkları yorumu yapılabilir. Konunun görece yeni olması, bu durumu anlaşılır kılmaktadır.

Diğer taraftan, sosyal medyanın okul yönetiminde kullanılmasının duyuşsal yansımalarına dair maddelerin benimsenme derecesi, bu konuda önemli ipuçları sayılabilir. Öncelikle öğretmenler, yöneticilerim sosyal medya ile kendilerine ulaşmasını yönetsel bir faaliyet olarak görmekte (%50.9 Evet, %31.8 Kısmen) ve bunları kişisel olarak algılamamaktadırlar (%70.4 Hayır).

Bunların doğal sonucu olarak da öğretmenlerin çoğu (%67.4) bu mesajlardan rahatsızlık duymamakta ve bunu bir denetim olarak da görmemektedirler (%45.3 Hayır, %39.1 Kısmen). Aynı öğretmenlerin büyük oranda (%71.3), yöneticilerin kendileriyle sosyal medya üzerinden kurduğu ilişkiyi özel hayata müdahale olarak görmedikleri ve bunu kendilerinde güvensizlik uyandırmadığı (%74.5) anlaşılmaktadır. Bütün bunların sonunda, sosyal medyanın okul yönetiminde kullanılmasının araştırmaya katılan öğretmenler üzerinde olumsuz duyuşsal yansımalarının olmadığı yorumu yapılabilir. Zira önceleri bireysel yahut grupla, araştırma, haberleşme ve iletişim kurma amacıyla kullanılan sosyal medya (Boral ve Arslan, 2018), zamanla yönetim gibi başka işlevlere de yarayacak gibi görünmektedir. Nitekim sosyal medyanın yönetim amaçlı kullanılması gittikçe yaygınlık kazanmaktadır (Erkek, 2016). Konu ile ilgili olarak katılımcı öğretmenlerin aşağıda yer verilen çekinceleri dikkate değerdir. $Ö_{15}$(K,6-10) "*Günümüzde sosyal medya ile iletişim zorunluluk gibidir fakat bu durum özel hayatımıza müdahale boyutuna geçmemelidir."* $Ö_{16}$ (K,1-5) "*Sosyal medya aracılığı ile işletişim kurmak zaman tasarruf sağlar ama bu kullanım belli saatlerle kısıtlanmalı, özel hayatı kapsayacak saatler olmamalı."*

Araştırmaya katılan öğretmenlerin sosyal medyanın yönetim aracı olarak kullanılmasından psikolojik açıdan rahatsızlık duymaması, bilgi çağının kaçınılmaz bir gereği olan okulların bilgi ve iletişim teknoloji ile bütünleşmesi bakımından oldukça önemli bir avantaj sayılabilir.

Katılımcıların Tablo 5'te yer alan maddelere yönelik görüşlerinin değişkenlere göre anlamlı fark olup olmadığını belirlemek üzere Ki-kare **(X^2)** testi uygulanmıştır. Buna göre, yönetimde sosyal medya kullanımının psikolojik etkisine yönelik öğretmen görüşleri arasında cinsiyet değişkenine göre, 26 ve 27. maddelerde anlamlı fark belirlenmiştir. Madde 26'ya yönelik katılımcı görüşleri arasındaki anlamlı farka ($X^2_{(ds=4)}$=11.991; p=0.017) göre kadın katılımcılar (%6.6; n=22) erkek katılımcılara (%6.2; n=19) göre okul yöneticilerinin sosyal medya üzerinden kurduğu ilişkinin kişisel ağırlıklı olduğunu daha fazla düşünmektedirler. 27. maddeye yönelik katılımcı görüşleri

arasındaki anlamlı farka ($X^2_{(ds=2)}$=7.285;p=0.026) göre ise, erkek katılımcılar (%14.7;n=45) kadın katılımcılara (%9.3;n=31) göre sosyal medyanın bir yönetim aracı olarak kullanılmasından daha çok rahatsızlık duymaktadır. Sosyal medyanın yönetim aracı olarak kullanılmasına dair bu farklı duyarlılıklar biyolojik cinsiyet özellikleri (Akın,Özbay ve Baykut, 2015) veya toplumsal cinsiyet rollerine bağlı olabilir.Kıdem değişkenine göre 27 ve 29. maddelerde anlamlı bir fark bulunmuştur. Bunlardan 27. maddeye yönelik katılımcı görüşleri arasındaki anlamlı farka ($X^2_{(df=8)}$=18.362; p=0.019) göre, 21 yıl ve üzeri kıdeme sahip öğretmenlerin (%21.1;n=8) 16-20 arası kıdeme sahip öğretmenlere (%5.3,n=7) göre okul yönetiminde sosyal medyanın kullanılmasından daha fazla rahatsızlık duydukları söylenebilir. Benzer şekilde Tablo 5'te yer alan 29. maddeye yönelik katılımcı görüşleri arasındaki anlamlı farka ($X^2_{(ds=8)}$=15.869; p=0.044) göre, 21 yıl ve üzeri görev yapan öğretmenler (%15.8;n=6) okul yöneticilerinin kendileri ile sosyal medya üzerinden kurduğu ilişkinin, 11-15 yıl kıdeme sahip öğretmenlere (%4.4;n=4) göre özel hayata müdahale olduğunu görüşünü daha fazla benimsemişlerdir. Her iki bulgu birlikte ele alındığında sosyal medyanın okul yönetiminde kullanılması konusunda kıdemli öğretmenler ile daha düşük kıdemlilerin görüşleri arasında anlamlı farklılaşma olduğu görülmektedir. Bu bulgu, okul yönetiminde sosyal medya kullanımına dair öğretmen görüşlerinde kıdem değişkeninin önemli bir değişken olduğu biçiminde yorumlanabilir. Bu durum olasılıkla katılımcı öğretmenlerin kıdemle alakalı olan kuşak özellikleri ve bu kuşağın teknolojiye olan düşük aşinalığı ile ilgili olabilir. Nitekim Tekdere ve Arpacı'nın (2016) yaptığı çalışmada belli yaşın üzerindekilerin sosyal medya kullanımı çok istememekte ve bunu zaman kaybı olarak görmektedir. Ayrıca belli bir yaşın üzerinde olanların daha detaycı ve değişmez fikirli olmaları (Yerli, 2017) da bunda etkili olmuş olabilir. Zira sosyal medya kullanma gibi yeni bilgi gerektiren durumlara belli yaşın üzerindeki bireyler daha mesafeli olurlar (Yerli, 2017). Kaldı ki sosyal medya ve bunun iletişimde hem de resmi iletişimde kullanılması oldukça dikkat gerektiren belli bir öğrenme çabasını gerektirmektedir (Şengöz ve Eroğlu, 2017). Bu konuda yapılan diğer bir araştırmada (Tekdere ve Arpacı, 2016) belli yaşın üzerinde olanların yeni bir

teknolojiyi ya da ürünü en son benimseyen kesim olduğu belirtilmiştir. Yine Fadıloğlu'na (1992) göre ortalama 20-30 sene çalışan bireyler, yabancısı oldukları ve sonradan ilgi ve bilgiye ihtiyaç duyulan sosyal medya kullanımı gibi alanlara karşı daha ön yargılı olabilmektedir. Bu araştırma sonuçları kıdem değişkenine göre katılımcı öğretmenlerin sosyal medyaya daha mesafeli duruşlarını açıklamaktadır.

Tablo 5'te yer alan maddelere yönelik öğretmen görüşleri arasında mezuniyet durumu değişkenine göre 22. maddede anlamlı fark belirlenmiştir ($X^2_{(ds=4)}$=13.976;p=0.007). Buna göre, yüksek lisans mezunu öğretmenler (%43.1;n=28), lisans mezunu öğretmenlere (%26.9;n=154) göre okul yönetiminde sosyal medyanın reklam amaçlı kullanıldığını daha çok düşünmektedir. Lisansüstü mezunu öğretmenlerin bu görüşlerinde, aldıkları eğitime bağlı olarak eğitim yönetimi teori ve süreçlerine daha hâkim olmaları etkili olmuş olabilir. Kaldı ki günümüzde sosyal medyanın reklam amaçlı da kullanıldığı bir vakıadır. Ayrıca eğitim sektöründe önceleri daha çok özel işletmelerde görülen bir olgu son dönemlerde tüm eğitim kurumlarında öğrenci ve veli talebini artırma noktasında kullanılır olmuştur. Nitekim Doğan (2019) yaptığı araştırmada eğitim kurumlarında sosyal medya uygulamalarını pazarlama aracı olarak kullanılmak istendiğini, bunun da öğretmenlere nazaran okul yöneticileri tarafından yapıldığını belirtmiştir. Konu ile ilgili olarak negatif bir algı oluşturmadığı sürece reklamın eğitimde yenilikçi bir adım olabileceği belirtilmektedir (Alabaş, Kamer ve Polat, 2012).

Tablo 5'te yer alan maddelere yönelik öğretmen görüşleri arasında branş değişkenine göre 24 ve 25. maddelerde anlamlı fark belirlenmiştir. 24. maddeye yönelik katılımcı görüşleri arasındaki anlamlı farka ($X^2_{(ds=6)}$=16.404; p=0.012) göre, sosyal alan öğretmenleri (%49.7; n=150), sayısal alan öğretmenlerine (%39.4;n=98) göre, sosyal medyanın okullar arası rekabete yol açtığını daha çok düşünmektedirler. Bunun olası bir sebebi, sosyal alan öğretmenlerinin okul yönetiminde sosyal medya kullanımını rekabet unsuru olarak görüp sosyal ortamlarda yaptığı etkinliklerin daha fazla olması olabilir. Nitekim Doğan'a (2019) göre gelişen teknoloji ile eğitim kurumlarının sosyal

medya pazarlamasını kullanıp kullanmamaları kurumlar arasında artan rekabete yol açmıştır. Konu ile ilgili bir katılımcı öğretmenin $Ö_{16}$(E,6-10) açık uçlu soruya verdiği şu cevap dikkat çekicidir: "*Sosyal medya çok şiddetli bir rüzgâr, çabamız rüzgarı elle durdurmaya yönelik. Rüzgârı durduramıyoruz sadece yüzümüzü koruma şansımız var. Çabanız ve ilginiz için teşekkürler…"* 25. maddeye yönelik katılımcı görüşleri arasındaki anlamlı farka ($X^2_{(ds=4)}$=11.888; p=0.018) göre, sosyal alan branş öğretmenler i(%57.9; n=175), sayısal alan branş öğretmenlerine (%44.6;n=111) göre, okul yöneticilerinin kendileriyle sosyal medya üzerinden kurdukları ilişkinin daha çok yönetsel ağırlıklı olduğunu düşünmektedir. Bu bulgu; okulda sosyal medyanın bir yönetim aracı olarak kullanılmasına karşı sosyal branşa sahip öğretmenlerin, sayısal branştakilere göre daha olumlu bir tutum sergiledikleri şeklinde yorumlanabilir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

SONUÇ

Sosyal medyanın okul yönetiminde kullanımına yönelik öğretmen görüşlerini belirlemek ve bu görüşleri çeşitli değişkenlere göre değerlendirmeyi amaçlayan bu araştırmada belirli sonuçlara ulaşılmıştır. Bu sonuçlara, araştırmanın alt amaçları sıralamasına göre aşağıda yer verilmiştir.

Araştırmanın yürütüldüğü okullarda öğretmenlerin çok büyük çoğunluğunun (%94) sosyal medya hesabı bulunduğu belirlenmiştir. En sık kullanılan sosyal medya hesabı WhatsApp, Facebook ve Instagram şeklinde sıralanmaktadır. Araştırmada öğretmenlerin bu denli sosyal medya hesabına sahip olması ve bunları yoğun biçimde kullanması, okulların çağa ayak uydurma çabası kadar dünyadakine benzer şekilde (Can, 2020) bütün boyutlarıyla eğitim ve öğretim sürecini zaman ve mekandan koparan ve adeta sanal boyuta taşıyan Covid-19 pandemisinin etkisi olarak değerlendirilmiştir. O kadar ki artık sanal ve dijital pedagojiden söz edilmeye başlanmıştır (Karadağ ve Yücel, 2020). Anlaşılan o ki okul yönetimleri de sosyal medyayı bir iletişim aracı olarak kullanarak sıklıkla bu yeni duruma ayak uydurmaya çalışmaktadırlar. Araştırmalar (Burukoğlu ve Argon, 2020), öğretmenlerin sosyal ağla bağlantılı olmalarının örgütsel bağlılıkları üzerinde olumlu etkisi olduğunu göstermiştir. Nitekim günümüz okullarında örgütsel iletişim amacıyla sosyal medya hesaplarının aktif biçimde kullanılmakta olduğu (Kavrayıcı ve Kesim, 2021; Balcı ve Tezel Şahin, 2018) bilinmektedir. Yine bu konuda okul yönetimlerinin sosyal medya grupları kurarak yönetsel işlemlerin bir kısmını buradan yürütmekte oldukları yaygın bir uygulamadır (Keleş ve Karanfil, 2020). Araştırmanın yürütüldüğü okullarda da bunun yansıması olarak sosyal medyanın kurumsal iletişim ve bazen de kurumsal tanıtım amaçlı kullanıldığı görülmektedir. Bu durumun orta vadede okul yönetimine farklı boyutlar getireceği öngörülebilir.

Araştırmaya katılan öğretmenler, okul yönetiminde sosyal medyanın iletişim amaçlı olarak yoğun biçimde kullanıldığı görüşündedirler. Öğretmenler; sosyal medyanın yönetim aracı olarak kullanılmasını doğru, etik ve etkili bulmakta ve bunu teknolojik bir gereklilik olarak görmektedirler.

Sosyal medyanın okul yönetiminde kullanılmasında kadın öğretmenler, erkeklere göre; genç öğretmenler kıdemlilere göre ve lisansüstü eğitim mezunları, lisans mezunlarına göre daha olumlu görüşlere sahiptirler. Katılımcı öğretmenlerin, sosyal medyanın yönetim aracı olarak kullanılmasına dair olumlu görüşlerinden hareketle, araştırmanın yürütüldüğü okulların sosyal medyayı yönetim aracı olarak kullanmasının, okulun en önemli paydaşlarından olan öğretmenler tarafından olumlu karşılandığı sonucuna varılabilir. Kaldı ki günümüz insanı tarafından yoğunlukla kullanılan sosyal medyanın okullara yansımaması beklenemez. Nitekim araştırmada ulaşılan sonuca benzer şekilde tüm kurum ve kuruluşlarda sosyal medyanın yönetimde bir iletişim aracı olarak kullanıldığı bilinen bir vakıadır. Dahası, bugün okuldaki yönetim başta olmak üzere neredeyse tüm işleyişin teknoloji tabanlı olarak yürütüldüğü bir ortamda çağdaş bir teknolojik uygulama olan sosyal medyanın kullanılmaması eksiliktir. Dolayısıyla, okul yönetiminde sosyal medyanın kullanılması bilgi çağına uyum için kaçınılmazdır. Ancak gerekli yasal düzenlemeler yapılmadan konu ile ilgili gerekli farkındalık tam olarak oluşturulmadan sosyal medyanın yönetim aracı olarak kullanılmasının birtakım soruları beraberinde getirme potansiyeli de gözden ırak tutulmamalıdır.

Okul yönetiminde sosyal medyanın bir iletişim aracı olarak kullanılması yeni bir durumdur. Bu durumun okul yönetimine etkileri ve bu uygulamanın getirdiği yeni boyutlar hakkında araştırma katılan öğretmenlerin görüşlerine dayalı ulaşılan sonuçlara aşağıda yer verilmiştir:

Araştırmaya katılan öğretmenlere göre, okul yönetiminde sosyal medyanın kullanılması teknoloji kullanmayı gerektiren olumlu bir uygulamadır. Öğretmenler, okul yönetiminde sosyal medyanın kullanılmasının olumlu etkilerini; zaman tasarrufu sağlama, kırtasiye israfını engelleme ve yönetimde pratiklik sağlama şeklinde sıralamışladır. Konu ile ilgili yapılan bir araştırmada (Şahin ve Üstüner, 2018), okul yöneticilerinin sosyal medyayı genel itibarıyla zaman israfı olarak görmesi dikkat çekicidir. Buradan hareketle, okul yöneticilerinin sosyal medya hesaplarını örgütün lehine olacak şekilde amaçlı kullanmayı olumladıkları, bunun dışındaki sohbet gibi kullanımlara fazlaca sıcak bakmadıkları sonucuna varılabilir. Görünen o ki

sosyal medya gibi teknolojik uygulamalar hem yönetici ve hem de öğretmen rollerini etkilemektedir (Köse, Yurdakul ve Onuk, 2017). Okul yönetiminde sosyal medyanın kullanılmasının olumlu etkileri olduğuna dair kadın öğretmenler, erkeklere göre; sosyal ve sayısal branştaki öğretmenler, spor-sanat branştakilerine göre daha olumlu görüşlere sahiptirler. Diğer taraftan, kıdemli öğretmenler gençlere göre ve lisansüstü mezunu öğretmenler de lisans mezunlarına göre, sosyal medya paylaşımlarının yöneticilerinin haklarındaki kanaatini daha fazla etkilediği görüşündedirler.

Araştırmada öğretmenlerin okul yönetiminde sosyal medyanın kullanılmasına dair olumlu görüşlerinin görev yaptıkları okulların teknoloji tabanlı yönetime uyumu bakımından
önemli olduğu değerlendirilmiştir. Zira "bilgi çağı" olarak adlandıran günümüzde diğer birçok kurum ve kuruluş gibi okulların iletişimi de temelde teknoloji tabanlı olarak yürütülmektedir. Diğer taraftan araştırmaya katılan öğretmenlerin okul yönetiminde sosyal medyanın kullanılmasına dair olumlu görüşler sergilemeleri, Covid-19 Pandemisi gibi olağanüstü durumlardaki iletişime hazır olma bakımından da avantaj sağlayacağı sonucuna varılabilir.

Sosyal medyanın birçok kurum ve kuruluşta yönetim aracı olarak kullanılması yaygın bir uygulama olup bu araştırmaya katılan öğretmenler tarafından da olumlu karşılanmıştır. Ancak sosyal medyanın yönetimde iletişim aracı olarak kullanılması kadar, bu uygulamanın şekli de önemlidir. Nitekim bu konudaki tutum, görüş ve davranışlar bizatihi sosyal medyanın kendisinden ziyade çoğunlukla uygulama şekline yönelik olarak şekillenmektedir. Araştırmaya katılan ve sosyal medyanın okul yönetiminde iletişim aracı olarak kullanılmasına dair olumlu görüşlere sahip olan öğretmenlerin, bunun uygulanma şeklinde yönelik görüşlerinden ulaşılan sonuçlara aşağıda yer verilmiştir:

Araştırmaya katılan öğretmen görüşlerinden görev yaptıkları okullarda mesai günü, mesai saati dışında ve ders esnasında sosyal medya yolu ile yönetsel mesajlar aldıkları anlaşılmaktadır. Katılımcı öğretmenlerin yaklaşık yarısı bu durumdan rahatsızlık duymazken bir kısmı rahatsızlık duymakta ve bir kısmı da kısmen rahatsızlık duymaktadırlar. Bu durumdan hareketle,

araştırmaya katılan öğretmenlerin okul yönetiminde sosyal medyanın iletişim aracı olarak kullanılmasını kanıksadığı; zamandan ve mekandan bağımsız, her zaman ve her yerde iletişime açık oldukları çıkarımı yapılabilir. Araştırmada bu durum katılımcı öğretmenlerin bilgi çağı gereklerine yönelik yüksek farkındalık düzeyine sahip olmaları ile ilişkili olabileceği değerlendirilmiştir. Bu farkındalık düzeyinin ise öğretmenlerin aktif birer sosyal medya kullanıcısı olmalarıyla alakalı olabileceği belirtilebilir. Ancak bu noktada unutulmaması gereken, okul yöneticilerinin sosyal medyayı dozajında kullanması; bu dozaj aşıldığında yönetsel bazı sorunlara yol açabileceği unutulmamalıdır. Nitekim Keklik, Kılıç ve Yıldız (2014) ile Palladan'ın (2018) çalışmaları, bu durumu destekler niteliktedir (Akt: Kurun, 2019). Gülaslan (2018), bu konuda sosyal medya yönetimini sağlamak üzere kurum bünyesinde yönlendirici bir dokümana ihtiyaç olduğuna işaret etmiştir. Bu itibarla okul yönetiminde sosyal medya kullanım esaslarını okuldaki tüm paydaşlarla birlikte belirlemek ve bunu deklere etmekte yarar olduğu belirtilebilir.

Okul yönetiminde sosyal medyanın kullanım şeklinde yönelik öğretmen görüşleri demografik perspektiften ele alındığında; yönetimin gönderdiği sosyal mesajlara araştırmaya katılan erkek öğretmenlerin kadın öğretmenlere göre; kıdemli öğretmenlerin ise daha düşük kıdemlilere göre daha duyarlı oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmada bu durumun kuşak özellikleriyle ilgili olabileceği değerlendirilmiştir.

Yönetim, doğası gereği zor ve stresli bir süreçtir. Okul yönetimi ise eğitim iş kolu oldukça stresli ekolojilerden birisi olduğu için daha da stresli bir sürece dönüşür. Son yıllarda sosyal medya boyutunun eklenmesiyle adeta zaman ve mekandan bağımız hale gelen okul yönetimi, söz konusu yolla her zaman hızlı bir şekilde öğretmenlere ulaşabilmektedir. Başta iletişim hızı olmak üzere birçok avantaj sağlayan bu durumun mahremiyet, etik, telif hakları (Gülaslan, 2018) gibi boyutlar itibarıyla muhataplar üzerinde duygusal ve psikolojik bazı sıkıntılara da yol açabilmektedir. Araştırmada buna yönelik öğretmen görüşlerinden ulaşılan sonuçlar aşağıda almaktadır:

Araştırmaya katılan öğretmenlere göre, yöneticilerin sosyal medya üzerinden kendilerine ulaşması yönetsel ağırlıklıdır. Buradan hareketle

araştırmaya katılan öğretmenlerin görev yaptığı okul yöneticilerinin sosyal medyayı yönetsel iletişim amaçlı kullandıkları sonucuna varılabilir. Dolayısıyla okul yönetiminin çok önemli muhatabı ve sürecin önemli bir paydaşı olan öğretmenler, bu iletişim şeklinden psikolojik anlamda her hangi bir rahatsızlık duymamaktadırlar. Nitekim araştırmaya katılan öğretmenlerin yaklaşık yarısı, okul yönetiminde sosyal medyanın yönetsel iletişim amaçlı kullanımının rekabet gereği olduğu görüşündedirler. Bundan olsa gerek öğretmenler, bu rekabette geri kalmamak için görev yaptıkları okulların sosyal medyayı yönetsel iletişim amaçlı kullanılmasına dair olumlu tutum sergilemekte ve bundan rahatsızlık duymamaktadırlar. Bu durum, araştırmanın yürütüldüğü okullarda yönetici ve öğretmenlerin, sosyal medyanın yönetim amaçlı kullanılmasında hemfikirlerdir sonucu çıkarılabilir. Bu ise, okulun amacına ulaşması bakımından çok önemli bir birliktelik olarak kabul edilebilir. Ancak konu ile ilgili araştırmalarda öğretmenlerin, sosyal medya kavramına ilişkin algılarının her zaman olumlu olmadığını; öğretmenlerin bu kanala yönelik "tehlike, hırsız" gibi olumsuz algılara da sahip oldukları (Duran ve Bayar, 2020) görülmüştür. Bu durumda yöneticilere düşen sosyal medyayı, öğretmenleri rahatsız etmeyecek biçimde etkili bir iletişim aracı olarak kullanmayı sağlamak olmalıdır.

Sosyal medyanın yönetim aracı olarak kullanılmasının öğretmenlerdeki psikolojik yansımalarına dair görüşler demografik perspektiften ele alındığında; kadın öğretmenler, erkeklere göre; kıdemli öğretmenler daha düşük kıdemlilere göre ve lisansüstü mezunları da lisans mezunlarına göre psikolojik açıdan daha duyarlı oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmaya katılan erkek öğretmenlerin kadın öğretmenlere göre; kıdemli öğretmenlerin ise daha düşük kıdemlilere göre daha duyarlı oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmada bu durumun kuşak özellikleriyle ilgili olabileceği değerlendirilmiştir.

ÖNERİLER

Araştırmada elde edilen bulguların analizinden ulaşılan sonuçlara dayalı olarak uygulayıcı ve araştırmacılar için birtakım öneriler geliştirilerek, aşağıda sunulmuştur.

- Eğitim ve öğretim sürecinde olduğu gibi okul yönetiminde de çağın gereği ve okulun paydaşları tarafından kabul gören sosyal medya gibi sanal ve dijital teknolojik uygulamalar güvenlik, maliyet ve süreklilik gibi sebeplerle yabancı web tabanlarından ziyade yerli yazılımlar üzerinden yapılmalıdır. Nitekim Covid-19 Pandemisi sürecinde bunun önemi daha iyi anlaşılmıştır.
- Sosyal medya gibi sanal ve dijital teknolojilerin eğitim-öğretim süreci ile okul yönetiminde kullanılmasının erişilebilirlik, etik, psikolojik ve mahremiyet gibi bazı sorunlara yol açmaması mutlaka yasal çerçeveye kavuşturulmalıdır. Okul yöneticileri, bu yasal düzenleme yapılana kadar okuldaki paydaşlarla birlikte sosyal medya kullanım ilkeleri geliştirerek ilan etmelidirler.
- Okul yöneticilerinin, sosyal medya aracılığıyla gönderdikleri mesajların muhatapları yasal ve psikolojik açından rahatsız etmemesi için dil ve üslubuna dikkat etmelerinde yarar vardır.
- Okul yöneticilerinin, sosyal medya aracılığıyla gönderdikleri mesajların muhatapların mesai dışı, geç saateler, ders saati gibi mahremiyetlerini dikkate alacak zaman ve içerikte olmasına dikkat etmelerinde yarar vardır.
- MEB'in veya il milli eğitim müdürlüklerinin gerek okul yöneticilerine ve gerekse öğretmenlere sosyal medya kullanımı ile ilgili bilgilendirici etkinlikler düzenlemesi, bu konuda yaşanabilecek iletişim kazalarını önlemek bakımından önemlidir. Sosyal medya okuryazarlığı kavramı çerçevesinde düzenlenecek olan bu eğitim faaliyetlerinin etkililik ve verimlilik açısından üniversiteler ile koordineli yapılmasında yarar vardır.
- Okul yöneticilerinin öğretmenler arasından atandığı ülkemizde gerek okul yöneticileri ve gerekse öğretmenlerin sosyal medya kullanım bilgi ve becerisini artırmak üzere Eğitim Fakültelerinin programlarına medya okuryazarlığı dersinin eklenmesinde yarar vardır.Sosyal medyanın çağın gereği olarak okul yönetiminde kullanılmasının yanında bu iletişim şeklinin savaş, felaketler ve

pandemi gibi olağanüstü durumlarda kullanılmasının öğretmenler, öğrenciler ve veliler nezdindeki yansımaları araştırılabilir.

- Sosyal medyanın gerek çağın gereği olarak ve gerekse olağanüstü durumlarda okul yönetim aracı olarak kullanılmasının müdür ve müdür yardımcıları nezdindeki yansımaları araştırılabilir.

KAYNAKÇA

Açıkalın, A. Ve Turan, S. (2011). Okullarda Etkili İletişim. Ankara: Pegem Özel Eğitim Hizmetleri.

Açıl, Y. (2020). *Okul Yönetiminde Yönetim Süreçlerinin Etkililiği İle Örgütsel Adalet Arasındaki İlişki* (Master's Thesis, Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü).

Ağaoğlu, E., Altınkurt, Y., Yılmaz, K., & Karaöse, T. (2012). Okul yöneticilerinin yeterliklerine ilişkin okul yöneticilerinin ve öğretmenlerin görüşleri (Kütahya ili). *Eğitim ve Bilim*, *37*(164)

Ak, M. (2006). *İlköğretim Okulu Yöneticilerinin Değişimi Yönetme Yeterlikleri (Uşak İli Örneği)* (Master's Thesis, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Akbaş, N., & Taner, B. (2017). Yönetim ve Cinsiyet: Cam Uçurum'un Ötesi. *LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, *8*(2), 193-214.

Akın, A., Özbay, A., & Baykut, İ. (2015). Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği'nin Türkçe Formu'nun Geçerliği Ve Güvenirliği. *Journal of International Social Research*, *8*(38).

Aksoyalp, Y. (2010). 21. Yüzyılda Okul Yöneticisinin Niteliği: Öğretim Liderliği.
Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, (20), 140-150.

Akyavuz, E. K., & Çakın, M. (2020). Covid-19 Salgınının Eğitime Etkisi Konusunda Okul Yöneticilerinin Görüşleri. *Electronic Turkish Studies*, *15*(4).

Alabani, W. M. (2017). *Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Kullanımları İle Öğretmen Öz–Yeterlikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi* (Doctoral

dissertation, Kastamonu Üniversitesi).

Altıntaş, F. Ç., & Aytaç, C. K. (2018) Yöneticilik özelliklerine ilişkin algılanan cinsiyet kalıp yargılarının analizi.

Argon, T., & Burukoğlu, S. (*2020)* Okul Yöneticilerinin Çevreyle İletişiminde Öğretmenlerin Rolü. *Eğitim Araştırmaları-*, 30.

Argon, T., & Özçelik, N. (2008). İlköğretim Okulu Yöneticilerinin Değişimi Yönetme Yeterlikleri. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 8*(16), 70-89.

Aslan, N. B. (2018) Örgütsel İletişimde Sosyal Medyanın Araçsallığı. *International Journal Of Social Science, 1*(1), 166-184.

Aslan, T. (2020). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kaygılarının sosyal medya bağımlılıklarını yordayıcı rolünün incelenmesi (Master's thesis, Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Aslanargun, E. (2007). Modern eğitim yönetimi anlayışına yönelik eleştiriler ve postmodern eğitim yönetimi. *Kuram ve Uygulamada Egitim Yönetimi Dergisi, 13*(2), 195-212.

Atar, G. M., & İspir, N. B. (2019). Geleneksel ve Sosyal Medyada Reklama Yönelik Tutum ve Reklam Değeri Arasındaki İlişkinin Karşılaştırılması. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (31), 305-322.

Avcı, E. (2019). Okul yönetiminde kullanılan dijital iletişim araçlarının öğretmen ve yönetici üzerindeki memnuniyet algısı.

Aydemir, A. (2021) Uzaktan Eğitim Sürecinde Öğretmen İle Öğrenci-Veli İletişimi: Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Deneyimleri. *Manas Sosyal*

Araştırmalar Dergisi, *10*(2), 813-827.

Aydın, A. F. (2015). Kurumsal İtibar Açısından Sosyal Medyaya İlişkin Bir Değerlendirme. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, *5*(1), 78-92.

Aydın, A. F. (2020). Post-Truth Dönemde Sosyal Medyada Dezenformasyon: Covid- 19 (Yeni Koronavirüs) Pandemi Süreci. *Asya Studies*, *4*(12), 76-90.

Aydın, Ö. (2019). Yeni Bir Çevrimiçi Eğitim Ortamı: ÇÖÖP. İzmir Sosyal Bilimler Dergisi, 1(1), 1-5.

Balcı, A. (2008). Türkiye'de Eğitim Yönetiminin Bilimleşme Düzeyi. *Kuram Ve Uygulamada Egitim Yönetimi Dergisi*, *14*(2), 181-209

Balcı, A. (2010). *Açıklamalı Eğitim Yönetimi Terimleri Sözlüğü*. Ankara: Pegem Akademi.

Balcı, A. Ve Tezel Şahin, F. (2018). Öğretmen-Aile İletişiminde Whatsapp Uygulamasının Kullanımı. Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi,40(1), 1- 22.

Baş Bayram, R., & Turan, A. H. (2019). GençLer Arasında Sosyal Medya Kullanım Karakteristikleri.

Başaran, M., & Güçlü, N. (2017). Okul Yöneticilerinin Yönetim Biçimleri İle Öğretmenlerin İş Doyumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara*.

Bayrakçı, M., & Dizbay, S. (2013). Ortaöğretim Kurumlarında Okul Aile Birliklerinin Okul Yönetimine Katılım Düzeyleri. *Sakarya University Journal*

Of Education, 3(1), 98-112.

Beycioğlu, K., & Aslan, M. (2010). Okul Gelişiminde Temel Dinamik Olarak Değişim Ve Yenileşme: Okul Yöneticileri Ve Öğretmenlerin Rolleri (Ss. 153-173). *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 7*(1), 153-173.

Bilginoğlu, E. (2021). Covid-19 Pandemisi Sırasında Uzaktan Çalışmanın Artan Önemi: Bilinen Yanlışlar Ve Doğruları. *Calisma Ve Toplum, 69*(2).

Bulut, Y., & Bakan, İ. (2005). Yönetici Ve Yöneticilik Üzerine Kahramanmaraş Kentinde Bir Araştırma.

Can,E. (2020). Coronavirüs (Covid-19) Pandemisi Ve Pedagojik Yansımaları: Türkiye'de Açık Ve Uzaktan Eğitim Uygulamaları, *Açıköğretim Uygulamaları Ve Araştırma Dergisi*,6 (2),11-53.

Can, E., & Ozan, C. (2020). Sınıf Öğretmenlerinin Okul Yönetimine Katılımlarının İncelenmesi. *Milli Eğitim, 49*(225), 55-87.

Cemaloğlu, N., & Koçak, D. (2020). Sosyal Ağlarda Öğretmen-Öğrenci Etkileşimine Yönelik Öğretmen Görüşleri. *Eğitim Ve Toplum Araştırmaları Dergisi, 7*(1), 143-166.

Cesur, A., & Evrim, E. R. O. L. (2020). Okul Yönetiminde Kayırmacılık Ve Örgütsel Adalet Arasındaki İlişki: Afyonkarahisar İli Örneği. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 15*(25), 3467-3496.

Çağtaş, Ö. (2019). Okul Yöneticilerinin Bilgi Teknolojileri Kullanım Öz Yeterliliklerinin İncelenmesi (Master's Thesis, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı).

Çakın, M., & Akyavuz, E. K. (2020). Covid-19 Süreci Ve Eğitime Yansıması:

Öğretmen Görüşlerinin İncelenmesi. *International Journal Of Social Sciences And Education Research, 6*(2), 165-186.

Çakmak, E. E.(2019). Öğretmenlerin Medya Okuryazarlık Düzeylerinin İncelenmesi. Sınırsız Eğitim Ve Araştırma Dergisi, 4(3), 300-316.

Çakmak, V. (2014). İletişim Kaygısının Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Olan Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Örnek Olay İncelemesi (Doctoral Dissertation, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü).

Çalapkulu, Ö. Ü. Ç., & Şimşek, R. (2019) Sosyal Medya Okuryazarlığının Önemi. *İletişim Çalışmaları,* 171.

Çalışkan, M., & Mencik, Y. (2015). Değişen Dünyanın Yeni Yüzü: Sosyal Medya. Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi, (50), 254-277.

Çambay, S. O. (2015). Bir Toplumsallaşma Aracı Olarak Yeni Medya: Kuramsal Bir Değerlendirme. Sosyal Bilimler Dergisi Karabük Üniversitesi, 237-247

Çankaya, İ. H., & Aküzüm, C. (2010). İlköğretim Okullarında Öğretmenlerin İletişim Kurma Düzeyleri İle Yöneticilerin Destekleyici Liderlik Rolleri Arasındaki İlişki. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, (14), 49-57.

Çelik V. (1995). "Eitim Yöneticisinin Vizyonu Ve Misyonu", Eitim Yönetimi, Yıl 1, Sayı 1, 47-52.

Çelik, T. (2020). Dijital Çağda Sosyal Bilgiler Öğretmeni Yetiştirme: Bir Eylem Araştırması. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (38), 211-229

Çelik, Y., & Ilgın, H. Ö. (2019). Yeni Medyada Kurumsal Sosyal Sorumluluk ÜzerineBir Analiz. Yeni Medya Elektronik Dergisi, 3(2), 164-177.

Demirtaş, M. (2012). Yerel Yönetimlerde Bir Halkla İlişkiler Çalışması Olarak Sosyal Paylaşım Ağlarının Kullanımı: Üsküdar Belediyesi Örneği. *Humanities Sciences*, *7*(4), 291-314.

Deniz, L., & Tutgun-Ünal, A. (2019) Sosyal Medya Çağında Kuşakların Sosyal Medya Kullanımı Ve Değerlerine Yönelik Bir Dizi Ölçek Geliştirme Çalışması. OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 11(18), 1025-1057.

Dilekçİ, Ü., & Limon, İ. (2020) Covıd-19 Salgını Bağlamında Öğretmenlerin Algıladıkları "Aşırı İletişim Yükü" Düzeyi. *Milli Eğitim Dergisi*, *49*(1), 231-252

Doğan, N. (2019). Eğitim Kurumlarında Sosyal Medya Pazarlaması Ve Uygulamaları: Denizli'de Eğitim Veren Kurumlarda Bir Araştırma (Master's Thesis, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Doğan, N., & Barutçu, S.(2019) Eğitim Kurumlarında Sosyal Medya Pazarlama Algısı: Denizli İlinde Bir Araştırma.

Dönmez, B. (2001). Okul Güvenliği Sorunu Ve Okul Yöneticisinin Rolü. *Kuram Ve Uygulamada Egitim Yönetimi Dergisi*, *7*(1), 63-74.

Duran, E. Ve Bayar, A. (2020). Öğretmenlerin Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Görüşleri. Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 24, 425-448.

Durmuş, H. (2020). Pandemi Yönetimi.

Durnalı, M., & Akbaşlı, S. (2020) Okul Müdürleri Teknolojik Liderlik

Davranışlarının Okulda Bilgi Yönetiminin Gerçekleşme Düzeyine Etkisi. *Milli Eğitim Dergisi*, *49*(225), 23-54.

Eğinli, A. T. (2016). Yaşlı (Kişiler) İle Etkili İletişim. Ege Tıp Dergisi, 55.

Ekici, M. (2020). Öğretmenlerin Okullarda Siber Kaytarma Davranışlarına İ Lişkin Okul Yöneticilerinin Görüşleri (Pamukkale Ve Merkezefendi İ Lçeleri Örneği).

Erdi, K. A. Y. A., & Mengi, B. T. (2019). Sosyal Medya Risklerinin Yönetilmesinde İç Denetimin Rolü. Muhasebe Ve Finansman Dergisi, (82), 97-110.

Eren, E. Ş. (2014). Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeğinin Geliştirilmesi Ve Bazı Kişisel Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, *29*(4), 230-243.

Ergan, S. N., & Ergan, Ç. (2021). Sosyal Medyanın Eğitsel Kullanımı Üzerine Bir Örnek Olay Araştırması/Educational Use Of Social Media: A Case Study. *Nitel Sosyal Bilimler*, *3*(1), 65-99.

Ergöl, Ş., Koç, G., Eroğlu, K., & Taşkin, L. (2012). Türkiye'de Kadın Araştırma Görevlilerinin Ev Ve İş Yaşamlarında Karşılaştıkları Güçlükler. *Journal Of Higher Education & Science/Yükseköğretim Ve Bilim Dergisi*, *2*(1).

Erkek, S. (2016). Kamu Kurumlarında Sosyal Medya Kullanımı: Sağlık Bakanlığı Örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 141-150.

Eroğlu, E. (2010). Örgütsel İletişimin İşgörenlerin Duygu Gösterimlerinin Yönetimine Olan Etkisi. *Selçuk İletişim*, *6*(3), 18-33.

Erten, P. (2019). Z Kuşağının Dijital Teknolojiye Yönelik Tutumları. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, 10(1), 190-202.

Ertuğ, C. A. N. (2020). Coronavirüs (Covid-19) Pandemisi Ve Pedagojik Yansımaları: Türkiye'de Açık Ve Uzaktan Eğitim Uygulamaları. *Açıköğretim Uygulamaları Ve Araştırmaları Dergisi*, *6*(2), 11-53.

Esener, S. Ç. (2018) Devletin Mali İnovasyonu Açısından Saydamlık, Hesap Verilebilirlik, Katılımcılık Ve Sosyal Medya.

Esra, S. A. R. I., & Buşra, S. A. R. I. (2020). Kriz Zamanlarında Eğitim Yönetimi: Covıd-19 Örneği. *Uluslararası Liderlik Çalışmaları Dergisi: Kuram Ve Uygulama*, *3*(2), 49-63.

Ezgi, G. Ö. L., & Bülbül, T. (2012). İlköğretim Okulu Yöneticilerinin Yenilik Yönetimi Yeterliklerine İlişkin Öğretmen Algıları. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, *8*(2), 97-109.

Fadıloğlu, Ç. (1992). Yaslilikta Psikososyal Sorunlar. Ege Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Dergisi, 8(2), 62-73.

Gencer, Z. T., Daşlı, Y., & Biçer, E. B. (2019). Sağlık İletişiminde Yeni Yaklaşımlar: Dijital Medya Kullanımı. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 22(1), 42-52.

Gezer, H. B. (2020). Sanal Kaytarma İLe İŞ TatmiNi Arasındaki İLiŞkiYe YöneliK BiR Araştırma.

Gizir, S. (2002). Üniversite Ve İletişim Bir Durum Çalışması. *Kuram Ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, *30*(30), 219-244.

Goleman, D. (1998) İşbaşında Duygusal Zeka. İstanbul: Varlık Yayınları, Sayı:556

Göçoğlu, V. (2019). Türkiye'de Merkezi Yönetimin Sosyal Medya Kullanımı: Bakanlıkların Twitter Hesapları Üzerine Bir Analiz. Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi, 2(2), 422-444.

Göncü, S. (2018). Kullanımlar Ve Doyumlar Yaklaşımı Çerçevesinde Y Kuşağının Whatsapp Kullanımı Üzerine Bir İnceleme. *TRT Akademi*, *3*(6), 590-612.

Güdük, Ö., & Önder, E. (2018). Sağlık Sektöründe İşyeri İletişimi Açısından Whatsapp Uygulaması Kullanımının AHP Yöntemi İle Değerlendirilmesi. *Sağlık Akademisyenleri Dergisi*, *5*(2), 119-129.

Gülaslan T. (2018). Kamu Yönetiminde Sosyal Medya Kullanımı Ve Yönetimi: Temel İlkeler Ve Öneriler. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi Ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı Kamu Yönetimi Doktora Programı.

Gülbahar, Y., Kalelioğlu, F., & Madran, O. (2010). Sosyal Ağların Eğitim Amaçlı Kullanımı. *XV. Türkiye'de İnternet Konferansı, İstanbul, Http://Www. İnet-Tr. Org. Tr Adresinden*, *10*, 2016.

Gümüşeli, A. İ. (2001). Çağdaş Okul Müdürünün Liderlik Alanları. *Kuram Ve Uygulamada Egitim Yönetimi Dergisi*, *7*(4), 531-548.

Günbayı, İ., & Cantürk, G. (2011). Bilgisayar Teknolojisinin Okul Yönetiminde Kullanımında Okul Yöneticilerinin Bilgisayar Teknolojisine Karşı Tutumları. *ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi (ODÜSOBİAD)*, *2*(3), 47-70.

Güzel, C. (2020) Sosyal Medyanın Neliği, Gelişimi Ve Kullanım Alanları Üzerine Kuramsal Bir İnceleme. *Sosyolojik Düşün*, *5*(2), 93-112.

Hatipoğlu, H. B. (2009). Sosyal Medya Ve Ticaret Hayatına Etkileri (1).2009. (Çevrimiçi)Http://Www.CioClub.Net/Makaleler/PDF/ETicaret_Eylul_09.Pdf, Erişim Tarihi: 20.11.2020.

Http://Www.Ogretmenlerhaber.Com/Yonetmelik/Okullarda-Kurulan Whatsapp- Gruplari-İle-Ogretmenlere-Talimat-Verilebilir-H22958.Html

Https://Ttkb.Meb.Gov.Tr/Www/Sinavla-Ogrenci-Alacak-Ortaogretim-Kurumlarina- İliskin-Merkezi-Sinavda-Soru-Sorulacak-Derslere-Ait-Konu-Kazanim-Ve- Aciklamalar/İcerik/381

Https://Www.Google.Com/Search?Safe=Active&Sxsrf=Alekk03y5zrkb_Ghiqdw4Ivrrıı8b4ona%3A1587995179600&Ei=KKmxv2yjmmqmwwbp4sgdq&Q=Medya+Akademi+Sosyal+Medya+Kullan%C4%B1m%C4%B1+2020&Oq=Medya+Akademi+Sosyal+Medya+Kullan%C4%B1m%C4%B1+2020&Gs_Lcp=Cgzwc3ktywıqazoecaaqrzofcceqoafqgypyttng2dzoahaceacaae0biagdcjıbbtaumy4ymaeaoaebqgehz3dzlxdpeg&Sclient=PsyAb&Ved=0ahukewi92tae34jpahvjykykhzstadqq4dudcaw&Uact=5

İlhan, Ü. D., Güler, B. K., & Aksaraylı, M. (2019). Çalışma Değerleri Ve Örgüte Duygusal Bağlılık: X Ve Y Kuşağı Mavi Yakalı Çalışanlar Üzerine Bir Çalışma. Journal Of Yaşar University, 14(56), 379-406.

İnandı, Yusuf Ve Binali Tunç (2012), "Kadın Öğretmenlerin Kariyer Engelleri İle İş Doyum Düzeyleri Arasındaki İlişki", Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 2 (2): 203-222.

İnce, Mustafa Ve Koçak, Mevlüt Can (2017). "Üniversite Öğrencilerinin

Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi Örneği". Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7(2): 736-749

İrge, N. F. (2012). Enformasyon Toplumu Ve Toplumsal Değişim Sürecinde Sosyal Medya. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (17), 63-86.

İşman, A., & Albayrak, E. (2014). Sosyal Ağlardan Facebook'un Eğitime Yönelik Etkililiği. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 4*(1), 129-138.

Kanışlı, E. (2013). Hedef Kitle Ve Paydaşlar İle İletişim Aracı Olarak "Sosyal Medya": Gaziosmanpaşa Üniversitesi (GOÜ) Örneği. Sosyal Ve Beşeri Bilimler Dergisi, 5(2).

Kaplan, Ç. (2009). Kamu Yönetiminde Etik Ve Kamu Çalişanlarinin Etik Kavramini Algilayişlari. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 14*(3), 343-355.

Karadağ, E. Ve Yücel, C. (2020). Yeni Tip Koronavirüs pandemisi Döneminde Üniversitelerde Uzaktan Eğitim: Lisans Öğrencileri Kapsamında Bir Değerlendirme Çalışması. *Yükseköğretim Dergisi*, 10(2), 181-192.

Karadoğan, A. (2019). Z Kuşağı Ve Öğretmenlik Mesleği. Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5(2), 9-41.

Karagöz, B., K. (2006). Okul Yöneticilerinin Yönetim Süreçleri Açısından Karşılaştıkları Problemler, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Trakya Üniversitesi, Edirne.

Kavrayıcı, C., & Kesim, E. (2021). Covid-19 Pandemisi Sürecinde Okul Yönetimi: Nitel Bir Araştırma. *Kuram Ve Uygulamada Egitim Yönetimi*

Dergisi, *27*(1), 1005- 1060.

Kazaz, M., & Tümen, E. (2013). Tanıtım Amaçlı Sosyal Medya Kullanımı: Gençlik Ve Spor Bakanlığı Örneği. *1. KOP Bölgesel Sempozyum Kitabı*.

Keleş, H. N., Derin, A. T. A. Y., & Karanfil, F. (2020) Covid 19 Pandemi Sürecinde Okul Müdürlerinin Öğretim Liderliği Davranışları. *Milli Eğitim Dergisi*, *49*(1), 155- 174.

Kırık, A. M. (2012). Arap Baharı Bağlamı'nda Sosyal Medya-Birey Etkileşimi Ve Toplumsal Dönüşüm. *21. Yüzyılda Eğitim Ve Toplum Eğitim Bilimleri Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, *1*(3), 87-98.

Kırık, A. M., & Tanrıverdi Yılmaz, B. (2018). Türkiye'de Sosyal Medya Okuryazarlığı'nın Gerekliliği Üzerine Bir Araştırma. *Asos Journal*, *6*(79), 118-142.

Kırışan, V. (2019). Okul Yönetiminde Kullanılan Dijital İletişim Araçlarına İlişkin Yönetici Ve Öğretmen Görüşleri.

Kobak, K., & Biçer, S. (2008). Facebook Sosyal Paylaşım Sitesinin Kullanım
Nedenleri. In *8th International Education Technology Conference* (Vol. 568).

Korkmaz, M. (2014). Sosyal Medya-Kamu Politikaları Etkileşimi: Gezi Parkı Olayları Üzerine Bir Değerlendirme (Master's Thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Korkmaz, Ö. G. E. V., Güven, O. Ş., & Ünal, O. A. Örgütsel İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımı, Beyşehir Eğitim Sektörü Örneği Öz.

Korucu, A. T., & Usta, E. (2017). Sosyal Medya Öğretmen-Öğrenci Etkileşimi Ölçeği: Geçerlik Ve Güvenirlik Çalışması. *İlköğretim Online*, *16*(1).

Köse, K. E., Yurdakul, Ö. Ve Onuk, H. (2017). Okul Yöneticilerinin Teknoloji Liderliği İle Sosyal Medyada Öğretmen Öğrenci Etkileşimi Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi. Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 7(2), 329-344.

Kuday, N. (2020). *Okul Yöneticilerinin Teknoloji Kaynaklı Strese İlişkin Görüşlerinin Çeşitli Değişkenlere Göre Değerlendirilmesi/Evaluation Of School Administrators' Views On Technology-Based Stress According To Various Variables* (Doctoral Dissertation).

Kul, R. (2019). *Sosyal Medya Kullanımının İşgörenler Üzerine Etkisi* (Master'sThesis, İstanbul Ticaret Üniversitesi).

Kurun, M. (2019). Okul Yöneticilerinin Yönetsel Davranışları İle Sanal Kaytarma Davranışları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Pamukkale Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Eğitim Yönetimi, Denetimi, Planlaması Ve Ekonomisi Bilim Dalı.

Kurun, M., & Çobanoğlu, F. (2019). Okul Yöneticilerinin Yönetsel Ve Sanal Kaytarma Davranışları Arasındaki İlişki. IBAD Sosyal Bilimler Dergisi, (5), 134-152.

Küçük, F., & Nur, E. (2019). Sanal Kaytarma Davranışları İle İş Verimliliği Arasındaki İlişki: Harran Üniversitesi'nde Çalışan Akademik Ve İdari Personel Üzerine Bir Araştırma. Journal Of International Social Research, 12(66).

Maden, A. (2019). Türkçe Öğretmeni Adaylarının Mobil İletişim Alışkanlıkları: Whatsapp Örneği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, *18*(72), 1797-1811.

Memduhoğlu, H. B., & Yılmaz, K. (2017). Yönetimde Yeni Yaklaşımlar. *Pegem Atıf İndeksi*, 1-556.

Mendeş, B. (2018). Diyetisyenlerin Sosyal Medyadaki Paylaşımlarının Bilimsel Ve Etik Yönden İncelenmesi (Instagram Örneği) (Master's Thesis, Biruni Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü).

Moran, M., Seaman, J., & Tinti-Kane, H. (2011). Teaching, Learning, And Sharing: How Today's Higher Education Faculty Use Social Media. Babson Survey Research Group. Of Special Education Teachers And Consultants. Teacher Education And Special Education, 17, 86-95.

Odabaşı, H. F., Mısırlı, Ö., Günüç, S., Timar, Z. Ş., Ersoy, M., Seçil, S. O. M., ... & Osman, E. R. O. L. (2012). Eğitim İçin Yeni Bir Ortam: Twitter. *Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, *2*(1).

Oran, N. (2020). *Yetişkinlerde Sosyal Medya Kullanımının Sosyal Kaygı Belirtileri Ve Kişiler Arası İlişki Kurma İle İlişkisinin Değerlendirilmesi* (Master's Thesis, İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).

Öymen Kale, G. (2016). Marka İletişiminde Instagram Kullanımı.

Özarslan, Z. (2019). Türkiye'de Lisans Düzeyindeki Yeni Medya Eğitimi Ve Sektör Beklentileri Üzerine Bir Değerlendirme. Moment Dergi, 6(1), 150-175.

Özcan, B., & Saraç, L. Covıd-19 Pandemisi Sürecinde Öğretmen Çevrimiçi Uzaktan Eğitim Rol Ve Yeterlikleri: Beden Eğitimi Öğretmenleri Örneği. *Milli Eğitim Dergisi*, *49*(1), 459-475.

Özdemir, S., & Erdem, R. (2016). Sosyal Medyanin Örgüt İçi İletişimdeki Rolü. MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi, 5(3), 247-270.

Özdemir, S., & Erdem, R. (2016). Sosyal Medyanin Örgüt İçi İletişimdeki Rolü. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, *5*(3), 247-270.

Özel, M. (2018). Kurum İçi Sosyal Medya Uygulamaları Ve Çalışan Katılımı İlişkisi Üzerine Bir Araştırma.

Özen, E. (2019). Eğitimde Dijital Dönüşüm Ve Eğitim Bilişim Ağı (EBA). Özer, M. A. (2019). Eğitimde Sosyal Medyanın Kullanımı.

Özkan, M. (2019). Görsel Sanatlar Öğretmen Adaylarının Sosyal Medyanın Öğrenme Sürecine Etkilerine İlişkin Görüşleri 'Pamukkale Üniversitesi Örneği' (Master's Thesis, Pamukkale Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü).

Özmen, F., Aküzüm, C., & Sünkür, M. (2012). Sosyal Ağ Sitelerinin Eğitsel Ortamlardaki İşlevselliği. *Education Sciences*, *7*(2), 496-506.

Özmen, F., Aküzüm, C., Sünkür, M. & Baysal, N. (2011). "Sosyal Ağ Sitelerinin Eğitselortamlardaki İşlevselliği." 6th International Advanced Technologies Symposium(IATS"11), 16-18 May 2011, Elazığ

Öznacar, B., Yücesoy, Y., & Demir, B. (2020) Okul Yöneticilerinin Bilgi, Medya Ve Teknoloji Becerilerinin Değerlendirilmesi. *Uluslararası Türk Kültür Coğrafyasında Sosyal Bilimler Dergisi*, *5*(2), 94-102.

Özolu E. (2020) Kadın Cinayetlerinin Sosyal Medyada Yer Alış Biçimleri, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Niğde, s. 22 (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

Öztürk, K., & Erdem, M.(2020) Ortaokul Öğretmenlerinin Algılarına Göre Okul Müdürlerinin Yönetici Yeterlikleri İle Öğretmenlerin Psikolojik

Dayanıklılık Düzeyleri Arasındaki İlişki. *Uluslararası Türk Eğitim Bilimleri Dergisi, 2020*(15), 26- 47.

Öztürk, M. F., & Talas, M. (2015). Sosyal Medya Ve Eğitim Etkileşimi. Zeitschrift Für Die Welt Der Türken/Journal Of World Of Turks, 7(1), 101-120.

Pehlivan İ.(1998) Yönetsel Mesleki Ve Örgütsel Etik, Ankara, Önder Matbaacılık.

Peltekoğlu, F. B., & Askeroğlu, E. D. (2020) Dijital Ortamda Kurum İçi İletişim: İşletmelere Yönelik Bir Araştırma. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (35), 1-18.

Saban, A.(2019) Okullarda Bir İletişim Boyutu Olarak Teknoloji Liderliği. *İletişim Çalışmaları*, 114.

Sağlam, M. (2019). Kurumsal İletişimde Sosyal Medya Kullanımı: Marmara
Üniversitesi Örneği.

Sarı, T., & Nayır, F. (2020). Pandemi Dönemi Eğitim: Sorunlar Ve Fırsatlar. *Electronic Turkish Studies*, *15*(4).

Silen, D. (2015). Kurumsal İletişimde Yeni Bir Platform Olarak Sosyal Medya Kullanımı: Üniversitelere Yönelik Bir Kurumsal İletişim Uygulaması.

Sipahi, E.(2017) Yerel E-Devlet 2.0: Sosyal Medya Ve Belediyelerde Kurumsal Şeffaflık.

Sirer, E.(2018) Eğitimin Ekran Üzerinden Teknolojik Dönüşümünde Pandemi Dönemi'nin Etkisi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, *16*(29), 1987- 2018.

Şahin, M. Ve Üstüner, M. (2018). Sosyal Medyaya İlişkin Okul Yöneticilerinin Görüşleri. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi,* 19(1), 335-355.

Şengöz, A., & Eroğlu, E. (2017). Örgütlerde Sosyal Medya Kullanımı: Sosyal Medya Algıları, Amaçları Ve Kullanım Alışkanlıkları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, *5*(1), 503-524.

Şirin, A., & Güner, A. (2018) İlkokul Yönetici Ve Öğretmenlerinin Karar Verme Stratejileri İle İş Doyumları Arasındaki İlişki. *İstanbul Aydın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, *4*(1), 43-78.

Tanrıverdi, B. (2019). Türkiye'de Sosyal Medya Okuryazarlığının Gerekliliği Üzerine Bir Araştırma.

Tarhan, A. (2012). Büyükşehir Belediyelerinin Sosyal Medya Uygulamalarına Halkla İlişkiler Modellerinden Bakmak. *İletişim Kuram Ve Araştırma Dergisi*, *35*, 79-101.

Taşvuran Horata E.(2020) Yaşlılarda Tekli Ve İkili Görev Eğitiminin Yürüyüş, Denge Ve Fonksiyonel Mobiliteye Etkisi: Randomize Kontrollü Çalışma

Tekayak, H. (2017). Ak-Tek Sağlıkta Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğinin Geliştirilmesi Ve Aile Hekimlerinin Sosyal Medya Kullanımlarının Kişisel Ve Mesleki Gelişimlerine Etkilerinin Değerlendirilmesi.

Tekedere, H., & Arpacı, F. (2016). Orta Yaş Ve Yaşlı Bireylerin İnternet Ve Sosyal Medyaya Yönelik Görüşleri. Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi, 20(2), 377-392.

Tofur, S., & Yıldırım, R. (2021). Okul Müdürlerinin Okul Yönetim Süreçleriyle İlgili Görüşlerinin İncelenmesi (Demirci İlçesi Örneği). *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, *20*(78), 961-987.

Topcu, İ., & Ersoy, M. (2020). Eğitim Yönetiminde Teknoloji Kullanımına İlişkin Okul Yöneticilerinin Görüşleri. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 15*(1), 4930-4955.

Toraman, E., & Ormanlı, O. (2019). Bir Kamusal Alan Olarak Sosyal Medyanın Haber Etiği Bağlamında İncelenmesi. Yeni Medya Elektronik Dergisi, 3(3), 192-199.

Tosyalı, H., & Sütçü, C. S. (2019). Türkiye'de Sosyal Medya Üzerinden Siyasal Propaganda Yapmak: 2018 Cumhurbaşkanı Seçimi Örneği. Öneri Dergisi, 14(51), 61- 89.

Tuncer, A. S., (2013), Sosyal Medyanın Gelişimi, (Ed.) F. Zeynep Özata, Sosyal Medya, Eskişehir, Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 1834.

Turan, S., & Ebiçlioğlu, N. (2002). Okul Müdürlerinin Liderlik Özelliklerinin Cinsiyet Açısından Değerlendirilmesi. Kuram Ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, 31(31), 444- 458.

Tutar, H. Ve Yılmaz, M. K. (2003). Genel Ve Teknik İletişim. Ankara: Seçkin Yayıncılık

Tutgun-Ünal, A., & Deniz, L. (2019). Sosyal Medya Kuşaklarının Sosyal Medya Kullanım Seviyeleri Ve Tercihleri. OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 15(22), 1289-1319.

Uğrama. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 10(1), 216-231.

Uğur, S. (2019). Sosyal Ağlar, Dijital Avatarlar Ve Teknolojik Tekillik. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi The Journal Of International Social Research Cilt: 10 Sayı: 53Volume:10Issue:53Www.Sosyalarastirmalar.Com

Issn:1307-9581

Uzun, K., & Uluçay, D. M. (2017). İş Ortamında Whatsapp Kullanımı Ve Kesintiye Uğrama

Üstün, A., & Bozkurt, E. (2003). İlköğretim Okulu Müdürlerinin Kendilerini Algılayışlarına Göre Problem Çözme Becerilerini Etkileyen Bazı Mesleki Faktörler. Kastamonu Eğitim Dergisi, 11(1), 13-20.

Vural, Z., & Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal Of Yasar University*, *5*(20).

Yağmurlu, A. (2011). Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Ve Sosyal Medya.

Yahşi, Ö. (2020)Okul Yöneticilerinin Teknoloji Liderliği Özyeterliklerinin İncelenmesi: İzmir Örneği. *Akademik Platform Eğitim Ve Değişim Dergisi*, *3*(2), 232- 250.

Yalçınkaya, M. (2004). Okul Merkezli Yönetim. *Ege Eğitim Dergisi*, *5*(2).

Yavuz, C., & Duvan, Y. (2019) Belediyelerin Kurumsal İletişiminde Sosyal Medya: Karadeniz Bölgesi Örneği. Kent Akademisi, 12(4), 682-702.

Yazıcı, T. (2015). Kişilerarası İletişimde Anlık Mesajlaşma Uygulamalarının Yeri: Whatsapp Uygulaması İle İlgili Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir İnceleme.

Yeniçıktı , N. T. (2016). Hakla İlişkiler Aracı Olarak Instagram: Sosyal Medya Kullanan 50 Şirket Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, *9*(2), 92-115.

Yerli, G. (2017). Yaşlılık Dönemi Özellikleri Ve Yaşlılara Yönelik Sosyal Hizmetler. Journal Of International Social Research, 10(52).

Yılmazsoy, B. (2019). Eğitsel Amaçlı Sosyal Medya Kullanımı: Facebook Örneği (Master's Thesis).

Yu Y. A., Stella, T. W., Doug, V. & Kwok, C.W. (2012). Can Learning Be Virtually Boosted? An İnvestigation Of Online Social Networking İmpacts. Computers & Education. Computers & Education, 55(4),1494-1503.

Yurdigül, Y., & Zinderen, İ. E. (2012). Yeni Medyada Haber Dili (Ayşe Paşali Olayi Üzerinden Geleneksel Medya Ve İnternet Haberciliği Karşilaştirmasi). The Turkish Online Journal Of Design Art And Communication, 2(3), 81-91.

EKLER

Ek 1: Araştırma İzin Belgesi

T.C.
ŞANLIURFA VALİLİĞİ
İl Milli Eğitim Müdürlüğü

Sayı : 47377298-44-E.739463 10.01.2020
Konu : Anket İzni(Şura GÜLDAŞ)

DAĞITIM YERLERİNE

İlgi: 30/09/2019 tarih ve 18527511 sayılı Valilik Makam Onayı.

Harran Üniversitesi Yüksek Lisans Öğrencisi Şura GÜLDAŞ'ın tutanakta belirtilen konu ile ilgili araştırma izni hakkındaki 24/12/2019 tarih ve E.10940 sayılı yazısı, ilgi sayılı Valilik Makam Onayı ile oluşturulan komisyon tarafından incelenmiştir. İlgilinin çalışmasının Milli Eğitim Bakanlığı Yenilik ve Eğitim Teknolojileri Genel Müdürlüğünün 22/08/2017 tarih ve 2017/25 sayılı genelgede belirtilen hususlar çerçevesinde uygulanabileceği ekte gönderilen komisyon tutanağı ile onaylanmıştır. Denetimleri ilgili okul, ilçe milli eğitim müdürlükleri tarafından gerçekleştirilmek üzere derslerin aksatılmaması kaydıyla, araştırmanın öğretmenlerden alınacak izin ve gönüllük esasları çerçevesinde 2020-2021 eğitim öğretim yılı sonuna kadar ve **tutanakta belirtilen ilimize bağlı Eyyubiye, Haliliye, Karaköprü İlçelerimizdeki ortaokul öğretmenlerine yapılması hususunda ;**

Bilgi ve gereğini rica ederim.

İsmail YAPICIER
Vali a.
İl Milli Eğitim Müdürü

EK:
1- Komisyon Tutanağı
2- Anket

Gereği:
Eyyubiye İlçe Kaymakamlığına (İlçe MEM)
Haliliye İlçe Kaymakamlığına (İlçe MEM)
Karaköprü İlçe Kaymakamlığına (İlçe MEM)

Bilgi:
Şura GÜLDAŞ
(Bahçelievler Mah. 399 Sok. E1-5
Blok Daire No:2 Hilvan/Ş.URFA)
Harran Üniversitesi
(Sosyal Bilimler Enstitüsü)

Adres: Emağrulgazi mah Osmangazi Cad. No:11 Şanlıur
Elektronik Ağ
e-posta: bilgiislemegrubu63@meb.gov.tr

Bilgi için: Serhat CANBEK
Tel: 0(414) 280 63 92
Faks: 0(414) 280 63 99

Bu evrak güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır. https://evraksorgu.meb.gov.tr adresinden 373c-68bd-3213-a488-a907 kodu ile teyit edilebilir

Ek 2: Okul Yönetim Aracı Olarak Sosyal Medya Öğretmen Anketi

OKUL YÖNETİM ARACI OLARAK SOSYAL MEDYA ÖĞRETMEN ANKETİ

Sayın meslektaşım; Okul yönetiminde son yıllarda sosyal meydanın **bir yönetim aracı** olarak kullanıldığı bilinmektedir. Bu araştırma, siz öğretmenlerin yönetim aracı olarak sosyal medyaya ilişkin görüşlerinizi tespit etmeyi amaçlamaktadır. Burada vereceğiniz cevaplar yalnızca bilimsel amaçla kullanılacaktır. İlgi ve desteğiniz için teşekkür ederiz.

Şura GÜLDAŞ
Harran Üniversitesi Yüksek Lisans Öğrencisi

A. KİŞİSEL BİLGİLER

Cinsiyetiniz? ( ) Kadın ( ) Erkek
Kıdeminiz? ( ) 1-5 Yıl ( ) 6-10 Yıl ( ) 11-15 Yıl ( ) 16-20 Yıl ( ) 21 Yıl ve üzeri
Mezuniyet Durumunuz? ( ) Lisans ( ) Yüksek lisans ( ) Doktora
Sosyal Medya Kullanmakta mısınız? ( ) Evet ( ) Hayır
Okulunuzun sosyal medya hesapları ? ( ) WhatsApp ( ) Facebook ( )Instagram ( ) Twitter
Branşınız? (Lütfen yazınız) ……..

	B. OKUL YÖNETİMİNDE SOSYAL MEDYA İLE İLGİLİ MADDELER Lütfen aşağıdaki maddeleri okuyup, görev yaptığınız okula göre ve kendi görüşleriniz doğrultusunda size uygun bir seçeneği işaretleyiniz	**Hayı**	**Kıs**	**Evet**
1	Okul yöneticileriniz, sosyal medyayı yönetim aracı olarak kullanmakta mıdır?			
2	Okul yöneticilerinizin sosyal medyayı yönetim aracı olarak kullanması kendi tercihleri midir?			
3	Okul yöneticilerinizin sosyal medyayı yönetim aracı olarak kullanması amirlerinin talebi midir?			
4	Okul yöneticileriniz, sizinle sosyal medya üzerinden iletişime geçmekte midir?			
5	Okul yöneticileriniz, sosyal medyayı yönetim aracı olarak kullanmasını doğru bulmakta mısınız?			
6	Okul yöneticileriniz, sosyal medyayı yönetim aracı olarak kullanmasını etik (ahlaki) bulmakta mısınız?			
7	Sizce, okul yönetiminde sosyal medyanın yönetim aracı olarak kullanılması etkili bir yol mudur?			
8	Sizce, okul yönetiminde sosyal medyanın yönetim aracı olarak kullanılması teknolojik bir gereklilik midir?			
9	Okul yöneticilerinizden, mesai gün ve saatleri dışında yönetsel mesajlar almakta mısınız?			
10	Okul yöneticilerinizden, mesai gün ve saatleri **dışında** yönetsel mesajlar almak sizi rahatsız etmekte midir?			
11	Okul yöneticilerinizden, mesai gün ve saatleri **içerisinde** yönetsel mesajlar almak sizi rahatsız etmekte midir?			
12	Okul yöneticilerinizden, ders saatlerinde mesaj almakta mısınız?			
13	Okul yöneticilerinizden, ders saatlerinde mesaj almak sizi rahatsız etmekte midir?			
14	Okul yöneticilerinizden, ders saatlerinde mesaj almak dersinizi bölmekte midir?			
15	Okul yöneticilerinizden, ders saatlerinde mesaj almak öğrencileri olumsuz etkilemekte midir?			
16	Okul yöneticileriniz, sosyal medyayı yönetim aracı olarak kullanması sizi teknoloji kullanmaya itmekte midir?			
17	Sizce, okul yönetiminde sosyal medyanın yönetim aracı olarak kullanılması zaman tasarrufu sağlamakta mıdır?			
18	Sizce, okul yönetiminde sosyal medyanın yönetim aracı olarak kullanılması kağıt israfını engellemekte midir?			
19	Sizce, okul yönetiminde sosyal medyanın yönetim aracı olarak kullanılması pratiklik sağlamakta mıdır?			
20	Sosyal medya paylaşımlarınız, yöneticilerin hakkınızdaki kanaatini etkilemekte midir?			
21	Paylaşımlarınıza bağlı yöneticilerinizde oluşan kanaat, size karşı davranışlarına yansımakta mıdır?			
22	Sizce, okul yönetiminde sosyal medya reklam amaçlı kullanılmakta mıdır?			
23	Sizce, okul yönetiminin sosyal medya üzerinden faaliyetlerini paylaşması gerekli midir?			
24	Sizce, okul sosyal medya hesaplarının kullanılması okullar arası rekabete yol açmakta mıdır?			
25	Okul yöneticilerinizin sizinle sosyal medya üzerinden kurduğu ilişki yönetsel ağırlıklı mıdır?			
26	Okul yöneticilerinizin sizinle sosyal medya üzerinden kurduğu ilişki kişisel ağırlıklı mıdır?			
27	Okul yöneticilerinizin sosyal medyayı yönetim aracı olarak kullanması sizi rahatsız etmekte midir?			
28	Okul yöneticilerinizin sizinle sosyal medya üzerinden kurduğu ilişki, denetim anlamı taşır mı?			
29	Okul yöneticilerinizin sizinle sosyal medya üzerinden kurduğu ilişki, özel hayata müdahale midir?			
30	Okul yöneticilerinizin sizinle sosyal medya üzerinden kurduğu ilişki, sizde güvensizlik uyandırır mı?			
31	Okul yöneticilerinizin sizinle sosyal medya üzerinden kurduğu ilişki, davranış doğallığınızı etkiler mi?			
32	Sizce, okul sosyal medya hesaplarının takip zorunluluğu iş yükünüzü arttırmakta mıdır?			

33 . Konuyla ilgili belirtmek istediğiniz başka görüşleriniz varsa, lütfen yazınız……..

Ek 3: Etik Kurul Raporu

Tarih ve Sayısı: 20/12/2019-E.54861
Evrak Tarih ve Sayısı: 13/11/2019-E.49180

T.C.
HARRAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ETİK KURULU

Tarih: 12.11.2019
Saat: 11:00
Sayı: 2019/73
Konu: Şura GÜLDAŞ

Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'nun yaptığı toplantı sonucunda Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Yönetimi ve Denetimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi Şura GÜLDAŞ'ın araştırmacı, danışmanı **Prof. Dr. Bürhan AKPUNAR**'ın yürütücü olduğu **"Okul Yönetim Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Öğretmen Görüşleri"** konulu yüksek lisans tez çalışması oy birliğiyle uygun bulunmuş ve 12 Kasım 2019 tarihinden geçerli olmak üzere onaylanmıştır.

Doç. Dr. Mahmut KAYA
Başkan

Dr. Öğr. Üyesi. Fatma ÇAKMAK
Başkan Yardımcısı

Katılmadı
Prof. Dr. Mithat Arman KARASU

İzinli
Doç. Dr. Mustafa ÖZMUSUL

Doç. Dr. Özlem DEMİR

Dr. Öğr. Üyesi Şenay KOÇAKOĞLU

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet CANÇELİK

Ek 4: Öz Geçmiş

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı : Şura GÜLDAŞ

Doğum Yeri ve Tarihi : ESKİŞEHİR/ 27.04.1992

Medeni Durumu : Bekar

e-posta : suraguldasmail.com

Eğitim Bilgileri

İlkokul : Şeyh Edebali İlkokulu

Ortaokul : Şeyh Edebali Ortaokulu

Lise : Eskişehir Yunus Emre Lisesi

Lisans : Balıkesir Üniversitesi/ Necatibey Eğitim Fakültesi/ Türkçe Öğretmenliği