



Öğretmenlerin Sosyal Medya Kullanımları ve Sosyal Medya Kavramına İlişkin Metaforik Algıları*

Teachers' Uses of Social Media and Their Metaphoric Perceptions of Social Media Concept

Fatma Avcı^a

^a Eskişehir İl Millî Eğitim Müdürlüğü, Eskişehir, Türkiye.
fatma.epo@gmail.com
ORCID: 0000-0002-7513-9870

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru tarihi: 11.10.2020

Düzeltilme tarihi: 27.12.2020

Kabul tarihi: 28.12.2020

Anahtar Kelimeler:

Sosyal Medya,

Metafor,

Öğretmen

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 11.10.2020

Received in revised form: 27.12.2020

Accepted: 28.12.2020

Keywords:

Social Media,

Metaphor

Teacher

ÖZ

Araştırma ile katılımcı öğretmenlerin sosyal medya kullanımları ve sosyal medya kavramına ilişkin metaforik algılarının ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Araştırmada olgu bilim deseni kullanılmıştır. Araştırmanın katılımcı grubunu toplam 75 öğretmen oluşturmuştur. Araştırmada çevrimiçi bir form ile öğretmenlerin sosyal medya kullanımlarına yönelik bulgulara ve sosyal medya kavramıyla ilgili geliştirdikleri metaforlara ulaşılmıştır. Verilerin analizinde betimsel analiz ve içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın ikinci bölümünde ise katılımcı öğretmenlerin sosyal medya kavramıyla ilgili toplam 46 metafor geliştirdikleri görülmüştür. Öğretmenlerin sosyal medya kavramıyla ilgili en fazla virüs, dünya, yemek, deniz vb. metaforları geliştirdikleri görülmüştür. Geliştirilen bu metaforlar 7 tema altında toplanmıştır. Bu temalar, "Olumlu-olumsuz geniş içeriği ile sosyal medya, bilgi kaynağı olarak sosyal medya, kontrollü kullanılması yönü ile sosyal medya, sürekli yenilenen ve gelişen yapısı ile sosyal medya, bağımlılık yapıcı özelliği ile sosyal medya" olarak sıralanmaktadır. Araştırma sonunda, öğretmenlerin sosyal medya araçlarından günlük 2-3 saat olarak en yoğun kullandıkları sosyal medya uygulamasının Instagram olduğu ve mesleki gelişimini sağlamak amacıyla kullandıkları bulgularına ulaşılmıştır.

ABSTRACT

Basically, the research aims to reveal the participant teachers' use of social media and their metaphorical perceptions about social media. Phenomenology design, one of the qualitative research models, was used in the study. The participant group of the study consisted of 75 teachers in total. In the research, with an online form, the findings of teachers' use of social media and metaphors about the concept of social media were reached. In the form created by the researcher, the teachers said "Social media Because....." they were asked to complete the sentence. Descriptive analysis and content analysis techniques were used in analyzing the data. At the end of the research, it was found that the teachers mostly use Instagram among the social media tools, the majority of them use it for 2-3 hours a day, and they use it to gain professional knowledge and professional development in terms of usage purposes. In the second part of the study, it was seen that participant teachers developed a total of 46 metaphors about the concept of social media. It has been observed that the teacher mostly produced metaphors such as Virus, World, Food, Sea etc. regarding the concept of social media. These metaphors have been collected under 7 themes in total. The most metaphor coverage of these themes is listed as "Social media with its positive and negative broad content, Social media as a source of information, Social media with its controlled use, Social media with its constantly renewed and developing structure, Social media with its addictive feature".

Atıf Bilgisi / Reference Information

Avcı, F. (2020). Öğretmenlerin Sosyal Medya Kullanımları ve Sosyal Medya Kavramına İlişkin Metaforik Algıları. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 6 (2), Kış, s. 769-788.

* DOI: 10.46442/intjcss.808818

** Sorumlu yazar: Fatma Avcı, fatma.epo@gmail.com



1. Giriş

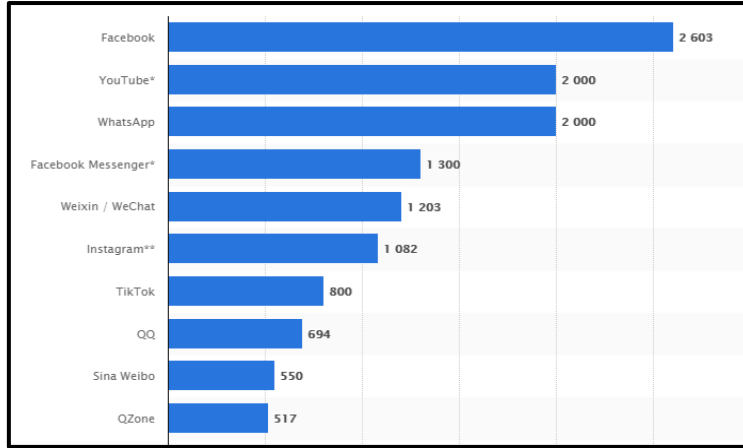
Dünyada 1970'lerde başlayan ve 1990'lardan sonra hızla devam eden internet kullanımı, çeşitli içeriklerde yayınlar yapan web sitelerinin ve bağlantılı olarak da portalların yaygınlaşmasıyla artmış ve özellikle 2000'li yılların başından günümüze kadar sosyal medyanın işlerlik kazanarak her kesimden insanı ilgilendiren içerikler barındırmasıyla dikkat çekici oranda kullanım kapasitesine ulaşmıştır (Akıncı Vural ve Bat, 2010). Dünyada internet kullanımının yaygınlaşmasında önemli ölçüde payı olan sosyal medya platformları, ağ teknolojilerinin kullanılmasıyla ulaşılan web tabanlı araç, hizmet ve uygulamaların tamamını ifade etmektedir (Cheung vd., 2018; Öztürk ve Talas, 2015).

Her geçen gün artan kullanıcı sayısı sosyal medya, artık hayatımızın önemli bir parçası hatta odak noktası haline gelerek kitlesel etki ölçeğinde büyük bir güç olarak karşımıza çıkmaktadır. Daha açık bir ifade ile sosyal medya uygulamalarının karşılıklı konuşabilme, topluluk haline gelebilme, kişiler arası bağlantıları güçlendirebilme, takip etme ve edilebilme, bireysel içerik oluşturabilme, kolaylıkla ulaşılabilme, güncel ve ucuz olma özellikleri ve kişisel kullanım amaçlarına göre değişen şekilde kullanıcılarına sunduğu çok sayıda akıllıca özellik sayesinde her yaş ve her konumdan bireyi barındıran geniş bir kitle tarafından kullanılır hale gelmiştir (Breakenridge, 2009). Dünya geneli dikkate alındığında Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram kullanıcılarına birbirinden farklı avantajlar da sağlayan ve bu nedenle de en çok kullanılan sosyal medya araçları arasında sıralanmaktadır (Amichai Hamburger ve Vinitzky, 2010; We are social, 2020). İlgili alanyazın incelendiğinde sosyal ağların genel olarak aşağıdaki şekilde sınıflandırıldığı görülmektedir (Akar, 2010; Dawley, 2009; Güzel, 2019; We are social, 2020).

- ✓ Sosyal siteler: MySpace, Facebook, Instagram, Twitter, Blogspot, Pinterest.
- ✓ Fotoğraf Paylaşım Siteleri: Flickr, PhotoBucket, Tumblr.
- ✓ İletişim kurma; Whatsapp, Viber, Snapchat, Telegram, Line, Wechat, FBMessenger
- ✓ Video Paylaşım: YouTube, Vine.
- ✓ Profesyonel Ağ Siteleri: LinkedIn, Ning. Bloglar: Blogger.com, Wordpress.
- ✓ Wikiler: Wetpaint, PBWiki.
- ✓ İçerik etiketleme: MERLOT, SLoog.
- ✓ Sanal Kelime: SL, Active Worlds, There, Whyville, Club Penguin, HiPiHi olarak sıralanmaktadır.

2020 yılının ağustos ayı itibariyle 2.7 milyardan fazla aylık kullanıcı sayısı ile bugün en büyük sosyal medya ağı olarak nitelendirilen ve 14 milyondan fazla kullanıcıyla Facebook'ta en aktif 3. ülke olarak dünya sıralamasında yerini alan Türkiye'de de, tıpkı dünya ülkelerinde olduğu gibi çoğunlukla arkadaşlık kurma, iletişim, hoş vakit geçirme gibi amaçlarla kullanılmakla birlikte eğitim ve öğrenme amaçlı da kullanılmaktadır (Rampai, 2013; Rouis vd., 2011; We are social, 2020). Önde gelen mikroblog sitelerinden biri olarak tanımlanan Twitter (Aslan, 2011) da ise kullanıcılar, uygulama üzerinden kullanıcının kendisi ve hayatı hakkında "tweet" (ileti) denilen kısa mesajları kendisini takip eden kişiler ile paylaşarak, her ne kadar ileti uzunluğu 280 karakter ile sınırlı da olsa kullanıcılarının birbirlerini karşılıklı takiplerinin mecburi olmaması, uygulamanın hem mobil cihazlar ve hem de bilgisayarlar tarafından desteklenmesi ve oldukça hızlı bir biçimde bir konuda kamuoyu oluşturabilme potansiyeli sahip olması önemli özellikleridir (Boyd, Golder & Lotan, 2010; Chen, 2011). İngilizce'deki "pin" ve "interest" kelimelerinden oluşan Pinterest de kullanıcılarına ilgi duydukları alanlarda aramalar yapma imkanı sunarak dünyanın her yerinden birçok kullanıcının fikrine, görsellerine ulaşabilme, ilgi alanlarına uygun pinleri gruplayarak kişisel panolarını oluşturabilme, depolama ve böylece istedikleri bilgilere istedikleri an kolaylıkla ulaşabilmekte fırsatı yaratmaktadır. Popüler bir sosyal medya uygulaması olan Instagram, fotoğraf ve video paylaşma amacıyla Kevin Systorm ve Mike Krieger tarafından 2010 yılında kurulmuştur (Uyanık Aktulun ve Elmas, 2019). Instagram da anlık paylaşımlar yapılabilmesi ve uygulamanın Facebook, Twitter, Foursquare gibi sosyal ağlarla bütünleşik bir şekilde kullanılabilmesi günümüzde yaklaşık 1 milyarın üzerinde aktif kullanıcıya ulaşmasında oldukça etkili olmuştur. WhatsApp ise kullanıcılarının anlık mesajlar yoluyla iletişim kurmalarını sağlayan bir uygulamadır ve öğretmen- öğrenci-veli iletişiminin kurulmasında giderek artan bir kullanım grafiğine sahip olduğu söylenebilir (Erdem ve Avcı, 2020). Aylık 2 milyardan fazla aktif kullanıcısı ile görünen o ki WhatsApp,

şu anda dünya çapında en popüler mobil mesajlaşma uygulamasıdır (Statista, 2020). Şekil 1 de dünya genelinde en popüler sosyal ağların sıralaması sunulmuştur.



Şekil 1: Dünya çapında en popüler sosyal ağlar (Statista, 2020)

Yukarıdaki şekil incelendiğinde, dünya ölçeğinde en popüler sosyal medya uygulamasının Facebook ve ardından da You Tube olduğu görülmektedir. Öte yandan sosyal medya uygulamaları kullanım noktasında kendi içerisinde hem avantaj hem de dezavantajlar barındırmaktadır. Sosyal medya, kullanıcılarına çeşitli avantajlar sağlamaktadır. Kullanıcılar ilgilerini çeken düşünceler, görüntüler ve ses dosyalarını, fikirlerini, yaşantılarına dair içeriklerini paylaşarak, hızlı bir şekilde diğer sosyal medya kullanıcılarına ulaştırabilmektedir. Aynı zamanda Instagram, Facebook, Twitter gibi sosyal medya uygulamalarında hesap oluşturmanın kullanılan internet hizmetinin bedeli haricinde herhangi bir maliyeti de yoktur (Öztürk ve Talas, 2015).

Sosyal medyanın bir diğer önemli avantajı ise kullanıcılarını yalnızca bilgiyi tüketen kişiler olmaktan çıkarak hem bilgiyi üreten ve hem de bilgiyi tüketen kişilere dönüştürmesidir. Sosyal medya internet kullanıcılarına istedikleri içerikleri seçme yani kullanımı kişiselleştirme imkânı sağlamaktadır. e-Ticaret kapsamında firmaların pazarlama stratejilerini de etkileyen sosyal medya, aynı anda tüketicinin tüketici ile tüketicinin firmalar ile firmaların tüketici ile iletişim kurmasına olanak sağlayarak tüketici ile üreticiyi buluşturmaktadır (Mangold ve Faulds, 2009). Her türlü haber veya olay sosyal medya kanalıyla çok hızlı bir şekilde yayılabilmektedir. Sosyal medya yoluyla binlerce kişi çeşitli konularda içerikler üretmektedir. Diğer yandan, ilgilendikleri konular ile ilgili bilgi sahibi olmak isteyen kullanıcılar sosyal medyada çok fazla bilgi ile karşılaşarak hangi kaynaktan ve hangi bilgiden yararlanmaları hakkında sorunlar yaşamaktadırlar ve yanlış bilgilere erişerek yanlış yol almaları durumu ortaya çıkmaktadır. Sosyal medya kullanıcıları İnternet bağlantısı, bilgisayar veya akıllı cep telefonlarının var olduğu her zaman ve her ortamda sosyal medya uygulamalarına erişmeleri mümkündür. Sıralanan tüm bu avantajlarından sonra dezavantaj konusuna gelindiğinde ise bağımlılık sorunu karşımıza çıkmaktadır. Özellikle akıllı telefonların yaygınlaşması ile medyaya yönelik bağımlılıkların arttığı çeşitli çalışmalarda ortaya koyulmuştur (Avcı ve Er, 2019; Erdem ve Uzun, 2020). Benzer şekilde, sosyal medyaya bu kadar hızlı ve pratik erişime sahip olması kişilerin işlerine odaklanmasında ve fazla zaman aldığı için iş saatleri içerisinde işlerini tamamlayamamalarına neden olabilmektedir. Diğer yandan mahremiyetin ihlali, kişisel verilerin toplanma amacının şeffaf olmaması ve kullanım amacı ile ilgili konuların açık olmaması gibi durumlar da dezavantajlar kategorisinde sıralanabilir (Ghasemaghaei, 2020).



Şekil 2: Türkiye’de akıllı telefon, internet ve sosyal medya kullanım sayıları (We are social, 2020)

Sistem içerisindeki öğretmenlerin -brans fark etmeksizin- dünyada ortaya çıkan yeni imkânları, yeni teknolojileri takip etmeleri bu gelişen teknolojilerden yararlanarak kendilerini güncellemeleri, yeni öğrenme yöntemlerini uyum sağlayarak zamanı yakalamaları gerekmektedir (Özdemir, 2016; Uştu vd., 2016). Bu bağlamda yapılan çalışmalara ve medyada yer alan haberlere bakıldığında; çevrimiçi kaynakların çoğalması ve bu kaynaklara erişilebilirliğin artması ile öğretmenlerin sosyal medya platformlarında bağlantılar kurmaya, fikirlerini paylaşmaya ve kendi profesyonel öğrenme fırsatlarını genişletme amacıyla çevrim içi olanakları kullanmaya yöneldiklerini söyleyebiliriz. Kişisel öğrenme ağları (PLN) olarak adlandırılan bu geniş sosyal ağlar, Trust (2012) tarafından da öğrenme, işbirliği, bilgi ve fikir alışverişi için kullanılabilir bir “kişilerarası bağlantılar ve kaynaklar sistemi” olarak tanımlanmıştır. Son beş yıldır öğretmenlerin çevrim içi olanakları nasıl değerlendirdiklerini araştıran çalışmalarda artış olduğu görülmektedir. Son dönemlerde öğretmenlerin çevrimiçi olarak “neler” yaptıklarını belirlemek amacıyla gerek nicel, gerekse nitel olmak üzere çeşitli çalışmalar desenlenerek veriler toplanmış, öğretmenlerin çevrim içi ortamlardaki kendi kendine öğrenmelerini, mesleki gelişimlerini araştıran çeşitli araştırmalar (Akgün, 2016; Carangoz ve Krutka, 2015; Trust, Carpenter ve Krutka, 2016; Carpenter ve Krutka, 2015 ; Davis, 2015 ; Forte, Humphreys ve Park, 2012 ; Hutchison ve Colwell, 2017 ; Kim, Miller, Herbert, Pedersen ve Loving, 2012 ; Ranieri vd., 2012 ; Tonbuloğlu ve Şişman, 2014; Veletsianos, 2011 ; Visser, Evering ve Barrett, 2014 ; Wesely, 2013) ortaya konulmuştur. Alan yazında daha önce öğretmenlerin Facebook (Kelly ve Antonio, 2016), Pinterest (Schroeder, Curcio, ve Lundgren, 2019), Twitter (Rosenberg, vd., 2016) gibi sosyal medya uygulamalarının pek çok avantaj ve dezavantajlarının olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır. Bu araştırmalarda öğretmenlerin profesyonel gelişim fırsatlarını geliştirmek ve genişletmek için çevrimiçi uygulamaları ve eğitim kaynaklarını giderek daha fazla kullandıkları belirtilmektedir. Öğretmenlerin sosyal medyaya yönelik algılarının giderek artan kullanımları ile birlikte önemli hale geldiği düşünülmektedir.

Metafor kavramı kaynaklarda bir kavramsal ifadeyi bir başka kavramsal ifadeye benzeterek açıklamak şeklinde açıklanmakta ve esasen iki kavram arasında bir anlam transferine olanak tanıyan metaforlar güçlü zihinsel araçlar olarak tanımlanmaktadır (Kövecses, 2002; Sabah, 2004; Semerci, 2007). Çünkü metafor yoluyla, birbiriyle benzeşik olmayan iki olgu arasında ilişki kurularak, belli bir zihinsel şema, başka bir zihinsel şema üzerine yansıtılır ve bu şekilde metaforlar, bir bireyin zihninin belli bir kavrayış biçiminden başka bir anlayış biçimine hareket etmesini sağlarlar dolayısıyla metaforlar bireyselliği ön plana çıkartan bir algı aracı ve temel bir düşünce kaynağı olarak düşünülebilir (Saban, 2008; Seyhan, 2017; Ekici, 2016).

Alanyazın incelendiğinde, öğretmenlerin sosyal medya kullanımlarını konu alan sınırlı sayıda çalışma olduğu görülmektedir (Benzer, 2013; Kelly ve Antonio, 2016; Schroeder, Curcio, ve Lundgren, 2019; Rosenberg, vd., 2016; Yaylak, 2016). Bu bağlamda araştırma değerlidir, öte yandan araştırmanın katılımcısı öğretmenlerin algılarını ve görüşlerini yansıtması açısından da özgündür. Ayrıca sosyal medya ağları yükselen kullanım oranları ile insan hayatında önemli bir noktaya gelmiştir, böylesi bir unsur konu alan bir araştırma olması neden ile de günceldir. Tüm bu noktalardan dolayı araştırmanın alanyazına

önemli oranda katkı sunacağı düşünülmektedir. Tüm dünya ülkelerinin çeşitli oranlarda etkilendiği pandemi süreci boyunca öğretmenlerinde içinde bulunduğu tüm toplumda sosyal medya kullanım oranlarının arttığı çeşitli raporlarda sunulmaktadır (datareportal, 2020). Öte yandan okulların zorunlu olarak kapanması ile birlikte uzaktan eğitime geçilmiş, dolayısıyla öğretmenlerden eğitsel içerikleri ve öğrencileri ile bağlantılarını Whatsapp vb. sosyal medya uygulamaları üzerinden gerçekleştirmesi durumu doğmuştur ve bu süreçte kullanılmıştır. Bu bağlamda da araştırmanın uzaktan eğitim sürecini konu alan araştırmalar yapmakta olan araştırmacılara da perspektif sunacağı düşünülmektedir.

Araştırma ile temelde katılımcı öğretmenlerin sosyal medya kullanımları ve sosyal medyaya ilişkin metaforik algılarının ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Bu temel amaç çerçevesinde sıralanan alt amaçlar ise şöyledir;

1. Katılımcı öğretmenler hangi sosyal medya uygulamalarını kullanmaktadırlar?
2. Katılımcı öğretmenlerin sosyal medya kullanım süresi nasıldır? Sosyal medya kullanım amaçları nelerdir?
3. Katılımcı öğretmenlerin, mesleki gelişimleri konusunda sosyal medya kullanımlarına yönelik görüşleri nasıldır?
4. Katılımcı öğretmenlerin “Sosyal medya” kavramına ilişkin sahip oldukları metaforlar nelerdir?
5. Katılımcı öğretmenler tarafından öne sürülen metaforlar ortak özellikleri açısından hangi kavramsal temalar altında toplanmaktadır?

2. Yöntem

2.1. Araştırma Deseni

Genel olarak, hayatın akışı içerisindeki olgu ve olaylara odaklanarak bu olgu ve olayları herhangi bir değişime tabi tutmadan olduğu haliyle inceleme çabası (Maxwell, 2008) içinde olan nitel araştırma paradigması, modern sosyal yaşamın çok yönlü ve karmaşık doğasını belirlemek için kullanılan çok çeşitli bakış açılarını barındırmaktadır (Kitzinger, 1995). Nitel araştırma yöntemlerinden biri olan ve araştırmada da araştırma deseni olarak belirlenen olgubilim (fenomenoloji) de hayata dair olgu ve olayların, kendi bağlamından kopmadan derinlemesine anlaşılmasını sağlamaktadır (Bogdan ve Biklen, 1997). Olgu bilim çalışmalarında incelenen olay veya olgu hakkında araştırmacı tarafından derin bir algıya ulaşma gayreti söz konusudur (Baltacı, 2019). Araştırmada da katılımcı öğretmenlerin “sosyal medya” olgusuna ilişkin algılarının ortaya konulması, anlamlandırılması ve yorumlanması amaçlanmıştır.

2.2. Katılımcılar

Araştırmanın katılımcıları Eskişehir il merkezinde birbirinden farklı kademelerdeki okullarda görev yapmakta olan toplamda 75 öğretmenden oluşmaktadır. Katılımcıların araştırmaya katılımlarına gönüllülük esasına dikkat edilmiştir. Araştırmanın katılımcılarının seçiminde amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örnekleme yöntemi ve ölçüt örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırmalarda maksimum çeşitlilik örnekleme yöntemi ile çoğunlukla katılımcıların mesleği, kariyeri, toplumsal görünürlüğü, çalıştığı kurum gibi sosyal değişkenler ile yaş, cinsiyet, etnik köken, coğrafi konum, sağlık durumu gibi bağıl bireysel değişkenler yönüyle çeşitlilik sağlanmaya çalışılırken (Creswell ve Clark, 2016) ölçüt örnekleme yöntemi ile katılımcıların seçiminde kriter yada kriterler göz önünde bulundurulur (Baltacı, 2019; Lincoln ve Guba, 1982) araştırma ile ulaşılmak istenilen amaca uygun örneklem grubunun ortaya konulmasına çalışılır. Maksimum çeşitlilik örnekleme yöntemine uygun olarak çok farklı branşlardan öğretmenlerin araştırmaya dahil edilirken; ölçüt örnekleme yöntemine göre ise araştırmanın katılımcısı olan öğretmenlerin aktif olarak sosyal medya uygulamalarını kullanıyor olması ölçütü dikkate alınmıştır. Araştırmada yer almayan diğer branşlardaki öğretmenlerin katılımı ise gönüllülük esasına sağlanamaması gerekçesi ile gerçekleştirilememiştir. Tablo 1’de katılımcı öğretmenlere ilişkin demografik bilgiler yer almaktadır.

Tablo 1: Katılımcı öğretmenlere ait demografik bilgiler.

Değişkenler	Demografik Özellikler	Frekans (f)
Cinsiyet	Kadın	64
	Erkek	11
	Toplam	75
Yaş	26-30 yaş	9
	31-35 yaş	26
	36-40 yaş	24
	41-45 yaş	12
	46 yaş ve üzeri	4
	Toplam	75
Öğrenim Durumu	Önlisans	-
	Lisans	63
	Yüksek lisans	10
	Doktora	2
	Toplam	75
Çalışılan Kurumun Türü	Özel	3
	Devlet	72
	Toplam	75
Branş	Okul Öncesi Eğitimi Öğretmeni	25
	Sınıf Öğretmeni	14
	Türkçe öğretmeni	5
	Fen Bilgisi Öğretmeni	4
	Matematik Öğretmeni	3
	Beden eğitimi öğretmeni	3
	Sosyal bilimler öğretmeni	2
	Rehberlik öğretmeni	3
	Görsel Sanatlar öğretmeni	2
	Özel eğitim öğretmeni	1
	Elektronik öğretmeni	1
	Toplam	75
Mesleki Deneyim Süresi	1-5 yıl	3
	6-10 yıl	25
	11-15 yıl	12
	16- 20 yıl	12
	20 yıl ve üzeri	7
	Toplam	75

Tablo 1 incelendiğinde, katılımcı öğretmenlerin 64'ünün kadın, 11'inin de erkek olduğu görülmektedir. Araştırmanın katılımcılarını yoğun olarak kadın öğretmenlerden oluştuğu anlaşılmaktadır. Katılımcı

öğretmenlerin 31-35 yaş ve 26-40 yaş aralığında olduğu ve bu durumun doğal bir sonucu olarak da mesleki deneyim süresinin de 6-10 yıl, 11-15 yıl ve 16-20 yıl aralığında yoğunlaştığı görülmektedir. Toplamda 11 farklı branştan öğretmenin katılım gösterdiği araştırmada en fazla katılım 25 öğretmen ile okul öncesi eğitim branşındadır. Ayrıca katılımcı öğretmenlerin tamamı lisans mezunu olup, aralarından 10'u yüksek lisans, 2'si ise doktora mezunudur.

2.3. Veri Toplama Süreci

Öğretmenlere araştırmacı tarafından hazırlanan çevrimiçi bir form aracılığıyla öncelikle “ Sosyal medyabenzer; çünkü.....” cümlesini tamamlamaları istenmiştir. Öğretmenlerden tamamlamaları istenilen cümle metaforik algının belirlenmesi yönünde bir veri toplama aracı olarak kullanılmıştır. Cümlede geçen “benzer ya da gibi ” kavramı alanyazında yer alan çeşitli araştırmalarda genellikle metaforun konusu ile metaforun kaynağı arasındaki bağı daha açık bir şekilde çağrıştırmak için kullanılmaktadır ve araştırmada da aynı amaçla kullanılmıştır. Çünkü herhangi bir olgunun metafor olarak kabul görmesi için konusunun kaynağının ve kaynağından konusuna ifade edilmesi düşünülen gerekçesinin belirtilmesi gerekmektedir (Forceville, 2002). Bu araştırmada “çünkü ” kavramına yer verilerek katılımcıların belirttikleri metaforları için bir gerekçe sunmaları istenmiştir. Aşağıdaki örnekte de görüldüğü gibi her zaman dikkate alınması gereken metafor soru kalıbında hedef kaynak ve gerekçeyle ilişkilendirme söz konusudur. Ardından eğitim sürecine kullandıkları sosyal medya uygulamaları konusunda değerlendirmelerini ortaya koyacak açık uçlu soruları da cevaplamalarını istenmiştir.

2.3. Verilerin Analizi

Araştırmada katılımcı öğretmenlere uygulanan çevrimiçi formdan elde edilen verilerin analizinde betimsel analiz ve içerik analizi yöntemi birlikte kullanılmıştır. Doldurulan çevrimiçi formda katılımcı öğretmenlerin hangi sosyal medya uygulamalarını kullandıkları, kullanım amaçları, kullanım sürelerinin analizinde betimsel analiz yöntemi kullanılırken; geliştirdikleri metaforların analizinde ise içerik analizi kullanılmıştır.

Araştırmada ilk olarak betimsel analiz çalışması gerçekleştirilmiştir. Betimsel analiz; çeşitli yollarla toplanan verilerin önceden ortaya koyulmuş temalara göre yorumlanması ve özetlenmesidir. Betimsel analiz tekniğinde görüşme veya gözlem yapılan kişilerin düşüncelerini dikkat çekici bir şekilde göstermek için doğrudan alıntılara yer verilir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Betimsel analiz yöntemiyle analiz edilen araştırma verilerine dayalı olarak katılımcı öğretmenlerin hangi sosyal medya uygulamalarını kullandıkları, sosyal ile uyumlu temalar altında raporlaştırılmış ve doğrudan alıntılarla desteklenmiştir.

Araştırmada elde edilen metaforların analizinde uygulanan içerik analizi süreci ise dört aşamada gerçekleştirilmiştir, bu aşamalar Şekil 1’de sunulmuştur.



Şekil 3. Araştırmada uygulanan içerik analizinin aşamaları (Ekiz, 2009; Yıldırım ve Şimşek, 2013).



Verilerin kodlanması: Araştırmada içerik analizi çalışmalarında öncelikle elde edilen tüm metaforlar listelenerek tek tek okunmuş ardından kodlanmıştır. Toplamda 75 görüş değerlendirmeye alınmış ve kodlama işlemi gerçekleştirilmiştir. Kodlama işlemi tamamlandıktan sonra daha önceden metaforik algı konulu çalışmalar yapmış olan bir öğretim görevlisi ile oluşturulan kodların tutarlılığı saptanmıştır.

Temaların bulunması: Araştırmada analiz sürecinde bu aşamaya geçildiğinde ise birbiri ile benzerlik gösteren, ortak yönleri sahip kodlar bir araya getirilerek araştırmının temaları ortaya çıkarılmıştır. Katılımcı öğretmenler tarafından “Sosyal medya” kavramına ilişkin ifade edilen görüşlerden hareketle toplamda 7 tema belirlenmiştir.

Verilerin kodlara ve temalara göre düzenlenmesi ve tanımlanması: Analiz sürecinin üçüncü aşamasında ise veriler üzerinde temalara göre bir düzenleme çalışması yapılmış, tanımlamalar gerçekleştirilmiştir.

Bulguların yorumlanması: İçerik analizi çalışmasının son aşamasında ise ulaşılan temalar nispetinde bulgular ortaya konulmuş ve araştırma metnine yansıtılarak elde edilen bulgular yorumlanmıştır. Yapılan bu dört aşamalı analiz ile araştırmanın geçerlik ve güvenilirliğine katkıda bulunulmuş (Salda~na, 2016), ayrıntılı bir raporlama sürecine geçilmiştir. Nitel araştırmalar, ele aldığı olguyu kendi bağlamında ve yorumlayıcı bir yaklaşımla inceler; ele alınan olay ve olgular yorumlanırken insanların onlara yüklediği anlamlara odaklanılır (Baltacı, 2019), araştırmada da bu ilke gereğince analiz çalışmaları gerçekleştirilmiştir.

2.4. Geçerlik ve Güvenirlik Çalışmaları

Nitel araştırmalar için araştırmanın geçerlik ve güvenilirliği, araştırmada inanılabilirlik ve aktarılabilirlik bağlamında verilmeye çalışılır (Başkale, 2016). Araştırmada inanılabilirliği sağlamak için katılımcıların geliştirdikleri metaforlara ait oluşturdukları gerekçelerden doğrudan alıntılara yer verilerek benzeyen ve benzetilen arasındaki bağlantının ortaya konulması (Kılcan, 2017) sağlanmıştır. Diğer araştırma sorularına ilişkin de öğretmenlerden gelen görüşlere doğrudan alıntılar şeklinde bulgular bölümünde sıkça yer verilmiştir. Ayrıca bağımsız bir uzman ile araştırmacının gerçekleştirdiği kodlama çalışması arasındaki tutarlılığa da bakılmıştır. Araştırmanın güvenilirliği Miles ve Huberman’ın (1994) formülü ile hesaplanmıştır. Miles ve Huberman (1994)’ın Güvenirlik = Görüş Birliği / (Görüş Birliği + Görüş Ayrılığı) formülünün uygulanması ile elde edilen sonuç doğrultusunda; uzman ve araştırmacı arasında % 86 oranında kodlayıcılar arası bir uzlaşma (güvenirlik) sağlandığı görülmüştür. Böylece araştırmacı tarafından oluşturulan kodlar ile uzmanın oluşturduğu kodlar arasında yüksek düzeyde tutarlılığın sağlandığı görülmüştür.

Araştırmada aktarılabilirlik için ise, katılımcıların seçimi ve özellikleri, verilerin toplanması ve verilerin analizi konuları açık ve detaylı olarak sunulmuştur. Elde edilen demografik veriler detaylı bir şekilde tabloya yansıtılmıştır. Analiz sürecinde elde edilen temalar tablolaştırılarak, frekansları verilmiş ve görselleştirilmiştir. Süreçte gerçekleştirilen tüm aşamalar açık ve ayrıntılı olarak açıklanmıştır.

3. Bulgular

3.1. Öğretmenlerin sosyal medya kullanımlarına ilişkin bulgular

Araştırmada öncelikle katılımcı öğretmenlerden hangi sosyal medya uygulamalarını daha yoğun olarak kullandıklarını sıralamaları istenmiştir. Bu sıralama sonucunda katılımcı öğretmenlerin hangi sosyal medya uygulamalarını kullandıkları Tablo 2’de frekansları ile birlikte sunulmuştur.

Tablo 2. Öğretmenlerin kullandıkları sosyal medya uygulamaları

Katılımcı Öğretmenler Tarafından Kullanılan Medya Uygulamaları	Frekans (f)
Instagram	64
Facebook	52
Twitter	35
Whatsapp	21
Pinterest	7
You Tube	5
Telegram	4
Linkedin	2

Tablo 2 de incelendiğinde, katılımcı öğretmenlerin en çok kullandıkları sosyal medya uygulamasının Instagram olduğu ve ardından da Facebook uygulamasının en fazla kullanıldığı görülmektedir. Katılımcı öğretmenlerin tamamının birden fazla sosyal medya uygulamasını birlikte kullandığı anlaşılmıştır. Araştırmada çevrimiçi form aracılığıyla katılımcı öğretmenlere sosyal medya kullanım amaçlarına ilişkin veri elde etmeyi sağlayan sorular yöneltilmiştir. Böylelikle sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya uygulamalarına ilişkin geliştirdikleri metaforlar arasındaki ilişkinin keşfedilmesi amaçlanmıştır. Tablo 3’te katılımcı öğretmenlerin sosyal medya uygulamalarını kullanım amaçları yer almaktadır.

Tablo 3. Öğretmenlerin sosyal medya uygulamalarını kullanım amaçları

Sosyal Medya Uygulamalarının Kullanım Amaçları	Katılımcı Öğretmenler	Frekans
Mesleki gelişimini sağlamak	Ö1, Ö4, Ö7, Ö8, Ö9, Ö10, Ö13, Ö14, Ö15, Ö18, Ö19, Ö20, Ö22, Ö23, Ö24, Ö28, Ö29, Ö30, Ö31, Ö32, Ö34, Ö36, Ö37, Ö39, Ö45, Ö57, Ö58, Ö60, Ö61, Ö64, Ö68, Ö69, Ö70,	33
Haberleri takip etmek	Ö5, Ö11, Ö17, Ö25, Ö26, Ö33, Ö35, Ö41, Ö42, Ö43, Ö47, Ö48, Ö50, Ö52, Ö54, Ö56, Ö59, Ö62, Ö63, Ö65, Ö66, Ö67, Ö71, Ö73	25
Eğlenmek	Ö3, Ö12, Ö46, Ö49, Ö51, Ö55, Ö72, Ö74, Ö75	9
Paylaşım yapmak	Ö2, Ö21, Ö27, Ö38, Ö40	5
Merak ettikleri kişiler hakkında bilgi edinmek	Ö6, Ö44	2
Yeni kişiler tanımak	Ö16	1
Toplam		75

Katılımcı öğretmenlerin sosyal medyayı kullanım amaçları incelendiğinde, en çok tekrar edilen ifadenin, “Mesleki gelişimini sağlamak” (f=33) ifadesi olduğu anlaşılmaktadır. Bu bağlamda öğretmenlerden Ö20, “*Sosyal medya benim için mesleki anlamda etkili bir öğrenme ve paylaşma ortamı*” .” şeklinde düşüncelerini ifade ederken; Ö13 de “*Kendimi mesleki olarak geliştirebildiğim ve gündemi takip ettiğim bir mecra ve meslektaşlarımın branşımız ile ilgili yaptığı çalışmalarını takip etmek mesleki gelişimime katkı sağlıyor.*” derken; Ö19 da “*Mesleki ve kişisel gelişimime katkı*

sağlayan keyifli vakit geçirdiğim ortam.” şeklinde düşüncesini belirtmiştir. Öğretmen Ö49 ise *“Hem eğitici hem zaman kaybı.”* diyerek sosyal medyanın zaman kaybına da neden olduğunu düşündüğünü ifade etmiştir.

Katılımcı öğretmenler sosyal medyayı güncel haberleri takip etmek amacıyla da kullanmaktadırlar. Sosyal medyayı daha yoğun olarak bu amaçla kullandığını ifade eden Ö11 görüşünü şöyle ifade etmiştir, *“Haber alma kanalı. Gelişmelerden ve değişikliklerden haberdar oluyorum.”*; Ö17 ise *“Telefonlar sürekli elimizde olduğu için gündemde olan olayları sosyal medya yoluyla daha kısa sürede takip edebiliyorum. Mesleki değişimlerden ve yeniliklerden hemen haberdar oluyorum.”* derken; Ö21 de *“Çağın gerisinde kalmamak adına ve haber vs. gibi içeriklere daha kolay ulaşıldığını düşündüğüm için kullanıyorum. Sağlıklı ve sınırlı bir bağım var.”* Diğer yandan katılımcı öğretmen Ö12, *“Sosyal medya hayatımızı, işlerimizi hızlandırmakta, kolaylaştırmakta. Aynı zamanda hazırcılığa alıştırmakta. Robotlaştırmakta.”* şeklinde düşüncesini belirtmiştir. Ö12’nin görüşlerinden diğer katılımcı öğretmenlerin görüşlerinden farklı olarak sosyal medyanın kullanıcılarına sürekli hazır bilgiler sunarak kullanıcılarını bilgiye ulaşma konusunda tembelleştirdiğini ifade etmeye de çalıştığı anlaşılmaktadır.

Araştırmada bazı katılımcı öğretmenlerde sosyal medyanın eğlence, paylaşım yapma, yeni insanlar tanıma fırsatlarına görüşlerinde yer vermişlerdir. Bu kapsamda Ö16 *“Neredeyse hayatımın tamamını işgal ettiği benim için anlamı büyük, yeni insanlar ile tanışarak sosyal çevremi geliştiriyorum ve merak ettiğim kişileri de takip edebiliyorum.”* cümleleri ile görüşlerini bildirirken; Ö21 de *“İletişimi oradan sağlıyorum bir nevi sosyal hayatı oradan takip ediyorum ve sosyalleşiyorum.”* demiştir. Ö38 ise *“Çevremdeki insanlarla etkileşim içinde olmak hoşuma gidiyor.”* görüşüyle sosyal medyanın iletişim kurma yönünün kullanmayı sevdiğini, Ö74 de *“Sosyal medya hayatımızın bir parçası gibi, eğlence katıyor.”* görüşüyle sosyal medyanın eğlendirici yönünü vurgulamıştır. Öğretmen Ö40 *“Bağımlı gibiyim. Uzak kalamıyorum, paylaşımlar yapmak bana iyi geliyor.”* şeklinde görüş bildirmiş ve Ö44 ise *“Sosyal medyayı özellikle arkadaşlarım ve akrabalarım ile haberleşmek amacıyla açtım. Su an mesleki paylaşımları haberleri de takip ediyorum.”* cümleleri ile sosyal medyayı çevresindeki kişilerden ve mesleğine ilişkin gelişmelerden haber alma amaçlı kullandığına odaklanmıştır.

Araştırmada, katılımcı öğretmenlerden sosyal medya kullanımlarının mesleki gelişimlerine olan etkisi konusundaki düşüncelerini açıklamaları da istenilmiştir. Bu bağlamda öğretmenlerden gelen görüşler analiz edildiğinde, katılımcı tüm öğretmenlerin mevcut sosyal medya kullanımlarından mesleki anlamda olumlu yönde etkilendikleri, sosyal medya uygulamaları sayesinde özellikle uzaktan eğitim döneminde çevrimiçi olarak sunulan pek çok webinar, seminer ve eğitimlere ulaşabildikleri, alanlarında ortaya çıkan yenilikler, gelişmeleri takip ettikleri ve yeni uygulamalar hakkında bilgi sahibi oldukları, meslektaşlarının örnek uygulamalarından haberdar olabildiklerini düşündükleri anlaşılmaktadır. Bu konuda Ö44 düşüncelerini *“Facebook’ta kendi branşım ile ilgili gruptan doküman indiriyorum.”* şeklinde açıklarken; Ö33 de aşağıdaki cümleleri ile görüşlerini açıklamıştır;

Evet, mesleki gelişimime katkısı olduğunu düşünüyorum. Online seminerler, toplantı ve eğitimlerin hepsine sosyal medya hesaplarında yapılan duyurular yoluyla ulaştım. Yüz yüze olarak belki de hiç bir araya gelemeceğim değerli akademisyenlerden bilgiler edindim. Farklı bakış açılarından bakmayı öğrendim ve sorunlara yeni çözümler üretmenin alternatif yollarını keşfettim.

Katılımcı Ö50’de gelişmeleri takip edebildiğinden, böylelikle bilgisini güncel tuttuğundan söz etmiştir; *“Kesinlikle katkı sağladığını düşünüyorum. Yeniliklerden haberimiz oluyor ve kendimizi geliştirmek için sürekli yeni bilgi paylaşımı yapan sayfalar var. Yayınlanan yeni çocuk kitaplarından bile hemen haberimiz oluyor.”* Daha yoğun olarak You Tube kullanan Ö11 de *“Youtube ile şu dönemde ZOOM gibi kullanımını öğrenmeye çok ihtiyaç duyduğum birçok uygulamayı öğrendim. Eğitim videoları izledim.”* cümleleri ile görüşlerini belirtmiştir.

Öte yandan katılımcı öğretmenlerden bazıları sosyal medya kullanımlarından hem olumlu hem de olumsuz yönde etkilendiklerini belirtmişlerdir. Buna da gerekçe olarak sosyal medya uygulamalarında

mesleki bilgi paylaşımı yapılırken aynı zamanda zamanını boşa harcama gibi olumsuz durumunda ortaya çıkabiliyor olmasıdır. Ö21 görüşlerinde bu konuda, “*Hem Olumlu hem olumsuz. Sosyal medyada geçirilen vaktin aslında zaman kaybı olduğu gerçeği de var. Ö40 da “Boş zamanı daha boş hale getiriyor.”* şeklinde görüş bildirmiştir.

Araştırmada katılımcı öğretmenlere yöneltilen bir soru ile ortalama günlük sosyal medya kullanım sürelerine ilişkin veriler elde edilmiştir, elde edilen verilerin analizi tablo 4 de sunulmaktadır.

Tablo 4. Öğretmenlerin günlük sosyal medya kullanım süreleri

Öğretmenlerin sosyal medya kullanım süresi	Katılımcı öğretmenler	Frekans
1-2 saat	Ö3, Ö4, Ö5, Ö6, Ö7, Ö19, Ö23, Ö24, Ö26, Ö31, Ö37, Ö40, Ö42, Ö43, Ö45, Ö47,	16
2-3 saat	Ö8, Ö15, Ö17, Ö22, Ö29, Ö30, Ö32, Ö33, Ö36, Ö38, Ö39, Ö46, Ö48, Ö51, Ö53, Ö54, Ö55, Ö56, Ö57, Ö58, Ö62, Ö64, Ö65, Ö67, Ö68, Ö69, Ö71, Ö72, Ö74, Ö75	30
3-4 saat	Ö1, Ö11, Ö14, Ö18, Ö20, Ö21, Ö28, Ö34, Ö35, Ö41, Ö44, Ö49, Ö50, Ö59, Ö60, Ö63, Ö66, Ö70,	18
4-5 saat	Ö10, Ö12, Ö13, Ö25	4
5 saat ve üzeri	Ö2, Ö9, Ö27, Ö52, Ö73	5
Yarım saat	Ö16, Ö61	2
Toplam		75

Öğretmenlerin sosyal medya kullanım sürelerinin geliştirdikleri metaforlar üzerinde etkili olabileceği düşüncesi ile araştırmada öğretmenlerin sosyal medya kullanım sürelerine ilişkin bulgulara da yer verilmiştir. Tablo 4 incelendiğinde, öğretmenlerin % 40’ı günde 2-3 saat aralığında vakit geçirirken; %24’ü 3-4 saat aralığında vakit geçirmektedir. 5 saat ve üzerinde sosyal medya kullanımına sahip öğretmen sayısı 5 olarak ortaya çıkarken, günde yarım saatini sosyal medya ya ayıran öğretmen sayısı ise en az frekansa sahip olup 2’dir.

3.2. Öğretmenlerin “Sosyal Medya” Kavramına İlişkin Metaforik Algıları

Araştırmada veri toplama aracı olarak hazırlanan çevrim içi bir form ile katılımcı öğretmenlere sosyal medya kavramına ilişkin metaforik algılarını tespit etmeye yönelik bir soru da yöneltilmiştir. Araştırmaya katılan toplamda 75 öğretmene yöneltilen bu soruya tüm öğretmenler cevaplar vermişler ancak 7 öğretmen geliştirdikleri metaforların gerekçelerini belirtmemişlerdir bu da araştırmacının geliştirilen 7 metafora ilişkin analiz çalışması yapamamasına neden olmuştur. Dolayısıyla araştırmacının bu bölümünde 7 öğretmen tarafından geliştirilen 7 metafor araştırma elde edilen verilerin dışında bırakılmıştır. Araştırmacının temel amacını oluşturan sosyal medyaya ilişkin öğretmenler tarafından geliştirilen metaforlar ve her metaforun frekans sayısı Tablo 5’te sunulmaktadır.

Tablo 5. Katılımcı öğretmenlerin “sosyal medya” kavramına ilişkin

Metafor	Frekans (f)	Metafor	Frekans (f)
Virtüs	3	Gece-gündüz	1
Dünya	3	İlan panosu	1
Yemek	3	Çiçek	1
Deniz	2	Hediye paketi	1
Deniz suyu	2	Kargo	1
Ağaç	2	Depo	1
Ateş	2	Çekirdek	1
Navigasyon	2	Yalancı çoban	1
Sigara	2	Fotoğraf makinası	1
Su	2	Pencere	1
Yapboz	2	Halat	1
İlaç	2	Telefon	1
Araba	2	Arkadaş	1
Kitap	2	Güneş	1
Güneş	2	Uçuk	1
Gazete	2	Dümbün	1
Okyanus	2	Aç bir dev	1
Bıçak	2	Akan bir dere	1
Haber ajansı	2	Karayolları ağı	1
Borsa	1	Sarmaşık	1
Geri dönüşüm	1	Bilgisayar	1
Zaman	1	Uzay aracı	1
Bitki	1		
Maymuncuk	1		
Toplam görüş sayısı			68

Yukarıdaki tablo incelendiğinde, toplamda 68 görüşün değerlendirmeye alındığı ve bu değerlendirme sonucunda katılımcı öğretmenler tarafından toplamda 46 metaforun geliştirildiği ve metaforların çoğunluğunun tek bir kez oluşturulmasından dolayı metafor çeşitliliğinin ortaya çıktığı anlaşılmaktadır. Öne sürülen bu metaforların kodlama ve ayıklanmasının ardından metaforların gerekçelerine bakılarak temalaştırma çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma ile birlikte Tablo 6 da sunulan temalar oluşmuştur.

Tablo 6. Sosyal medya kavramına ilişkin ortaya çıkan temalar

Tema	Frekans (f)
Tema 1: Olumlu-olumsuz geniş içeriği ile sosyal medya	19
Tema 2: Bilgi kaynağı olarak sosyal medya	18
Tema 3: Kontrollü kullanılması gerektiği yönüyle sosyal medya	10
Tema 4: Sürekli yenilenen ve gelişen yapısı ile sosyal medya	9
Tema 5: Bağımlılık yapıcı özelliği ile sosyal medya	8
Tema 6: Bilginin hızlı yayılmasında etkili yönüyle sosyal medya	3
Tema 7: Yalnızlığı azaltması yönüyle sosyal medya	1
Toplam	68

Tablo incelendiğinde, katılımcı öğretmenler tarafından oluşturulan metaforların 7 tema altında toplandığı anlaşılmaktadır. İçerik analizi sonucunda ortaya çıkan temalar; olumlu-olumsuz geniş içeriği ile sosyal medya (f=19), bilgi kaynağı olarak sosyal medya (f=18), kontrollü kullanılması yönü ile sosyal medya (f=10), bağımlılık yapıcı özelliği ile sosyal medya (f=9), sürekli yenilenen ve gelişen yapısı ile sosyal medya (f=8), bilginin hızlı yayılmasında etkili olması yönüyle sosyal medya (f=3), yalnızlığı azaltması yönüyle sosyal medya (f=1) şeklindedir. Öğretmenler tarafından en çok tekrar edilen görüşün “Olumlu-olumsuz geniş içeriği ile sosyal medya” olduğu, ardından da “Bilgi kaynağı olarak sosyal medya” görüşünün geldiği Tablo 6 da görülmektedir.

Katılımcı öğretmenler olumlu ve olumsuz geniş içeriği ile sosyal medya teması altında 12 metafor geliştirmişlerdir. Bu metaforlar tablo 7 de sunulmuştur.

Tablo 7. Olumlu ve olumsuz içeriği ile sosyal medya

Metafor	Frekans
Deniz	5
Akan dere	3
Gece-gündüz	2
Karayolları ağı	1
Geri dönüşüm	1
Sindirim sistemi	1
Okyanus	1
Sarmaşık	1
Fotoğraf makinası	1
Maymuncuk	1
Pencere	1
Yalancı çoban	1
Toplam	19

Katılımcı öğretmenlerin “Olumlu ve olumsuz geniş içeriği ile sosyal medya” teması altında geliştirdikleri metaforlara ilişkin örnek alıntılar şu şekildedir; Ö12, “Bir deniz gibi çok kalabalık ve sana neler sunabileceğini tahmin edemiyorsun.”; Ö14, “Deniz suyuna benzer, deniz suyunun aslında mavi olmadığı gibi, sosyal medyada görünenler görüldüğü kadar gerçek değildir.”; Ö30, “Sosyal medya gece ile gündüz gibidir, çünkü aydınlık iyi güzel güneşli yanı olduğu gibi karanlık kötü olumsuz yanı da vardır sen hangi tarafından faydalanmak istiyorsun.”; Ö58, “Sosyal medya maymuncuğa benzer. Çünkü insan bunun aracılığıyla her kapıyı açabilir; olumluyu da olumsuz da...”; Ö62, “Sosyal medya okyanusa

benzer ne şekilde ilerleyeceğinizi bilmezseniz saatlerinizi boş yere harcayabilirsiniz.”; Ö21, “Sosyal medya yalancı çobana benzer çünkü çokça yalan ve çarpıtma var sorgulamak gerek.”

Araştırmada katılımcı öğretmenler “Bilgi kaynağı olarak sosyal medya” teması altında 18 metafor geliştirmişlerdir. Bu metaforlar tablo 8 de sunulmuştur.

Tablo 8. Bilgi kaynağı olarak sosyal medya

Metafor	Frekans
Ağaç	3
Gazete	2
Güneş	2
Kitap	2
Dünya	2
Deniz	1
Dümbün	1
Yemek	1
Bitki	1
Hızlı kargo	1
Virüs	1
Haber ajansı	1
Toplam	18

Araştırmada “Bilgi kaynağı olarak sosyal medya” temasına altında katılımcı öğretmenlerin geliştirdikleri metaforlara ilişkin örnek alıntılar şu şekildedir; Ö33, “Sosyal medya denize benzer çünkü uçsuz bir bilgi ağı vardır.”; Ö27, “Sosyal medya kapağı açılmamış bir kitaba benzer çünkü sayfaları açtıkça yeni bilmediğiniz bilgiler keşfedersiniz.”; Ö38, “Sosyal medya güneş gibidir çünkü sunduğu bilgilerle bizleri aydınlatır. Fakat gereğinden fazla yakın olma durumunda olumsuz sonuçlar doğurabilir.”; Ö56, “Sosyal medya yemeğe benzer çünkü bir ihtiyaçtır. Yemek bedeninizi sosyal medya ve internet ruhunuzu ve beyninizi besler.”; Ö65, “Sosyal medya haber ajansı gibidir çünkü her konuda bilgileri edinebiliyorsunuz.”; Ö66, “Sosyal medya dünya gibidir çünkü her noktası birbirinden farklı ve ilginç.”; Ö3, “Sosyal medya bir ağaç gibidir sürekli getirdiği yenilikleri dalları ile genişir büyür.”

Katılımcı öğretmenler, “Dikkatli kullanılması gerektiği yönüyle sosyal medya” teması altında 10 metafor geliştirmişlerdir. Bu metaforlar tablo 9 da sunulmuştur.

Tablo 9. Dikkatli kullanılması gerektiği yönüyle sosyal medya

Metafor	Frekans
Yemek	3
Ateş	2
Çiçek	1
İlaç	1
Deniz	1
Bıçak	1
Su	1
Toplam	10

Araştırmada “Dikkatli kullanılması gerektiği yönüyle sosyal medya” teması altında katılımcı öğretmenlerin geliştirdikleri metaforlara ilişkin örnek alıntılar şu şekildedir; Ö22, “Sosyal medya yemeğe benzer çok kullanırsan obezite olursun hiç kullanmazsan zayıf kalırsın.”; Ö26, “Sosyal medya ateşe benzer dikkatli kullanmazsak tehlikeli olabilir.”; Ö63, “Nesne olarak bıçağa benzetebiliriz. Çünkü bıçağı yerinde doğru kullanırsak hayatımızı kolaylaştırır. Fakat yerli yersiz gerekmeyen şeylerde kullanırsak canımızı acıtır.”; Ö60, “Sosyal medyadaki bilgi ya da içerik virüs gibidir, çünkü çok kısa zamanda çok kişiye ulaşır, dikkatli olmak gerekir.”

Katılımcı öğretmenler “Bağımlılık yapıcı özelliği ile sosyal medya” teması altında 9 metafor geliştirmişlerdir. Bu metaforlar tablo 10 da sunulmuştur.

Tablo10. Bağımlılık yapıcı özelliği ile sosyal medya

Metafor	Frekans
Virüs	2
Sigara	2
Aç bir dev	1
Ağaç	1
Çekirdek	1
Deniz suyu	1
Uçuk	1
Toplam	9

Araştırmada “Bağımlılık yapıcı özelliği ile sosyal medya” teması altında katılımcı öğretmenlerin geliştirdikleri metaforlara ilişkin örnek alıntılar şu şekildedir; Ö20 “Deniz suyuna benzer çünkü ne içiliyor ne de güzelliğinden vazgeçilir.”; Ö35, “Belki kötü bir nesneye benzeteceğim ama sosyal medya sigaraya benzer çünkü sigara gibi bağımlılık yapar.”; Ö52, “Sosyal medya çekirdeğe benzer çünkü çekirdeği yedikçe insan elinden bırakamaz. Sosyal medya da çekirdek gibi bağımlılık yapar.”; Ö67, “Sosyal medya virüs gibidir, nasıl ki virüs girdiği vücudu hasta yapar, sosyal medya da bağımlılık yapar.”

Katılımcı öğretmenler “Sürekli yenilenen ve gelişen yönü ile sosyal medya” teması altında 8 metafor geliştirmişlerdir. Bu metaforlar tablo 11 de sunulmuştur.

Tablo 11. Sürekli yenilenen ve gelişen yönü ile sosyal medya

Metafor	Frekans
Uzay aracı	1
Doğa	1
Zaman	1
Borsa	1
Telefon	1
Bilgisayar	1
Hediye paketi	1
Depo	1
Toplam	8

Araştırmada “Sürekli yenilenen ve gelişen yönü ile sosyal medya” teması altında katılımcı öğretmenlerin geliştirdikleri metaforlara ilişkin örnek alıntılar şu şekildedir; Ö10, “Hediye paketine benzer, çünkü yeni sürprizlerle doludur.”; Ö11, “Sosyal medya uzay aracına benzer çünkü sürekli yenilenme ve gelişim içerisindedir.”; Ö24, “Doğaya benzer, değişime açıktır ve yakından takip etmek gerekir.”; Ö31, “Borsaya benzer çünkü anlık değişiyor.”; Ö32, “Sosyal medya zamana benzer çünkü dur durağı yoktur, sürekli değişim içerisindedir.”; Ö47, “Sosyal medya bir depoya benzer çünkü istediğin kadar foto video atabilirsin ve sürekli gelişen fırsatlar sunar.”

Araştırmada “Kullanıcılarının yalnızlığı azaltması yönüyle sosyal medya” temasına ait katılımcı öğretmenlerden yalnızca Ö49 “arkadaş” metaforunu geliştirmiştir. Ö49 ise görüşünü şu cümlesi ile ifade etmiştir; “Arkadaşa benzer çünkü size destek olur ve yalnızlığınızı azaltır.”

4. Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Araştırma ile temelde katılımcı öğretmenlerin sosyal medya kullanımları ve sosyal medyaya ilişkin metaforik algılarının ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Bu bağlamda öğretmenlerden elde edilen verilerin analizi sonucunda ulaşılan bulgulardan ilki, katılımcı öğretmenler sosyal medya uygulamaları arasından Instagram’ı daha sıklıkla kullandıklarıdır. Ardından sırasıyla Facebook, Twitter ve Whatsapp programlarını sıklıkla kullandıkları anlaşılmaktadır. Demir’in (2020) öğretmenlerin sosyal medya platformları aracılığı ile kendilerini açmalarına yönelik görüşlerinin alındığı araştırmasında, öğretmenlerin sosyal medyada akademik içerikli, kişisel ve özel bilgiler içeren, güncel konularla ilgili

paylaşımlar ve iletişimler yoluyla kendilerini açtıkları; öğrencileri ile iletişimlerini arttırdıkları ve öğrencilerin katılımlarının arttığı, içeriğin daha anlaşılır geldiği ve sınıf içi performanslarının arttığı, dolayısıyla öğretmenlerin sosyal medya kullanımlarının eğitim-öğretim sürecine olumlu etkisinin olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Araştırmada da katılımcı öğretmenler sosyal medyadan mesleki gelişimlerini sağlama noktasında faydalandıklarını belirtmişlerdir. Öte yandan 2007 yılından bu yana pek çok sektörel ilgilendiren araştırmalar yürüterek yayınlayan Alman online portalı Statista (2020), bireylerin sosyal medya kullanım amaçlarını tespit etmek amacıyla global bir araştırma yapmıştır. Araştırma sonuçlarına göre sosyal medyayı katılımcı bireylerin %40'ı arkadaşlarıyla iletişimde kalmak için kullandıkları; %37'si eğlenceli içeriğe erişmek ve eğlenmek için kullandıkları; katılımcıların %33'ü diğerleri ile fotoğraf ve video paylaşımı amaçlı kullandıkları; %30'u alışveriş amaçlı kullandıkları; %29'u görüşlerini paylaşmak amaçlı kullandıkları ve %27'si ise yeni insanlarla tanışmak için kullandıkları ortaya konulmuştur.

Araştırmada katılımcı öğretmenlerin sosyal medyayı kullanım amaçları noktasında en çok tekrar edilen görüşün "Mesleki anlamda bilgi edinmek, mesleki gelişimini sağlamak" olduğu görülmektedir. Sosyal medya farklı bilişsel süreçlere, deneyimlere ve öğrenme şekline sahip bireylerin öğrenmelerini desteklemesi yönüyle (Tess, 2013) eğitsel olarak büyük bir işleve sahiptir (Kilis, Rapp ve Gülbahar, 2014). Sosyal medyada kişiler kendi ilgi alanlarına yönelik aramalar yaparak, çeşitli hesaplara ulaşım takip etmekte ve takip ettikleri hesapların geliştirdikleri içeriklere ulaşarak kişisel öğrenme sorumluluklarını almakta ve öğrenmelerini sürdürmektedirler. Tıpkı diğer meslek grupları gibi öğretmenlerde sosyal medyada eğitim-öğretim temalı içerikler sunan kullanıcıların paylaşımlarını baz alarak, kaydederek kişisel bilgi havuzlarını oluşturabilirler. Meslektaşları ile iletişim kurarak ve etkileşimde bulunarak profesyonel mesleki gelişimlerini sağlayabilirler. Sosyal medya ortamlarının hizmet ettiği temel işlevlerden biri, öğretmenlerin benzer düşünen akranlarıyla, yani aynı ilgi alanlarına, konu alanına ve eğitim felsefesine sahip meslektaşlarıyla bağlantı kurma fırsatı sunmasıdır. Öğretmenlerin PLN (Kişisel öğrenme ağı) kullanımıyla ilgili çalışmasında Tour (2017) araştırmasında, sosyal medya ile mesleki öğrenmenin sosyal olarak yapılandırıldığını, kişiselleştirildiğini, sosyal medya ile öğretmenlerin okulda ve okul sonrasında herhangi bir zamanda meydana gelen karşılıklı yardımlaşma ilişkisini sağladığı bulgusuna ulaşılmıştır. Visser vd., (2014), tarafından gerçekleştirilen araştırmada ise öğretmenlerin Twitter aracını kullanarak soru sorma, fikir verme, fikir alışverişinde bulunma, kaynakları paylaşma ve yansıtma gibi aktif öğrenme süreçlerinde buldukları kanıtlanmıştır ve öğretmenlerin sosyal medyayı mesleki öğrenmenin birincil biçimi olarak kullandıkları anlaşılmıştır. Zhang vd. (2017) araştırmalarında katılımcı öğretmenler, sosyal medya kullanımları sonucunda yeni bakış açıları, başka yerlerde nelerin başarılı olduğu hakkında fikirler ve okul iyileştirme sürecine yönelik analitik bir duruş getirdikleri ortaya çıkarılmıştır. Bu bağlamda araştırmalarda her zaman ve her yerde öğrenme, sosyal medyayı kullanmak için temel bir neden olarak öne sürülmüştür.

Alanyazında öğretmenlerin sosyal medya kullanımlarını konu alan araştırmalarda, eğitim odaklı Facebook gruplarının öğretmenlere akademik içerik, yeni pedagoji yaklaşımları ve değerlendirme gibi konulardaki tartışma ve paylaşımlarda aktif bir ortam sunarken (Kelly ve Antonio, 2016; Lantz-Andersson vd., 2017), Pinterest'in eğitim programlarının uygulanması aşamasında materyal fikirlerinin oluşumunda popüler bir araç olarak kullanılabilirdiği belirtilmektedir (Schroeder vd., 2019). Öğretmenlerin ayrıca uygulama toplulukları oluşturmaya yardımcı oluşturmak için sosyal medyayı profesyonel bir araç olarak kullandıkları ifade edilen bulgular arasındadır (Goodyear vd., 2014 ; Qi ve Wang, 2018). Ancak bu noktada dikkat edilmesi gereken önemli bir konu öğretmenlerin doğru bir filtreleme yapmaları gerektiğidir, aksi halde yanlış bilgilere ulaşarak ve yanlış yönlendirilmelere zemin hazırlayabilirler. [Postman'ın \(1985\)](#), "*Kullanıcıları tehlikelerinin ne olduğunu anlarsa hiçbir ortam aşırı derecede tehlikeli değildir*" (s. 161) ifadesi öğretmenlerin aynı zamanda sosyal medya ortamındaki sıkıntılar konusunda da bilinçli dikkatli olmaları durumunda tehlikelerle baş edebileceklerini belirtmektedir. Araştırmada katılımcı öğretmenler sosyal medyanın olumlu-olumsuz içeriği ile sosyal medya temasına ulaşılmasını sağlayan deniz, akan dere, gece gündüz gibi metaforlar



geliştirmişlerdir. Böylelikle sosyal medyanın doğru içerik ile beraber barındırdığı yanlış içeriğe de vurgu yapıldığı, bu konuda dikkatli ve kontrollü olunması gerektiğine dikkat çekildiği anlaşılmaktadır. Bu tema kapsamındaki metaforları geliştiren öğretmenlerin 18'i kadındır ve “karayolları ağı” metaforunu geliştiren katılımcı ise erkektir.

Sosyal medya, sürekli güncellenebilmesi, çoklu kullanıma açık olması, sanal paylaşımına olanak tanınması vb. açısından kişiler arası iletişim ve etkileşimin sağlanması noktasında en ideal mecralardan biri olarak kendini göstermektedir (Akıncı Vural ve Bat, 2010). Araştırmada da katılımcı öğretmenlerin sosyal medyanın eğlence, paylaşım yapma, yeni insanlar tanıma fırsatlarına görüşlerinde yer vermişlerdir. Günümüzde zaman ve mekan bağlamında ilk akla gelen pek çok zorluğu yok eden sosyal medya ortamları, kişilerin sosyalleşmelerinin önemli bir tamamlayıcı unsuru olarak da ön plana çıkmaktadır.

Araştırmada katılımcı öğretmenlerin sosyal medya kavramına yönelik olarak oluşturdukları metaforların analizi sonucunda toplamda 7 temaya ulaşılmıştır. Bu temalardan ilki “Olumlu ve olumsuz geniş içeriği ile sosyal medya” temasıdır. Bu tema altında öğretmenler “deniz”, “akan dere” gibi metaforlar geliştirerek sosyal medyanın içeriğinde iyi ya da kötü pek çok unsuru içeriğinde barındıran büyük bir dünya olduğunu vurgulamışlardır. Araştırmada ulaşılan ikinci tema olan, “Bilgi kaynağı olarak sosyal medya” teması altında toplamsa 12 metafor geliştirilmiş ve “ağaç” gibi metaforlar geliştirilmiş, örneğin ağaç metaforu ile sosyal medyanın tıpkı bir ağaç gibi dallanıp budaklandığını geliştirdiğini, ağacın dalları gibi bilgi kanallarının oluştuğu ifade edilmiştir. Araştırmanın üçüncü temasını “ Dikkatli kullanılması gerektiği yönü ile sosyal medya” teması oluşturmaktadır ve bu tema kapsamında da katılımcı öğretmenler toplamda 7 metafor geliştirmişlerdir. Bu metaforlardan önde geleni “yemek” metaforudur bu metaforla tıpkı yeme alışkanlığı gibi dikkatli olunması gerektiği sonucunda zayıf kalmak ya da obez olmak gibi sorunlarla karşılaşılabilir olduğu düşüncesi öne sürülmüştür. Araştırmada dördüncü tema ise “Sürekli yenilenen ve gelişen yönü ile sosyal medya” temasıdır ve bu tema kapsamında “uzay aracı” gibi metaforlar geliştirilerek sosyal medyanın yenilikçi ve gelişimsel yönüne öğretmenler tarafından vurgu yapılmıştır. Bir diğer tema ise “Bağımlılık yapıcı özelliği ile sosyal medya” teması kapsamında ise virüs gibi metaforlar geliştirilerek virüsün tıpkı hasta etmesi gibi sosyal medyanın da kontrolsüz kullanımının bağımlılık tehlikesini de beraberinde getirdiğinin düşünüldüğü anlaşılmaktadır. Araştırmada yedinci ve son tema ise “Kullanıcılarının yalnızlığı azaltması yönüyle sosyal medya” temasıdır ve bu temaya ulaşılmasını sağlayan tek metafor “arkadaş” metaforudur. İlgili alanyazında Erdem ve diğerleri (2017) tarafından yapılan çalışmaya bakıldığında; öğretmen adaylarının da araştırmada geliştiren metaforlara benzer metaforların geliştirildiği benzer gerekçelerin öne sürüldüğü görülmektedir. Ayrıca Avcı ve Er (2019) tarafından gerçekleştirilen çalışmada da katılımcı öğretmenlerin dijital bağımlılığı kullanıcıları için önemli bir tehlike olarak gördükleri bulgusuna ulaşılmıştır bu bağlamda araştırmanın alanyazında yer alan diğer araştırmalarla tutarlı sonuçlara ulaştığı söylenebilir.

Araştırma öğretmenlerin sosyal medya kullanımları, sosyal medya algıları konuları ile ilgilenen araştırmacılara perspektif sunduğu düşünülmektedir. Araştırmanın bulgularına dayanarak, sosyal medya uygulamalarının öğretmenlerin mesleki gelişimleri üzerinde oldukça etkili olduğu, kolay ulaşılabilir ve maliyetsiz olarak sürekli mesleki gelişim olanağı sunduğu söylenebilir. Ancak sosyal medyanın sunduğu bu olanaklara rağmen katılımcı öğretmenler tarafından da ifade edildiği gibi olumsuz içeriğe de ulaşılabilirdiği bu nedenle öğretmenlerin içeriği filtreleyerek kullanımlarını gerçekleştirmeleri önerilebilir. Milli Eğitim Bakanlığı sosyal medyanın öğretmenler tarafından yaygın kullanımını dikkate alarak, sosyal medyanın gücünü kullanarak mesleki gelişim bağlamında öğretmenlere çevrimiçi eğitim olanakları sunulabilir, böylelikle öğretmenler daha doğru bilgilere ulaşmaları da sağlanabilir. Ayrıca sosyal medya ortamının sürekli gelişen, değişen yapısı ve çok boyutluluğu göz önünde bulundurulursa bu konuda araştırmalara devam edilerek konunun güncel tutulması literatürün zenginleşmesi bağlamında etkili olacaktır.



Kaynakça

- Akar, E. (2010). Sosyal Medya Pazarlaması: Sosyal Webde Pazarlama Stratejileri. Elif Yayınevi.
- Amichai-Hamburger, Y. & Vinitzky, G. (2010). Social network use and personality. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1289-1295.
- Aslan, P. (2011). *Halkla ilişkilerde yeni eğilimler: Sosyal medya*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akıncı Vural, Z. B., & Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: ege üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma. *Journal of Yaşar University*. 20(5) 3348-3382.
- Avcı, F., & Er, H.(2019). Investigation of teacher views on digital addiction and suggestions for solution. *Language Teaching and Educational Research (LATER)*, 2(2), 132-159. DOI: <https://doi.org/10.35207/later.602235>.
- Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır?. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368-388.
- Başkale, H. (2016). Nitel araştırmalarda geçerlik, güvenirlik ve örneklem büyüklüğünün belirlenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*. 9(1), 23-28.
- Benzer, E. (2013). The analysis of purposes of science teacher candidates in using social media. *Eğitim Araştırmaları-Eurasian Journal of Educational Research*, 53/A, 149-170.
- Bogdan, R. & Biklen, S. K. (1997). *Qualitative research for education*. Allyn & Bacon Boston, MA.
- Breakenridge, D. (2009). *New media, new tools, new audiences*. New Jersey: FT Press.
- Cameron, S., Mulholland, J., & Branson, C. (2013). Professional learning in the lives of teachers: Towards a new framework for conceptualising teacher learning. *Asia-Pacific Journal of Teacher Education*, 41(4), 377-397.
- Carpenter, J. P., & Krutka, D. G. (2015). Engagement through microblogging: Educator Professional development via Twitter. *Professional Development in Education*, 41(4), 707-728.
- Davis, K. (2015). Teachers' perceptions of Twitter for professional development. *Disability & Rehabilitation*, 37(17), 1551-1558. <https://doi.org/10.3109/09638288.2015.1052576>.
- Dawley, L. (2009), Social network knowledge construction: Emerging virtual world pedagogy, *On The Horizon*, 17(2).
- Demir, M. (2020). Öğretmenlerin sosyal medya üzerinden açılabilir çocukların görüşlerinin incelemeleri. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 21(1), 225-240. DOI:10.17679/inuefd.509492
- Ekiz, D. (2009). Bilimsel araştırma yöntemleri. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Erdem, A, Alkan, M. F., & Erdem, Ş. (2017). Öğretmen adaylarının sosyal medya kavramına ilişkin algıları. *Karaelmas Journal of Educational Sciences*, 5, 169-179.
- Erdem, C., & Uzun, A. M. (2020). Smartphone addiction among undergraduates: Roles of personality traits and demographic factors. *Technology, Knowledge and Learning*. <https://doi.org/10.1007/s10758-020-09467-1>
- Erdem, C., & Avcı, F. (2020). Okul öncesi eğitimde aile katılımının sağlanması için bilgi iletişim teknolojilerinin kullanımı: WhatsApp uygulaması örneği. *Başkent Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. 7(2), 439-452.
- Engage in social networks? An exploratory study of professional use of Facebook and its implications for lifelong learning. *British Journal of Educational Technology*, 43(5), 754-769. <https://doi.org/10.1111/j.14678535.2012.01356x>.



- Forte, A., Humphreys, M., & Park, T. (2012). Grassroots professional development: How teachers use twitter [online]. Proceedings of the 6th international AAAI conference on weblogs and social media, 5–7 June, Dublin, Ireland (pp. 106–113).
- Forceville, C. (2002). The identification of target and source in pictorial metaphors. *Journal of Pragmatics*, 34, 1-14.
- Ghasemaghaei, M. (2020). The role of positive and negative valence factors on the impact of bigness of data on big data analytics usage. *International Journal of Information Management*, 50, 395-404.
- Goodyear, V. A., Fasey, A., & Kirk, D. (2014). Tweet me, message me, like me: Using social media to facilitate pedagogical change within an emerging community of practice. *Sport, Education and Society*, 19(7), 927–943.
- Güzel, M. (2019). *Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ile sosyal kaygı düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Adana: Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Hutchison, A., & Colwell, J. (2012). Using a wiki to facilitate an online professional learning community for induction and mentoring teachers. *Education, Information Technology*, 17, 273–289. <https://doi.org/10.1007/s10639-011-9159-7>.
- Kelly, N., & Antonio, A. (2016). Teacher peer support in social network sites. *Teaching and Teacher Education*, 56, 138–149.
- Kilis, S, Rapp, C., & Gülbahar, Y. (2015). Eğitimde Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Yükseköğretim Düzeyindeki Eğitimcilerin Algısı: Türkiye-Almanya Örnekleme. *Journal of Instructional Technologies and Teacher Education*, 3 (3).
- Kıldan, B. (2017). Eğitim bilimlerinde metaforların veri toplama aracı olarak kullanılması, örnek bir uygulama. *Metafor ve eğitimde metaforik çalışmalar için bir uygulama rehberi* içinde, Kıldan, B. (Ed.), 94-112.
- Kim, H. J., Miller, H. R., Herbert, B., Pedersen, S., & Loving, C. (2012). Using a wiki in a scientist-teacher professional learning community: Impact on teacher perception changes. *Journal of Science Education and Technology*, 21, 440–452. <https://doi.org/10.1007/s10956-011-9336-x>.
- Kitzinger, J. (1995). Qualitative research: Introducing focus groups. *Bmj*, 311(7000), 299-302.
- Lantz-Andersson, A., Peterson, L., Hillman, T., Lundin, M., & Rensfeldt, A. B. (2017). Sharing repertoires in a teacher professional Facebook group. *Learning, Culture and Social Interaction*, 15, 44-55.
- Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social Media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizon*, 52, 357-365.
- Maxwell, J. A. (2008). *Designing a qualitative study*. The SAGE: Handbook of Applied Social Research Methods, 2, 214-253.
- Özdemir, S. M. (2016). Öğretmen niteliğinin bir göstergesi olarak sürekli mesleki gelişim. *Gazi Eğitim Bilimleri Dergisi*. 2(3), 233-244.
- Öztürk, M. F., & Talas, M. (2015). Sosyal Medya ve Eğitim Etkileşimi. *Interaction of Social Media and Education*, 7(1), 101-120.
- Prestridge, S. (2016). Conceptualising self-generating online teacher professional development. *Technology Pedagogy and Education*. <https://doi.org/10.1080/1475939X.2016.1167113>.



- Rosenberg, J. M., Greenhalgh, S. P., Koehler, M. J., Hamilton, E. R., & Akcaoğlu, M. (2016). An investigation of state educational Twitter hashtags (SETHs) as affinity spaces. *E-learning and Digital Media*, 13(12), 24-44.
- Rouis, Y., Limayem, M., & Sangarı, E. (2011), Its effect: The use of facebook in students' academic achievement: Editing self roles and trust. *Journal of Electronic Educational Research Psychology*, 9(3), 961-994.
- Saldana, J. (2016). *The coding manual for qualitative researchers* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Schroeder, S., Curcio, R., & Lundgren, L. (2019). Expanding the learning network: How teachers use Pinterest. *Journal of Research on Technology in Education*, 51(2), 166-186.
- Seyhan, O. (2017). Metaforların türleri, özellikleri ve işlevleri. *Metafor ve eğitimde metaforik çalışmalar için bir uygulama rehberi* içinde, Kıldan, B. (Ed.), 38-50.
- Statista. (2020). Most popular social networks worldwide as of April 2020, ranked by number of active users. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
- Şengöz, A., & Eroğlu, A. (2017). Örgütlerde sosyal medya kullanımı: sosyal medya algıları, amaçları ve kullanım alışkanlıkları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(1), 503-534.
- Tess, P. A. (2013). The role of social media in higher education classes (real and virtual)— a literature review. *Computers in Human Behavior*, 29(5), 60-68.
- Tour, E. (2017). Teachers' self-initiated professional learning through personal learning networks. *Technology, Pedagogy and Education*, 26(2), 179-192.
- Trust, T. (2016). New model of teacher learning in an online network. *Journal of Research on Technology in Education*, 48(4), 290-305. <https://doi.org/10.1080/15391523.2016.1215169>.
- Trust, T., Krutka, D. G., & Carpenter, J. P. (2016). Together we are better: Professional learning networks for teachers. *Computers & Education*, 102, 15-34. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2016.06.007>.
- Uştu, H., Taş, A.M., & Sever, B. (2016). Öğretmenlerin mesleki gelişime yönelik algılarına ilişkin nitel bir araştırma. *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırma Dergisi*, 1(1), 5-23. [https://DOI: 25.1234/0123456789](https://doi.org/10.1234/0123456789)
- Viser, R. D., Evering, L. C., & Barrett, D. E. (2014). Twitter for teachers: The implications of twitter as a self-directed professional development tool for K-12. *Teachers Journal of Research on Technology in Education*, 46(4), 396-413.
- Vu, P., Cao, V., Vu, L., & Caperio, J. (2014). Factors driving learner success in online professional development. *International Review of Research in Open and Distance Learning*, 15(3).
- Qi, G. Y., & Wang, Y. (2018). Investigating the building of a WeChat-based community of practice for language teachers' professional development. *Innovation in Language Learning and Teaching*, 12(1), 72e88.
- Veletsianos, G. (2011). Higher education scholars' participation and practices on Twitter. *Journal of Computer Assisted Learning*, 449, 336-349. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2729.2011.00449x>.
- Yaylak, E. (2017). *Sosyal bilgiler öğretmenlerinin eğitimde sosyal medyayı kullanım düzeyleri ve görüşleri*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Denizli: Pamukkale Üniversitesi.
- Yıldırım A. ve Şimşek H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Wesely, P. M. (2013). Investigating the community of practice of world language educators on Twitter. *Journal of Teacher Education*, 64(4), 305-318.