

DEVLET İLKOKULLARINDA SOSYAL MEDYA POLİTİKASI VE YÖNETİMİNE İLİŞKİN NİTEL BİR ARAŞTIRMA

Araştırma Makalesi

Özer KÖSEOĞLU¹

İdris AYDIN²

Özet

Sosyal medya araçları bireysel olarak günlük hayatımızın birçok alanına nüfuz etmiştir. Reklam, pazarlama, iletişim ve hizmet iyileştirme gibi avantajları nedeniyle özel sektör tarafından yoğun kullanılan sosyal medya araçlarına kamu kurum ve kuruluşları da kayıtsız kalmamıştır. Özellikle salgın sürecinde eğitim sektörü için sosyal medya platformları adeta “sanal okul” haline gelmiştir. Bununla birlikte, kurumsal sosyal medya kullanımına ilişkin politikalar, yasal düzenlemeler ve etik kodların geliştirilmesi sosyal medyanın yayılımı kadar hızlı olmamıştır. Türkiye’de Millî Eğitim Bakanlığı’na (MEB) bağlı okullarda kurumsal sosyal medya hesabının yönetimine ilişkin yasal ve idari düzenlemeler yapılmış, sosyal medya kullanımına ilişkin bir kılavuzlar yayımlanmıştır. Bu makalede, devlet ilkokullarında MEB sosyal medya kılavuzunun nasıl uygulandığının bir saha araştırması ile ortaya koyulması amaçlanmıştır. Bu bağlamda, Sakarya il merkezinde yer alan 15 devlet ilkokulunun sosyal medya yöneticisi ile görüşülerek nitel veri toplanmıştır. Sonuç olarak, kılavuza yönelik okul sosyal medya yöneticilerinin bir farkındalığı bulunmakla birlikte, kılavuzun tüm boyutlarıyla birlikte uygulamaya aktarıldığını söylemek zordur.

Anahtar Sözcükler: Sosyal medya politikası, sosyal medya ve etik, sosyal medya araçları

¹Prof. Dr. , Sakarya Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, ozerk@sakarya.edu.tr , ORCID: [0000-0003-1277-8410]

²Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi EABD Doktora Öğrencisi, idrisaydin58@gmail.com , ORCID: [0000-0002-0249-0344]

Makale Gönderim Tarihi: 15 Nisan 2022

Makale Kabul Tarihi: 7 Mayıs 2022

A QUALITATIVE RESEARCH ON SOCIAL MEDIA POLICY AND MANAGEMENT IN STATE PRIMARY SCHOOLS

Research Article

Özer Köseoğlu

İdris Aydın

Abstract

Social media tools have permeated many areas of our daily lives individually. Public institutions have not been oblivious to social media tools used extensively by the private sector due to their advantages, such as advertising, marketing, communication, and service improvement. Especially during the epidemic process, social media platforms for the education sector have become almost "virtual schools." However, the development of policies, legal regulations, and ethical codes regarding the use of corporate social media has not been as rapid as the spread of social media. In Turkey, legal and administrative regulations have recently been conducted regarding the management of corporate social media accounts in schools affiliated with the Ministry of National Education (MEB), and a guide on the use of social media has been published. This article aims to reveal how the MEB social media guide is applied in public primary schools through field research. In this context, qualitative data were collected by interviewing the social media managers of 15 state primary schools located in the city center of Sakarya. As a result, although school social media managers are aware of the guide, it is difficult to say that the guide has been put into practice with all its dimensions.

Key Word: Social media policy, social media and ethics, social media tools.

GİRİŞ

Bilişim teknolojilerindeki hızlı gelişmelere bağlı olarak kullanıcıların e-posta, SMS, sosyal ağ siteleri, sesli arama, görüntülü arama ve anlık mesajlaşma gibi uygulamalara ve araçlara yönelik ilgisi artmıştır. Dizüstü bilgisayarlar, tabletler ve cep telefonları gibi taşınabilir cihazların çeşitlenmesi ve akıllı teknolojilerdeki ilerlemeler sayesinde insanlar kendi aralarında ve sosyal gruplar içinde çok daha farklı yollarla iletişim kurabilmektedir (Cohen-Almagor, 2013). Yeni iletişim platformları kullanım kolaylığı, düşük maliyetli ve çok fonksiyonlu olması gibi avantajlarından dolayı iletişimin yanında alışveriş, eğitim, kültür, eğlence, kurumsal işlemler gibi geniş bir yelpazede insan hayatına nüfuz etmiş, sosyal ve ticari hayatın önemli bir aktörü haline gelmiştir. Özel sektör kuruluşları ve kamu kurumları için bir ya da birkaç sosyal medya aracını tercih etmek neredeyse zorunluluk haline gelmiştir (Uzun ve Uluçay, 2017: 217).

Mart 2022 tarihi itibarıyla dünya çapında aktif sosyal medya nüfusu 4,2 milyar; Kullanıcıların sosyal ağlarda geçirdikleri günlük süre ise 145 dakika olarak hesaplanmaktadır (statista.com, 03.03.2022). Son yıllardaki eğilimler, sosyal medyanın yapay zekâ, sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik gibi teknolojilerle birlikte gelişmeye devam edeceğini ve kurumsal bilgi yönetimini daha fazla etkileyeceğini göstermektedir (Kane, 2017). Sosyal medya uygulamalarından daha etkili, verimli ve profesyonelce yararlanmak isteyen kamu ve özel sektör örgütleri uzman personel istihdam etme veya dışarıdan hizmet satın alma yoluna gitmektedir. İhtiyaç duyulan uzmanların yetiştirilmesi için “sosyal medya yöneticiliği” ön lisans programları açılmakta, lisans ve lisansüstü düzeyde eğitim programları düzenlenmektedir. Öte yandan şirketlere ve kamu kurumlarına sosyal medya yönetimi hizmeti veren özel ajansların sayıları da giderek artmaktadır (Mavnacıoğlu, 2018: 74).

Bireysel ve kurumsal kullanıcılar için sunduğu tüm avantajlarına rağmen; sosyal medya kullanımı etik ihlaller, mahremiyet ve özel hayata müdahale, yalan haberin yayılması, dolandırıcılık, izinsiz bilgi paylaşımı, bilgi sızdırma ve yetkisiz erişim gibi çok sayıda problemi de beraberinde getirmiştir. “Bilişim suçları” adı altında yeni bir suç kategorisi gelişmiş, profesyonel ve kurumsal sosyal medya kullanımında uyulması gereken etik ilke ve kodların belirlenmesi önemli hale gelmiştir (Özocak, 2013: 2). 2007 yılında “İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun”, 2016 yılında “Kişisel Verilerin Korunması Kanunu çıkarılırken başta Ceza Muhakemeleri Usulü Kanunu” ile “Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumunun Kuruluşuna İlişkin Kanun” olmak üzere birçok kanunda güncellemeler yapılmıştır. Ulusal E-Devlet Stratejisi ve Eylem Planı ile Bilgi Toplumu Stratejisi ve Eylem Planı gibi belirli politika belgelerinde sosyal medyayla ilgili amaç ve hedefler, başarı göstergeleri ve eylemler belirlenmiştir.

Son yıllarda içinde bulunduğumuz Covid 19 salgını, dijital teknolojiler ve uzaktan eğitim araçlarının eğitim süreçlerinde kullanımını hızlandırmış ve

artırmıştır. Tüm dünyada öğretmenlerin, sosyal ağların da içinde yer aldığı Web 2.0 araçlarını yoğun bir şekilde eğitim-öğretim ve iletişim amaçlarıyla kullandıkları gözlenmiştir. Yüz yüze iletişimin ve sınıfta eğitimin kısıtlandığı bu dönemde her düzeydeki okullarda kurumsal sosyal medya hesaplarının yönetimi daha önemli hale gelmiştir.

Türkiye’de Millî Eğitim Bakanlığı (MEB) yakın bir zamanda, okullarda kurumsal ve bireysel sosyal medya hesaplarının kullanımında uyulması gereken ilke ve normları belirlemiştir. Ortaya çıkabilecek sorunlara yönelik Bakanlık, okullarda uygulanmak üzere bir kurumsal sosyal medya politikası geliştirmiş ve belirli idari düzenlemeleri hayata geçirmiştir. Bu çalışmada, 14 Nisan 2021 tarihinde MEB tarafından yayımlanan “Kurumsal Sosyal Medya Kullanım Kılavuzunun” okullar tarafından nasıl uygulandığı sorusu, Sakarya il merkezindeki devlet ilkokulları kapsamında gerçekleştirilen bir saha araştırması ile incelenmektedir. Bu amaçla, Sakarya ilinde seçilen devlet ilkokullarında, sosyal medya yöneticilerinden yapılandırılmış mülakat yöntemi ile veri toplanmıştır.

Çalışmanın birinci bölümünde genel olarak sosyal medyanın ortaya çıkışı, gelişimi ve başlıca sosyal medya araçları ele alınmaktadır. İkinci bölümde, teorik ve kavramsal olarak kurumsal sosyal medya politikası incelenmektedir. Üçüncü bölümde, Türkiye’de MEB bünyesinde geliştirilen sosyal medya politikası hukuki ve idari boyutlarıyla değerlendirilmektedir. Son bölümde, Sakarya il merkezindeki devlet ilkokullarında gerçekleştirilen nitel araştırma sonuçları analiz edilmektedir.

1. Sosyal Medya: Gelişimi ve Yaygın Olarak Kullanılan Araçlar

İnternet serüveni, 1969 yılında ABD Savunma Bakanlığı’nın askeri amaçlı olarak tasarladığı Arpanet adlı paket ağ ile başlamıştır. Bu ağ, araştırma amaçlı üniversiteler ile ABD’deki araştırma departmanlarının bilgisayarlarını içine alarak büyümüş ve zaman içinde tüm dünyayı sarmıştır (bidb.itu.edu.tr, 03.03.2022). 1989 yılında Tim Barners-Lee tarafından internet üzerinden bilgi akışını sağlamak için “World Wide Web” (Dünyayı Saran Ağ) veya kısaca web 1.0 olarak tanımlanan ağın geliştirilmesiyle dünya genelinde bilgisayarların birbirine bağlanması mümkün hale gelmiştir. Çok boyutlu bir altyapı ağı olan World Wide Web (WWW) herhangi bir masaüstü bilgisayardan dünyanın her yerine, bilgiye kolayca erişebilen bir hiper ortam sistemi sağlamak için geliştirilmiştir (Hiremath & Kenchakkanavar, 2016). Bu gelişmeler, insanların bilgiye erişme ve diğer insanlarla iletişim kurma alışkanlıklarını büyük ölçüde değiştirmiştir.

İnternetin ilk evresi olan web 1.0 araçlarında iletişim tek yönlüdür ve kullanıcının hizmet sağlayıcı üzerindeki etkisi sınırlıdır. 2005 yılından itibaren geliştirilen ikinci nesil internet teknolojisi yani Web 2.0 kullanıcıların içerik üretmesine, paylaşmasına ve üretilen içeriklere katkıda bulunmasına imkân

vermiştir (Majid & Verma, 2018: 56-57). Web 2.0 teknolojisine dayalı çok sayıda uygulama ve araçların tamamı “yeni medya” olarak adlandırılır³ (Manovich, 2002). Söz konusu yeni iletişim araçlarının merkezinde “sosyal medya” bulunmaktadır. Farklı yönlerini öne çıkaran çok sayıda tanımı bulunmakla birlikte, sosyal medya, kullanıcılar tarafından oluşturulan içeriklerin internet tabanlı kitlesel iletişim kanallarında paylaşılması şeklinde açıklanabilir (Carr & Hayes, 2015). Sosyal ağ siteleri, bireylerin sınırlı bir sistem içinde genel veya yarı herkese açık bir profil oluşturduğu, bağlantı paylaştığı diğer kullanıcıların bir listesini açıklamasına ve bağlantıların listesini ve sistem içinde başkaları tarafından yapılanları görüntülediği ve gezindiği sistemdir (Boyd & Ellison, 2007). Bu bağlantıların doğası, içeriği ve adlandırılması site, platform veya uygulamasına göre değişebilir.

Web 2.0 teknolojisi kullanılarak geliştirilen araçlar sınıflandırılarak yazılsa bile oldukça uzun bir liste ortaya çıkar. Her geçen gün listeye yenileri eklenmektedir. Sosyal medya platformlarının sayısı o kadar artmıştır ki birden fazla araçta eş zamanlı paylaşım yapılabilen sosyal medya yönetim uygulamaları geliştirilmiştir. Aynı sosyal medya aracı farklı özellikleri nedeniyle birden fazla kategori içinde yer alabildiği için sosyal medya araçlarının kesin bir sınıflandırması bulunmamaktadır (Erdoğan & Kesim, 2015: 10). Bununla birlikte yaygın olarak kullanılan sosyal medya araçları arasında Whatsapp ve Telegram gibi anlık mesajlaşma araçları, Youtube gibi video paylaşım araçları, Instagram gibi görsel paylaşım araçları, Facebook ve Twitter gibi sosyal ağ araçları sayılabilir. Sosyal medya araçları temelde Web 2.0 teknolojisine dayanmakla birlikte, her aracın öne çıkan, kendine has özellikleri vardır. Örneğin Flickr ve Pinterest gibi araçlar fotoğraf paylaşımında, Telegram ve Whatsapp anlık mesajlaşmada, Youtube ise video ve görüntü paylaşımında öne çıkmaktadır. Elbette uygulamaların çoğunda birden çok işi bir arada yapmak mümkündür.

Sosyal medya araçları eğitim kurumlarında ve özel olarak okullarda kurum içi ve kurum dışı paydaşlar ile iletişimde, okul yönetimi ve eğitim süreçlerinde yoğun kullanılmaktadır. Kullanım amaçları yüz yüze eğitimi desteklemek, salgın sürecinde uzaktan eğitimi sürdürmek, meslektaşlar arası bilgi paylaşımında bulunmak ve duyuruları paylaşmak gibi geniş bir yelpazede sıralanmaktadır.

2. Sosyal Medya Politikası ve Sosyal Medyanın Kurumsal Yönetimi

Sosyal medya çok sayıda insanın gündelik hayatının önemli bir bölümünü işgal etmektedir. Bireysel kullanıcılar başta olmak üzere şirketler, kâr amacı gütmeyen kuruluşlar ve devlet kurumları gibi organizasyonlar için sağladığı avantajlar sosyal medyanın hızlı bir şekilde yayılmasını ve yaygın bir kullanım alanına kavuşmasını sağlamıştır. Bununla birlikte, her geçen gün mahremiyet ve özel hayatın gizliliğini ihlal etme, yalan haberin yayılması, trollük, zorbalık ve

³ Yeni medyanın yanında “dijital medya, interaktif medya, çoklu ortam ve online medya” gibi adlandırmalar da kullanılmaktadır.

taciz, bilgi kirliliği gibi nedenlerle sosyal medyaya yönelik suçlamalar ve şikayetler daha yüksek sesle dile getirilmektedir (Nzeaka ve Ehondor, 2020: 132). Artan şikayetler, birçok toplumda sosyal medya sektörüne yönelik düzenleme yapılması için bir kamusal talebi ortaya çıkarmaktadır.

İş hayatında yüz yüze ilişkilerde yaşanan etik sorunlar, sosyal medya araçları yoluyla sanal ortama taşınmakta, yeni çatışmalar ve belirsizlikler ortaya çıkmaktadır. Kurumsal ve kişisel sosyal medya hesaplarının yönetiminde kişilik haklarının ihlali, ticari sır veya kamu sırrı niteliğindeki bilgilerin paylaşımı, özel hayatın gizliliğine müdahale, sosyal medyanın manipülatif kullanımı, yalan haberlerin paylaşımı gibi çok sayıda etik sorun ortaya çıkabilmektedir. Bu gibi problemlerden kaçınmak ve muhtemel çatışmaları önlemek için kurum ve kuruluşlar, sosyal medya paylaşımlarına rehberlik etmek ve kriz dönemlerinde sosyal medyanın nasıl kullanılması gerektiğini planlayacak şekilde sosyal medya politikası geliştirmektedir (Hrdinová vd., 2010: 2).

Sosyal medya politikası, çalışanların sosyal medyayı ne zaman, nasıl ve hangi amaçlarla kullanabileceği; sosyal medyanın kişisel ve kurumsal kullanımında nelere dikkat edilmesi gerektiği hususlarına açıklık getirir (Hudson & Roberts, 2012:768). Sosyal medya politikası, kurumun sosyal medya hesabından veya çalışanların bireysel hesaplarından yaptıkları paylaşımlar nedeniyle doğabilecek sorunlar öngörülerek, paydaşların çevrimiçi ortamlarda nasıl davranması gerektiğine dair bir dizi kurallar ve standartlardan oluşur.

Her kurumun faaliyet gösterdiği sektör, paydaşları, misyonu ve amaçları farklılık gösterdiği için sosyal medya politikaları da kurumlara göre farklılaşır. Sosyal medya politikası tasarımında; politikanın temel felsefesinin, amaç ve hedeflerinin belirlenmesi, uyulması beklenen ilke ve kuralların yazılı hale getirilmesi, bunların kurum paydaşları ile açık bir şekilde paylaşılması, yasal zorunlulukların duyurulması, ihtiyaç oldukça politika dokümanlarında güncellemelerin yapılması, kurum çalışanlarının sosyal medya politikasıyla ilgili bilgilendirilmesi, sosyal medya politikasının başarısının düzenli olarak izlenmesi ve değerlendirilmesi gerekmektedir (Köseoğlu ve Tuncer, 2016: 28-31).

Kurumsal sosyal medya politikaları genellikle strateji belgeleri, davranış kodları, kılavuzlar, protokoller veya standartlar yoluyla ortaya koyulmaktadır. Başarılı bir sosyal medya politikasının amacı ve hedef kitlesinin açıkça belirlenmiş olması, kurumun sosyal medya stratejisini içermesi, kurumun kullandığı ve kullanımını onayladığı sosyal medya araçlarını listelemesi, sosyal medya hesap yönetimin kurallarını belirlemesi, sorumlu personelin hangi sosyal medya hesabına ne düzeyde erişim yetkisinin bulunduğunu açıklaması, paylaşılabilir içeriklere ilişkin örnekleri kapsamı, şifrelerin korunması, virüs taramaları, hesap hırsızlığına karşı korunma yolları gibi güvenlik kaygılarını gidermesi ve kriz dönemlerinde sosyal medya hesaplarının nasıl ve kim tarafından yönetileceğini planlaması beklenir (Hansen-Flaschen ve Parker, 2012).

3. Türkiye’de Mili Eğitimde Sosyal Medya Politikası ve Yönetimi

Türkiye’de sosyal medyaya ilişkin müstakil bir yasal düzenleme bulunmamaktadır. Bununla birlikte, 5809 sayılı “Elektronik Haberleşme Kanunu”, 6698 sayılı “Kişisel Verilerin Korunması Hakkında Kanun” ve 5651 sayılı “İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun” gibi farklı yasal düzenlemelerde sosyal medya ile ilişkilendirilebilecek hükümler söz konusudur. Örneğin, 5651 sayılı kanun, internet ortamında içerik, yer ve erişim sağlayıcıların yükümlülüklerini, internet ortamında yapılan belirli suçların önlenmesine ilişkin içeriğin yayından çıkarılması ve erişimin engellenmesi gibi tedbirleri ve yaptırımları, bu kapsamda Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu’na verilen görevleri düzenlemektedir.

İdari düzenlemeler açısından bakıldığında 2019 yılında yayımlanan Cumhurbaşkanlığı Genelgesinde dijital ortamda paylaşılan milli güvenlik ve kamu düzeni açısından kritik verilerin güvenliğinin sağlanması için alınması gereken tedbirler belirlenmiştir. Buna göre sosyal medya üzerinden gizlilik dereceli veri paylaşımı ve haberleşmenin yapılmaması, sosyal medya ve haberleşmede yerli uygulamaların tercih edilmesi ve kişisel sosyal medya hesaplarının kurumsal e-posta adresleri ile ilişkilendirilmemesi gibi önlemler açıklanmıştır (Cumhurbaşkanlığı Genelgesi, 2019). Söz konusu genelgeye dayalı olarak Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi, 2020 yılında Bilgi ve İletişim Güvenliği Rehberi’ni yayımlamıştır. Rehberin “Genel Güvenlik Tedbirleri” başlığı altında sosyal medya kullanım politikasının oluşturulması ve bu kapsamda personel tarafından gizli veri paylaşımı ve haberleşme yapılmasının önlenmesi amaçlanmıştır. Bu hedefin gerçekleşme durumunun ise şu soruları içeren görüşme tekniğiyle kontrol edilmesi öngörülmüştür:

1. Sosyal medya kullanım politikası oluşturulmuş mudur?
2. Sosyal medya kullanım politikası içeriğinde hangi konular ele alınmıştır?
3. Gizlilik dereceli verinin personel tarafından sosyal medya üzerinden paylaşılmaması hususu nasıl garanti altına alınmaktadır?

2020-2023 yıllarını kapsayan Ulusal Siber Güvenlik ve Eylem Planı’nda ulusal siber güvenlik hedefleri arasında “internet ve sosyal medyada doğru ve güncel bilgi paylaşımının sağlanmasına yönelik mekanizmaların geliştirilmesi” yer almaktadır. 2020 yılında Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından yayımlanan ve oldukça kapsamlı olan “Sosyal Medya Kullanım Kılavuzu” da ulusal sosyal medya politika belgeleri arasında yer almaktadır. Kılavuzda sosyal medyanın tarihçesi, avantaj ve dezavantajları, sosyal medya kullanımında dikkat edilmesi gereken hususlar; kullanıcı hesapları, sosyal medya hesabının güvenliği, sosyal medyada veri güvenliği, sosyal medya bağımlılığına ilişkin bilgiler ile çocuklar, gençler ve ebeveynler için kullanım önerilerine yer verilmiştir. Tüm kamu kurum ve kuruluşları ile bireysel kullanıcıların sosyal medya kullanımında dikkate alması beklenen etik ilke ve normlar kılavuza dahil edilmiştir.

Sosyal medyanın öğrenciler ve gençler arasında bireysel kullanımındaki artışa koşut olarak hemen her düzeydeki eğitim kurumları farklı sosyal mecralarda kurumsal hesap oluşturmaktadır. Sosyal medya kullanımının devlet okullarında yaygınlaşması nedeniyle ulusal mevzuata ve politikalara bağlı olarak MEB de bu alanda düzenleme yapma ihtiyacı duymuştur. Bu çerçevede 2017 yılında çıkarılan bir genelgede okul yöneticileri, öğretmenler de dahil olmak üzere tüm okul personeli ve öğrencilerin, kişilerle ilgili her türlü ses, yazı, görüntü ve video kayıtlarının internette veya farklı dijital yada basılı ortamda hukuka aykırı şekilde paylaşılmasının 1982 Anayasasına, 1739 sayılı Milli Eğitim Temel Kanununa ve BM Çocuk Haklarına Dair Sözleşme hükümlerine aykırı olduğu; 5237 sayılı Türk Ceza Kanununda ise suç olarak düzenlendiği ve bu kapsamda paylaşım yapan sorumlular hakkında yasal işlemlerin başlatılacağı belirtilmiştir (MEB Genelgesi, 2017/12). Görüldüğü gibi MEB, sosyal medya paylaşımlarını kişisel verinin hukuksuz paylaşımı olarak değerlendirmekte ve tedbir olarak bu tür paylaşımların yasaklanmasını, paylaşım yapanların ise yasal soruşturma usulleri ile engellenmesini sağlamaya çalışmaktadır.

Bununla birlikte, özellikle Covid 19 salgını sürecinde okulların kapatılması, çevrimiçi eğitim, hibrid ve dönüşümlü eğitim gibi tedbirlerin uygulandığı dönemde diğer Web 2.0 araçlarıyla birlikte sosyal medya da eğitim süreçlerinde yoğun bir şekilde kullanılmıştır. Buna bağlı olarak MEB, veri paylaşımı ve kullanımının yasal sınırlar içinde yapılmasını sağlamanın yanında, yeni bir sosyal medya politikası geliştirme stratejisi izlemiştir. Bu kapsamda, 2021 yılında okullar da dahil olmak üzere tüm MEB merkez, taşra ve yurt dışı birimleri ile kurumlarına ait sosyal medya hesaplarının yönetiminde uyulması gereken hususları içeren “Kurumsal Sosyal Medya Kılavuzu” yayımlanmıştır. Kılavuzda sosyal medya hesaplarının oluşturulması ve yönetimi, bu hesaplarda içerik paylaşımı, hesabın korunması ve güvenliğinin sağlanması, kriz yönetimi planlarının yapılması gibi hususlarda dikkat edilecek ilke ve kurallar açıklanmıştır. Böylece kılavuzun MEB’e bağlı idari birimler ile okulların sosyal medya iletişiminde kendilerine yol göstermesi hedeflenmiştir.

MEB sosyal medya kılavuzu okul paydaşları arasındaki iletişimi güçlendirmeyi, kurum kültürünü geliştirmeyi, duyuru ve bilgilendirmelerin zamanında yapılmasını, kamuoyundan geribildirim alınmasını, iyi uygulama örneklerinin paylaşılması, kurum içi ve kurumlar arası etkileşimin artırılması gibi amaçlarla oluşturulmuştur. Yazılı bir sosyal medya kılavuzunun bulunması kıymetli olmakla birlikte; kılavuzdaki önerilerin ne düzeyde hayata geçirildiği, ilke ve kurallara ne ölçüde uyulduğu ve bunun nasıl kontrol edildiği ciddi bir araştırma sorusu olarak karşımıza çıkmaktadır.

4. Devlet İlkokullarında Kurumsal Sosyal Medya Politikasının Uygulanmasına İlişkin Nitel Bir Araştırma

Türkiye’de tüm düzeydeki okullar için MEB tarafından idari düzenlemeler ve sosyal medya kullanım kılavuzu gibi araçlarla bir sosyal medya politikası

geliştirilmiştir. Çalışmanın bu bölümünde söz konusu politikanın genel özellikleri dikkate alınarak devlet ilkokullarında ne düzeyde uygulandığına ilişkin bir nitel veriye dayanan bir araştırma gerçekleştirilmiştir.

4.1. Literatür İncelemesi

Sosyal medyaya ilişkin ampirik araştırmalar incelendiğinde genellikle sosyal ağların hangi amaçlarla kullanıldığı, sosyal medya ölçümleri ve sosyal ağ analizleri gibi çalışmalar dikkati çekmektedir. Turizmden pazarlamaya siyaset biliminden iletişime kadar çok sayıda farklı disiplinden araştırmacının ilgi alanına girmesi nedeniyle sosyal medya çalışmalarında sayı ve nitelik olarak ciddi bir zenginlik söz konusudur.

Sosyal medya politikası ise nispeten daha yakın bir dönemde araştırmacılar ve uygulamacıların ilgisini çekmektedir. Sosyal medya politikasına yönelik çalışmalar yaygın olarak üniversiteler (Eaton vd., 2012; O'connor vd, 2016; Pasquini ve Evangelopoulos, 2017), kütüphaneler (Biçen Aras, 2014; Akbaş ve Fenerci, 2016), bakanlıklar (Gülaslan 2018) ve yerel yönetimler (Köseoğlu ve Tuncer, 2016; Sobacı vd., 2015; Karkın vd., 2015) üzerinde yoğunlaşmaktadır. Milli eğitim kurumlarında sosyal medya kullanımına yönelik araştırmalar sayıca çok olmakla birlikte (bkz. Konuk & Güntaş, 2019; Ekici, 2012; Öztürk ve Talas, 2015; Özmen vd., 2012; Gülbahar vd., 2010), özel olarak sosyal medya politikasının hem yurt dışında hem de Türkiye'de fazla çalışılmadığı anlaşılmaktadır.

MEB'in kurumsal sosyal medya politikası geliştirmeden önce gerçekleştirilen bir çalışmada ise farklı düzeylerdeki 15 devlet okulunun sosyal medya hesaplarındaki paylaşımları içerik analizi yöntemi ile incelenerek paylaşımlarda hangi kavramlara vurgu yapıldığı, paylaşımların yönetmeliklere uygun olup olmadığı ve paylaşımlar ile okulların örgütsel amaçları arasında bir uyum olup olmadığını araştırmıştı (Çelik & Tosun, 2019). Bu çalışmanın, oldukça yakın bir zamanda sosyal medya politikası geliştirmiş olan MEB bünyesindeki ilkokullarda sosyal medya politikasının uygulanmasına odaklanması bakımından ilgili literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

4.2. Araştırmanın Problemi

Günümüzde avantaj ve dezavantajlarına yönelik tartışmalar halen devam etse de hemen hemen her düzeydeki okullarda bilgilendirme, iletişim, eğitim, öğrenme ve yönetim süreçleri gibi farklı amaçlarla sosyal medya araçları yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Okul paydaşlarının aktif sosyal medya kullanıcısı olması çeşitli etik sorunları da gündeme getirmektedir. Okul yönetimleri özel hayatın gizliliği, resmi bilgi ve belgelerin paylaşımına yönelik sınırlar, öğretmenlik mesleği ve okulun itibarına ilişkin sorunlar, bilgi ve veri güvenliği gibi çok sayıda problemle karşı karşıya kalmaktadır.

Söz konusu sorunların çözümünde idari ve hukuki denetim yolları bulunmaktadır. Bununla birlikte, bu tür sorunların henüz ortaya çıkmadan önlenmesi amacıyla çeşitli kurum ve kuruluşlar sosyal medya politikası geliştirmektedir. Sosyal medya politikası kapsamında, kurum paydaşlarının sosyal medya kullanımında uyulması gereken etik ilke ve kodlar ile temel kurallar ve normlar kılavuz, broşür, el kitabı gibi formatlarda yazılı olarak duyurulmaktadır.

Türkiye’de bakanlıklar açısından bakıldığında, yakın zamanda gerçekleştirilen bir araştırmaya göre Gençlik ve Spor Bakanlığı ile Millî Eğitim Bakanlığı dışında hiçbir bakanlığın yazılı sosyal medya politikası geliştirmediği tespit edilmiştir (Dilaveroğlu, 2021: 351). Marmara Bölgesindeki 93 belediyeyi kapsayan başka bir araştırmada ise araştırmaya katılan belediyelerin sadece %35,3’i yazılı sosyal medya politikasına sahip olduklarını ifade etmiştir (Karkin vd., 2015: 103). Bu çerçevede dikkate değer bir gelişme olarak, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından bir sosyal medya kullanım kılavuzunun yayımlandığını belirtmek gerekir. Söz konusu kılavuzun kamu kurum ve kuruluşlarının kurumsal sosyal medya politikası geliştirmesinde kendilerine yol gösterme potansiyeli bulunmaktadır. Ancak yine de ampirik veriler, genel olarak kurumsal sosyal medya politikası geliştirme bakımından kamu kurum ve kuruluşlarının henüz yolun başında olduğunu göstermektedir.

Özellikle salgın döneminde sosyal medyanın da dahil olduğu Web 2.0 araçlarının öğretmenler ve veliler tarafından daha yoğun bir şekilde kullanıldığı gözlenmektedir. Artan yoğunluğun ortaya çıkardığı sorunları azaltmak amacıyla MEB Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği tarafından 2021 yılında kurumsal sosyal medya kullanım kılavuzu yayımlanmıştır. Belirli bir sosyal medya politikasının tüm unsurlarıyla hayata geçmesi, hizmet paydaşlarının tutum ve davranışlarını değiştirmesi zaman alacaktır. Yine de aradan geçen zaman içinde söz konusu kılavuza yönelik okul yönetimlerinin ve öğretmenlerin farkındalığı ile kılavuzda belirlenen ilke ve önerilerin hayata geçirilme düzeyinin artırılması ihtiyacı ortaya çıkmaktadır.

4.3.Araştırmanın Yöntemi ve Sınırlılıkları

Araştırma Sakarya il merkezindeki devlet ilkokullarını kapsamaktadır. Araştırmada anket yerine daha detaylı bilgiye ulaşabilmek ve uygulamanın nasıl yürüdüğünü anlayabilmek amacıyla yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak veri toplanması tercih edilmiştir. Bu amaçla sosyal medya politikası literatürü ile MEB sosyal medya kılavuzu dikkate alınarak açık uçlu 12 sorudan oluşan bir soru formu hazırlanmıştır.

Kasti örnekleme tekniğiyle şehir merkezindeki farklı özelliklere sahip devlet ilkokullarının sosyal medya hesabını yöneten kişilerle birebir görüşme yapılarak cevapları forma işlenmiştir. Örnekleme dahil edilen ilkokulların öğrenci ve öğretmen sayısı bakımından belirli büyüklükte ve merkezi okullar

olmasına dikkat edilmiştir. Araştırmanın diğer bir sınırlılığı olarak özel okulların çalışmaya dahil edilmediğini belirtmek gerekir.

Pandemi koşulları nedeniyle yüz yüze görüşülemeyen az sayıdaki sosyal medya yöneticisinin formları şahsi olarak doldurması sağlanmıştır. Görüşmeler neticesinde verilen cevaplarda tekrarlar gözlemlendiği ve ek bilgiye ulaşılamayacağına kanaat getirildiği noktada görüşmeler sonlandırılmıştır. Bu yöntemle 15 ilkokulda görev yapan sosyal medya yöneticisinden cevap alınmıştır.

Görüşme yapılan her bir ilkokul ve sosyal medya yöneticisi için ayrı ayrı kodlar verilerek katılımcıların kimliklerinin anonim olması sağlanmıştır. Elde edilen veriler betimsel içerik analizi tekniği ile iki yazar tarafından ayrı ayrı değerlendirilmiş, kodlamalar ve temalar belirlenmiştir. Farklı kodlar ve temalar için yazarlar karşılıklı görüşme yöntemiyle uzlaşmaya varmış ve ek hakem belirlemeden analizleri tamamlamıştır.

4.4. Araştırma Bulguları

MEB, sosyal medya kılavuzuna göre merkez, taşra ve yurt dışı birimlerince Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği'nin bakanlık adına yer aldığı sosyal medya mecralarından en az birine ait kurumsal sosyal medya hesabı oluşturulmalıdır. Araştırma için görüşme yapılan ilkokulların en az bir sosyal medya hesabının olduğu görülmüştür. Tablo 1'de görüşme yapılan ilkokulların sosyal medya hesaplarına yönelik bilgiler yer almaktadır.

Tablo 1. Araştırma örnekleminde yer alan devlet ilkokullarının sosyal medya hesapları

Okul Adı/Sosyal Medya	Instagram	Facebook	Twitter	Youtube
İlkokul 1	X	X	X	X
İlkokul 2	X	X	X	
İlkokul 3	X	X	X	
İlkokul 4	X			
İlkokul 5	X	X		
İlkokul 6		X		
İlkokul 7	X		X	
İlkokul 8		X		
İlkokul 9	X	X	X	
İlkokul 10	X			

İlkokul 11	X		X	
İlkokul 12	X	X		
İlkokul 13			X	X
İlkokul 14	X			
İlkokul 15	X	X		

Tablo 1 incelendiğinde okulların tercih sırasına göre Instagram, Facebook, Twitter ve Youtube olmak üzere dört farklı sosyal mecrada hesap açtığı görülmektedir. Okullar kurumsal olarak en fazla Instagram’da yer alırken, Youtube’un sadece iki okul tarafından tercih edilmesi dikkati çekmektedir.

MEB Sosyal Medya Kılavuzuna göre takipçiler nezdinde güvenilirliğin sağlanması ve muhtemel sahte hesaplardan ayırt edilmesi bakımından “onaylı hesap rozeti” alınması önerilmektedir. Ancak incelenen sosyal medya hesaplarında onaylı hesap rozetine rastlanmamıştır.

4.4.1. Okullarda Sosyal Medya Yönetimi

MEB Sosyal medya kılavuzuna göre sosyal medya yöneticisi, basın ve halkla ilişkiler şubesi personeli bu kişilerin bulunmadığı birimlerde ise belirtilen nitelikleri taşıyan personel arasından görevlendirilir. İhtiyaç halinde yardımcı personel görevlendirilmesi de yapılır. Araştırma bulgularına göre devlet ilkokullarının sosyal medya hesaplarının tamamını ve okul web sitesini aynı kişi/kişiler yönetmektedir. Hesabı yönetenler üç gruba ayrılabilir:

1. **Okul Müdürleri:** Saha ziyaretlerinde diğerlerine göre daha az sayıda olmakla birlikte, doğrudan okul müdürünün kurumsal sosyal medya hesabını yönettiği durumlara rastlanmıştır.
2. **Müdür Yardımcıları:** İncelenen ilkokullarda kurumsal sosyal medya hesabının yaygın olarak müdür yardımcıları tarafından yönetildiği gözlenmiştir.
3. **Öğretmenler:** Bazı ilkokullarda, sosyal medya hesabı, bilgisayar ve internet kullanma becerisi iyi olan bir öğretmene bırakılmıştır.

Sosyal medya yönetiminin önemli unsurlarından birisi olan bu alanda eğitim alma durumuna bakıldığında ise hesapların yönetiminin genellikle amatörce yürütüldüğü söylenebilir. Sadece iki kişi bu alanda eğitim aldığını ifade etmiştir.

Bu çalışmanın problemi ve araştırma amacına uygun olarak MEB sosyal medya kılavuzu hakkında katılımcıların farkındalığına ve kılavuzun uygulanmasına ilişkin sorular sorulmuştur. Araştırma kapsamındaki ilkokulların sosyal medya yöneticilerinin neredeyse tamamı MEB tarafından 2021 yılında yayınlanan sosyal medya kılavuzu hakkında bilgi sahibi olduğunu ifade etmiştir. 7 kişi kılavuzu tam olarak uyguladığını, 4 kişi uygulamadığını ve 2 kişi ise kısmen uyguladığını belirtmiştir.

4.4.2. Sosyal Medya Kullanımına İlişkin İlkelerin Belirlenme Durumu

Görüşme formlarından elde edilen bilgiye göre devlet ilkokullarının büyük çoğunluğunda sosyal medya kullanımına ilişkin ilke ve kurallar genellikle sözlü olarak belirlenmiştir. Sosyal medya ilke ve kodlarını yazılı hale getiren ve paylaşan okulların sayısı nispeten azdır. Ayrıca dört ilkokulda sosyal medya kuralları ne sözlü ne de yazılı olarak belirlenmiştir.

İki ilkokulda görüşme yapılan sosyal medya yöneticileri Erasmus+ kapsamında e-Twinning okulu statüsü kazanabilmek için sosyal medya kullanım ilkelerinin e-Twinning kurallarına uygun ve yazılı olarak belirlenmesinin şart olduğunu ifade etmiştir. E-Twinning üyelerinin paylaşımında bulunurken dikkat etmesi gereken kurallar⁴ ve etik kodlar oldukça detaylı ve açık bir şekilde yayınlanmıştır. Söz konusu ilkelere aykırı davranışların tespit edilmesi halinde kullanılmak üzere “raporla” butonu oluşturulmuştur. Davranış kurallarına uyulmaması durumunda paylaşılan içerik veya materyal önceden bildirmeden kaldırılabilmekte ve hatta kullanıcı, duruma göre, e-Twinning’den geçici veya kalıcı olarak menedilebilmektedir.

4.4.3. Sosyal Medya Hesaplarının Güncellenme Sıklığı ve Hesap Güvenliği

Sosyal medya hesaplarının güncellenmesine göre iki tür ilkokul karşımıza çıkmaktadır: Birincisi hesapları günlük olarak güncelleyen ilkokullar, ikincisi ve sayıca daha fazla olanı ise etkinliklere göre güncelleyen ilkokullar. Bir sosyal medya yöneticisi, pandemi öncesi her gün en az birkaç tane etkinlik paylaştığını ancak pandemiden dolayı sınıfların gezi gibi toplu etkinliklerinin azaldığını ve haftada ancak birkaç içerik paylaştığını ifade etmiştir. Pandemi sürecinde sosyal medya hesaplarının daha çok duyuru amaçlı olarak kullanıldığı belirlenmiştir.

MEB sosyal medya kılavuzunda hesabın korunması ve güvenliğinin sağlanması ayrı bir başlık altında ele alınmıştır. Buna göre hesapların güvenliği için kullanıcı adı ve şifre bilgilerinin kurum amiri ve hesabı yönetmekle

⁴ Söz konusu ilkeler arasında kapsayıcı, saygılı ve hoşgörülü olmak yer almaktadır. Tüm e-Twinning kullanıcılarının uyması gereken genel kurallardan bazıları şunlardır: Platformun ticari amaçlarla kullanılmaması; tehdit, taciz veya siber zorbalığa müsamaha gösterilmemesi; paylaşımlarda fikri mülkiyet haklarının ihlal edilmemesi; kimlik hırsızlığı yapılmaması; veli izni olmadan öğrencilerin resimlerinin yayınlanmaması; kişisel bilgiler, özel fotoğraflar veya videoların paylaşılması. Ayrıca internet etiği kapsamında tüm e-Twinning kullanıcılarının çevrimiçi etkileşimlerini profesyonelce, kibar bir şekilde ve saygıyla yürütmesi, iç mesajlaşma sistemini dikkatli ve sorumlu kullanması, forumlarda spam gönderilmemesi, kullanıcıların mesajlarına uygun yorumlar gönderilmesi, çok fazla kullanıcıya aynı yorumun yazılmaması, rastgele iletişim isteği ve proje daveti yapmaktan kaçınılması, etkinlik davetlerinin gelişigüzel değil; hedef kitleye yönelik yapılması beklenmektedir (e-Twinning, 18.03.2022).

yetkilendirilen personel dışında kimseyle paylaşılması gerekir (s. 35). Bu noktada sosyal medya hesaplarının genellikle okul müdürü ile bir müdür yardımcısı veya okul müdürü ile bir öğretmenin yetki sahibi olduğu görülmektedir. Az da olsa bazı ilkokullarda okul müdürü tek başına kurumsal sosyal medya hesabını yönetmektedir.

Kılavuzda, hesap oluşturulurken iki aşamalı doğrulama sistemlerinin kullanılması ve mümkünse kurumsal telefon numaralarının verilmesi önerilmektedir (s. 35). Ancak görüşme yapılan öğretmenlerin ve yöneticilerin verdiği bilgiye göre devlet ilkokullarında resmi GSM numarası bulunmadığından, Instagram gibi telefon numarası gerektiren sosyal medya platformlarında hesap açmak için şahsi numaralar kullanılmaktadır.

Kılavuzda yer alan diğer güvenlik önlemleri özetle şunlardır (MEB Kılavuz, 2021: 36-37):

- Sosyal medya hesap şifrelerinin kuvvetli seçilmesi,
- E-posta şifreleri ile hesap şifrelerinin farklı olması,
- Her sosyal medya hesabı için ayrı şifre belirlenmesi,
- Kamuya açık yerlerdeki internet ağından kurumsal hesaplara bağlanılmaması,
- Hesaba yönelik saldırıda bulunulması, hesabın askıya alınması gibi durumlarda üst birimin kurumsal sosyal medya sorumlusu ile irtibata geçilmesi,
- Kurum adına açılmış sahte hesap tespit edilmesi durumunda gerekli girişimlerde bulunulması,
- Paylaşımlara yapılan hakaret veya argo yorumların engellenmesi.

Yukarıdaki güvenlik önlemleri dikkate alınarak, katılımcılara hesabın korunması ve güvenlik için ne tür tedbirleri aldıkları sorulmuştur. Cevaplayanların büyük kısmı rutin güvenlik önlemleri aldıklarını ifade etmiştir. Bir katılımcı anti virüs programı ve güvenlik duvarı kullandığını belirtirken, başka bir katılımcı iki aşamalı güvenlik önlemi aldıklarını ve hesapları içerik paylaşımına kapalı tuttıklarını açıklamıştır.

4.4.4. Sosyal Medya Hesaplarından İçerik Paylaşımı ve Karşılaşılan Sorunlar

Kurumsal sosyal medya hesaplarında içerik paylaşımında dikkat edilecek hususlara kılavuzda detaylı bir şekilde yer verilmiştir. Bu kapsamda kurumun resmi internet sitesinde yayımlanan haber, duyuru, bilgilendirme gibi içeriklerin aynı anda kurumsal sosyal medya hesaplarından da paylaşılması önerilmiştir.

Ayrıca kılavuzda resmi hesaplardan üst makamlar, diğer okullar, kurumsal paydaşlar ve proje ortağı paylaşımları dışında başka hesaplarla etkileşime girilmemesi; paylaşım metni ve görseller hazırlanırken Türkçe yazım/noktalama

kurallarına özen gösterilmesi; paylaşımlarda mesajın kısa ve net olması, ölçülü, samimi ve dikkat çekici bir dil kullanılması tavsiye edilmektedir (s. 29). Bu minvalde, görüşme yapılan sosyal medya yöneticilerinin içerikle ilgili ilkelere dikkat ettikleri söylenebilir. Birçok görüşmeci, paylaşılan metinlerin kısa ve öz olmasına, yanlış anlaşılmalara sebebiyet vermemesine çalıştıklarını belirtmektedir. İki katılımcı, paylaşımlarında Türkçe yazım kurallarına uygunluğa özen gösterdiklerinin altını çizmiştir.

Kılavuza göre (s. 29), metin, fotoğraf ve infografik gibi içeriklerin hedef kitlenin niteliği ve beklentilerine uygun olmalı; temayı özetler nitelikte ve yeter sayıda görsel seçilmeli; belirli durumlar dışında reklam unsuru olabilecek görsel ve metinler kullanılmamalı ve paylaşımlar kurumsal politikalarla uyumlu olmalıdır. Görüşmeciler fotoğraf seçiminde hassas olduklarını, kaliteli ve etkinliğin amacına uygun görseller kullandıklarını söylemiştir. Bir görüşmeci içeriğin paylaşılmadan önce ilgili sınıf öğretmeni, sosyal medya yöneticisi ve okul müdürü tarafından gözden geçirildiğini yani üçlü bir kontrol sistemi oluşturduklarını ifade etmiştir. Diğer iki görüşmeci, öğrencilerden açık rıza onay formu alınmış olsa bile kimliğini belli etmeyecek şekilde paylaşım yapmaya özen gösterdiklerini ifade etmiştir. Okulun sosyal medya hesaplarını yöneten bir okul müdürü yazılı kurallar ne olursa olsun kişileri hedef gösteren, karalayan, rencide eden ve yanlış anlaşılmaya neden olacak paylaşımlardan kaçındığını söylemiştir. Bunun için de hesabı yönetmekle görevlendirdiği kişi ile sürekli irtibat halinde olduğunu ifade etmiştir.

Katılımcıların, paylaşımlarının reklam içermemesine de dikkat ettiği söylenebilir. Görüşmelerden, bazı ilkokullarda velilerin paylaşımlardan Whatsapp yolu ile haberdar edildiği anlaşılmaktadır.

Kılavuzda hangi konularda paylaşımların yapılacağı da sayılmıştır. Buna göre rutin toplantılar, belirli gün ve haftalarla ilgili törenler, etkinlikler ve kabuller paylaşılmalıdır. Bunun yanında, hedef kitleye uygun, katılımı ve etkileşimi teşvik edici yarışmalarla eğitici, bilgilendirici, eğlenceli ve dikkat çekici içeriklere de yer verilmelidir (MEB Kılavuz, 2021: 30). Söz konusu ilkelere yönelik bir görüşmeci “okulun gelişimi ile ilgili, önemli ziyaretler, etkinlik ve projeler ile ilgili paylaşımlar” yaptıklarını ifade ederken, başka bir görüşmeci, “üst makamlardan gelen bilgilendirici yazıların” paylaşıldığını belirtmiştir.

Paylaşımların okul ve eğitimle ilgili, bilgilendirici, velileri aydınlatıcı nitelikte ve güncel olması, kişisel hakları ihlal etmemesi, yanlış anlaşılmalara neden olmaması da görüşmecilerin zikrettiği hususlar arasındadır. Bir görüşmeci, paylaşımların özgün ve kuruma ait olmasına, alıntı olmamasına dikkat ettiklerine işaret etmiştir. Paylaşımlarda sosyal medya kullanım kılavuzundaki ilke ve kurallara, etik ilkelere ve bu kapsamda üst yazılarda belirtilen şartlara uygun hareket ettiğini söyleyenler de bulunmaktadır.

Görüşme yapılan sosyal medya yöneticileri paylaşımlar nedeniyle ciddi bir sorun yaşamadıklarını, ancak öğretmen ve velilerin kendi sınıflarının etkinliklerinin sosyal medyada daha az yer aldığını ifade eden serzenişlerde bulduklarını söylemiştir. Sosyal medya yöneticisi olan bir okul müdürü, Whatsapp gruplarında en çok şikâyetin velilerin kendi aralarında oluşturdukları gruptaki tartışmalar olduğunu, bu durumun diğer platformlarda yaşanmaması, yanlış anlaşılmalara neden olmaması ve üçüncü kişilerin kendi aralarında tartışmalara girmemesi için sosyal medya hesaplarını yorumlara kapattığını belirtmiştir.

Bir müdür yardımcısı sosyal medya hesaplarının yönetiminin oldukça zaman aldığından yakınırken, olumsuz yorumların uygun bir dille yanıtlandığını söylemiştir. Öğretmenler ve velilerin kendi sınıfı veya öğrencileriyle ilgili daha fazla paylaşım yapılması taleplerini sıklıkla iletmiş ifade edilmiştir. Bu sorunlar ve talepler dışında, görüşme yapılan müdür, müdür yardımcısı ve öğretmenler herhangi bir problemle karşılaşmadıklarını belirtmiştir.

Görüşülen devlet ilkokulların tamamında öğrencilerin velilerinden açık rıza onayı alınmaktadır. Onay alınmasında üç yol izlenmektedir. İlk olarak, öğrencinin ilkokula kaydı esnasında, ikincisi sene başında okulun tüm öğrencilerinin velilerinden ve üçüncü olarak paylaşımda görseline yer verilecek öğrencilerin velisinden sınıf öğretmeni aracılığı ile açık rıza onayı alınmaktadır. E-twinning projesi yürüten okullarda ise bu konuda daha titiz davranıldığı gözlenmiştir. Açık rıza onayı alınsa bile öğrencinin yüzü belli olacak şekilde görseli kullanılmamaktadır.

4.4.5. Kriz Yönetiminde Sosyal Medya

Sosyal medya genel olarak kriz dönemlerinde kullanılan önemli iletişim araçlarından birisi haline gelmiştir. Farklı kriz dönemlerinde sosyal medya iletişim stratejileri birçok araştırmaya konu edilmiştir (bkz. Şahinsoy, 2017; Gök Demir vd., 2018; Çetin & Toprak, 2016). Son yıllarda Covid 19 krizinin yönetimine sosyal medyanın kurumsal kullanımına ilişkin çalışmaların da sayısı artmaktadır (bkz. Arabacı Koç, 2020; Çerçi vd., 2020). Günümüzde sosyal medya kriz yönetimi yetersiz olan kurumların krizler karşısında direnci zayıf kalmakta ve kurum imajı büyük zarar görebilmektedir. Bu tür kurumlar kriz dönemlerinde ihtiyaç duyulan hızlı ve etkili iletişim gibi sosyal medyanın sağladığı avantajlardan da yeterince yararlanamamaktadır (Kayış, 2017: 158).

MEB sosyal medya kullanım kılavuzu kriz dönemlerinde sosyal medyanın kullanımı ve sosyal medya krizinin yaşanması durumunda yapılması gerekenlere yer vermiştir. Buna göre, kriz anında sadece kriz yönetimine ilişkin paylaşım yapılmalı, kriz yönetimi iletişimde paylaşımdan önce üst makamın onayı alınmalı, afet ve acil durumlarda hızlı hareket edilmeli ve gerekli bilgilendirme yapılmalı, yetkili mercilerin açıklamaları sosyal medya hesaplarından paylaşılmalıdır. Ayrıca sosyal medya iletişiminden kaynaklanan

krizlerin de üst makama nedenleriyle birlikte raporlanması gerekmektedir (MEB Kılavuzu, 2021: 41-42).

Yukarıda yer verilen tedbirleri de kapsayacak şekilde katılımcılara kriz dönemleriyle ilgili sosyal medya planlaması yapma durumları sorulmuştur. Katılımcılardan sadece 4'ü kriz dönemi sosyal medya planlarının bulunduğunu belirtmiştir. Bununla birlikte katılımcıların büyük kısmı Covid 19 pandemi döneminde sosyal medyayı aktif bir şekilde kullandıklarını söylemiştir. Planlama yapmayan bir görüşmeci ise Whatsapp gruplarından velilerle hızlı şekilde iletişime geçebildiklerini ifade etmiştir.

4.4.6. Sosyal Medya Başarı Analizi ve Kullanıcı Geri Dönütleri

MEB sosyal medya kılavuzunda, yürütülen sosyal medya faaliyetlerinin başarısı ve etkinliğinin düzenli şekilde ölçülmesi ve gerekli planlamaların yapılması, paylaşımlarla ilgili beğeni, yorum ve paylaşım sayılarının analiz edilerek hedef kitleye erişimin artırılması önerilmektedir. Bu bağlamda, katılımcılara yöneltilen soruya verilen cevaplara göre, bir ilkokul dışında kalan tüm ilkokullarda paylaşımlarla ilgili beğeniler, yorumlar ve takipçi sayıları üzerinden sosyal medya hesaplarının başarısı değerlendirilmekte ve veri takibi yapılmaktadır.

Katılımcılara okul paydaşları olan veli, öğretmen ve öğrenci dönütleri de sorulmuştur. Katılımcıların büyük kısmı velilerin öğrencileri, okul etkinlikleri ve sınıflarıyla ilgili düzenli haber almasından memnun olduğunu ve oldukça olumlu dönütler aldıklarını vurgulamıştır. Velilerin öğrencisini sosyal medya hesabından görmesi genellikle memnuniyet verici olarak tanımlanmıştır. Görüşme yapılan bir okul müdürü, sosyal medya hesaplarının yoruma kapalı olduğunu, farklı iki görüşmeci ise aktif kullanmadıkları için olumlu ya da olumsuz herhangi bir dönüş almadıklarını ifade etmiştir.

4.5. Tartışma

Sosyal medya giderek daha fazla eğitim ve okul yönetimi süreçlerinde kullanılmaktadır. Özellikle son birkaç yıldır hemen her alanda etkisini hissettiren Covid 19 pandemisi döneminde sosyal medya hem okul yönetimi ve öğretmenler için bir iletişim aracı hem de uzaktan eğitimi destekleyen bir uygulamalar seti haline gelmiştir (bkz. Ergen ve Ergen, 2021; Dinçer ve Balaman, 2019). Okulların pandemi öncesindeki ve pandemi sonrasındaki paylaşımları sıklık ve konu bakımından farklılaşmaktadır. Örneğin, pandemi öncesi dönemde yapılan ve farklı düzeylerdeki 15 devlet okulunun sosyal medya paylaşımlarına yönelik bir içerik analizinde sırasıyla sınıflar ve okulla ilgili etkinlikler, velilere ve öğrencilere yönelik bilgilendirmeler, özel gün ve haftalara ilişkin kutlama mesajları, yürütülen projeler ile az da olsa gündemle ilgili paylaşımlar yapıldığı tespit edilmiştir (Çelik ve Tosun, 2019). Okulların pandemi dönemindeki Instagram paylaşımları baz alınarak yapılan başka bir araştırmaya göre incelenen

üç özel okulda ağırlıklı olarak pandemiyle ilgili duyuru, hizmet ve tedbirler, sosyal-kültürel alan başarıları ve etkinlikler, akademik başarı ve etkinlikler ile rehberlik hizmetlerine yönelik paylaşımlar öne çıkmıştır (Gürsoy Pakkan & Topuz Savaş, 2021). Farklı

Sosyal medyanın okullarda yaygın kullanımı öğrenciler, öğretmenler ve veliler üzerinde çeşitli kaygılar ve sorunlar ortaya çıkarmaktadır. Öğretmenler içerik hazırlama, zaman kaybı, rehberlik etme gibi konularda sorunlarla karşılaşırken, veliler gizlilik ve güvenlik, kontrolsüz sosyalleşme, bağımlılık oluşturma ve değerlerin aşınması gibi endişelerle sosyal medyaya mesafeli durmaktadır (Aydın ve Çelik, 2019, Şahin, 2017). Okul yöneticileri de sosyal medyayı bir sosyalleşme aracı olarak faydalı bulmakla birlikte zaman kaybı, bozuk ve küfürlü dil, sorumsuzluk, iletişim bozukluğu ve derslerden uzaklaşma gibi olumsuz davranışları pekiştirdiğini dile getirmektedir. Yine bilgiye erişimi ve kaynaklara ulaşmayı kolaylaştırmanın yanında, bağımlılık yapma, istenmeyen içerik paylaşımı, kontrol edilememe ve derslerden uzaklaştırma gibi akademik başarıyı düşüren yönlerine dikkat çekmektedir (Şahin ve Üstüner, 2018).

Bu noktada aileler ve öğretmenlere olduğu kadar etik kurallara uygun, etkili ve güvenli bir şekilde sosyal medyanın kullanımı açısından okul yönetimlerine de önemli görev ve sorumluluklar düşmektedir. Bu bağlamda, literatürde ve uygulamada çözüm olarak çoğunlukla kurumsal sosyal medya politikasının geliştirilmesi tavsiye edilmektedir. Sosyal medya politikası, kurumsal paydaşlar arasında sosyal ağların kullanımında uyulması gereken ilke ve normlar ile dikkat edilmesi beklenen etik davranış kodlarından oluşmaktadır. Sosyal medya kullanımına ilişkin temel hususların yazılı olarak paydaşlara duyurulması, kullanıcılar üzerinde farkındalık oluşturulması ve paylaşımların içerik denetimlerinin yapılması sosyal medya politikasının kritik unsurlarını oluşturmaktadır.

Gerçekten de yükseköğretimden kütüphaneciliğe, belediyelerden sivil toplum kuruluşlarına kadar hemen her sektörde faaliyet gösteren kurum ve kuruluşlar giderek daha fazla sosyal medya politikası geliştirmeye yönelmektedir. Bu kapsamda gerçekleştirilen bir dizi çalışmanın ardından geliştirilen “Kütüphaneler İçin sosyal Medya Politikası Rehberi” örnek verilebilir (Türk Kütüphaneciler Derneği, 2018).

Seçilen devlet ilkokullarında kurumsal sosyal medya yöneticilerinden elde edilen bulgulara göre okul sosyal medya hesapları müdürler, müdür yardımcıları veya öğretmenler tarafından yönetilmektedir. Bu noktada birden fazla kişinin hesapları yönetmeden sorumlu olduğu durumlara rastlanmıştır. Söz konusu durumun paylaşımların kontrolü ve hesapların güvenliği açısından zafiyet oluşturduğu söylenebilir.

Ağırlıklı olarak sözlü olmakla birlikte ilkokullarda sosyal medya kullanımına yönelik temel ilke ve kuralların belirlenmiş olması önemli bir

gelişmemiştir. Bununla birlikte, henüz yazılı veya sözlü olarak ilke ve kural belirlemediği olan ilkokulların varlığı sosyal medya politikasının hayata geçirilmesi bakımından düşündürücüdür.

Araştırma kapsamındaki ilkokullarda MEB kılavuzunda belirtilen sosyal medya hesaplarının kullanıcı adı ve şifre bilgilerine ilişkin kurallara genel itibarıyla uyulduğu söylenebilir. Bu bağlamda, devlet ilkokullarının kendi GSM hatlarının bulunmaması nedeniyle okul yöneticileri veya öğretmenlerin kendi telefon numaraları ile kurumsal sosyal medya hesabını oluşturmaları gibi bazı güvenlik zafiyetleri dikkati çekmektedir.

Kurumsal sosyal medya hesaplarından içerik paylaşımında ilgili kılavuzda vurgulanan ilke ve kurallara büyük oranda uyulduğu anlaşılmaktadır. Nitekim, görüşme yapılan sosyal medya yöneticileri genel olarak içerikler ve paylaşımlarla ilgili velilerden olumsuz bir geri dönüş almadıklarını ifade etmektedir. Ayrıca pandemi boyunca ilkokullarda sosyal medya aktif bir şekilde kullanılmış, buna rağmen kriz dönemlerine yönelik kapsamlı planlamalar yapılmamıştır. Kriz dönemi sosyal medya planlarının tamamlanması önem arz etmektedir.

Belirtmek gerekir ki, pandemi öncesi dönemde yapılan bir araştırmada az sayıda olmakla birlikte, futbol da dahil olmak üzere ülke gündemiyle ilgili konularda devlet okullarının resmi hesaplarından paylaşımlar yapıldığı belirlenmiş ve okul sosyal medya yöneticilerine örgütsel amaçlara uygun paylaşımlar yapılması için eğitim verilmesi önerilmiştir (Çelik ve Tosun, 2019: 121). Pandemi sonrası dönemde yayımlanan MEB Kılavuzu, bu noktada, paylaşılan haber ve içeriklerin doğruluğunun teyit edilmesinin ve içeriklerin kurumsal sorumluluğa ve kurumsal itibara zarar getirmemesinin altını çizmiştir (s.31).

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Sosyal medya hemen hemen her yaşta insanların gündelik hayatının vazgeçilmez bir unsuru haline gelmiştir. Son yıllarda, farklı düzeylerde eğitim kurumlarının paydaşları da iletişim ve eğitim süreçlerinde sosyal medyayı daha aktif ve yoğun bir şekilde kullanmaktadır. Hızlı ve etkili iletişim, bilgiye erişme kolaylığı ve sosyalleşme aracı olarak önemli avantajlara sahip olan sosyal medya araçlarının kullanımında uyulması gereken etik ilkeler, kurallar ve davranış kodlarının belirlenmesine dayanan sosyal medya politikasının geliştirilmesi hem özel hem de kamu kurum ve kuruluşlarının önemli gündem maddelerinden birisi haline gelmiştir.

Bu bağlamda, MEB de 2021 yılında kurumsal sosyal medya kılavuzunu yayımlamıştır. Bu çalışmanın amacı, MEB kılavuzunun sahada yani okullarda nasıl uygulandığını araştırmaktır. Bu amaçla geliştirilen bir soru formu ile Sakarya il merkezinde yer alan 15 devlet ilkokulunun sosyal medya yöneticisinden nitel veri toplanmıştır. Sonuç olarak, devlet ilkokullarındaki

sosyal medya yöneticilerinin kılavuza yönelik bir farkındalığı bulunmakla birlikte, kılavuzun tüm boyutlarıyla uygulamaya aktarıldığını söylemek zordur.

Araştırma kapsamındaki ilkokullarda sosyal medya kullanımına yönelik ilke ve kuralların ağırlıklı olarak sözlü yöntemle belirlendiği tespit edilmiştir. Bazı ilkokullarda ise yazılı veya sözlü bir belirleme söz konusu değildir. Okullarda kurumsal sosyal medya politikasının etkili bir şekilde uygulanabilmesi için sosyal medya kullanımına ilişkin ilke ve kuralların yazılı olarak belirlenmesi ve internet sayfaları başta olmak üzere uygun araçlarla öğrenciler, öğretmenler ve veliler ile paylaşılması gerekmektedir. Bu noktada, e-Twinning okullarının avantajlı oldukları tespit edilmiştir.

2022 yılı verilerine göre Türkiye’de en fazla kullanılan sosyal medya araçları sırasıyla Youtube, Instagram, Facebook, TikTok ve Twitter şeklinde sıralanırken (Digital 2022 Report, 15.03.2022) araştırma kapsamında incelenen ilkokulların sadece ikisinde Youtube hesabına rastlanmıştır. Okulların Instagram ve Facebook gibi yaygın kullanılan platformlarda yer alması önemli olmakla birlikte, Youtube’u daha aktif kullanması ihtiyacı öne çıkmaktadır. Eğitim-öğretim ile ilgili bilgilendirme, okul faaliyetlerine yönelik paylaşımlar, özel gün ve haftalarla ilgili videolar bu tarz platformlarda daha geniş kullanıcıya ulaşma imkanına sahiptir.

Araştırmanın önemli bulgularından birisi de devlet ilkokullarının sosyal medya hesaplarını yönetenlerin uzmanlığı bulunmadığı gibi bu minvalde eğitim alanların sayısının da az olmasıdır. Okulların kurumsal sosyal medya hesaplarını yönetenler için MEB kılavuzu ekseninde gerekli eğitimlerin verilmesi bir ihtiyaçtır. Söz konusu eğitimlerin verilmesinde farklı stratejiler izlenebilir. İlk olarak, bakanlık uzman personeli tarafından okullardaki sorumlu sosyal medya yöneticileri için uzaktan eğitim yöntemi ile ders videoları ve materyali hazırlanabilir. Hatta canlı dersler yoluyla uygulamalı olarak katılımcıların sosyal medya yönetim becerileri geliştirilebilir. Bu yöntem ile çok sayıda yöneticiye hızlıca eğitim verme imkânı bulunmaktadır. İkinci yöntem olarak, il ve ilçe milli eğitim müdürlüklerinde en az bir personele sosyal medya eğitici uzmanlığı kazandırılması durumunda okullarda gerekli eğitimler yüz yüze de verilebilir. Ayrıca, ilk eğitimlerin yüz yüze verilmesi, daha sonra yapılacak olan güncelleme eğitimlerinin çevrimiçi olması gibi karma stratejiler de izlenebilir. Eğitimler neticesinde başarılı olanlara sertifikalandırma yapılması da faydalı olacaktır.

İl ve ilçe milli eğitim müdürlükleri bünyesinde sosyal medya uzmanlarının bulunması durumunda, görev alanı içindeki ilkokulların sosyal medya hesaplarına ilişkin veriler düzenli olarak izlenebilir, paylaşımların sosyal medya kılavuzuna uygunluğu daha yakından takip edilebilir, güvenlik sorunları daha hızlı giderilebilir ve kriz dönemlerinde sosyal medya daha etkili bir şekilde kullanılabilir.

KAYNAKÇA

- Akbaş, Murat & Fenerci, Tülay (2016). "Üniversite Kütüphanelerinde Sosyal Medya Politikaları." *Bilgi Dünyası*, 17(2), 201-231.
- Arabacı Koç, Maria (2020). "Covid 19 Salgınının Yarattığı Küresel Kriz Bağlamında Sosyal Medyada Kriz Yönetimi: Türk Hava Yolları Örneği." *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(7), 190-200.
- Aydın, Mithat & Çelik, Türkan (2019). "Velilerin Gözünden Sosyal Medyanın Ortaokul Öğrencileri Açısından Yarar ve Riskleri." *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 50, 110-135.
- Biçen Aras, Bahar (2014). *University Libraries and Social Media Policies*. *Journal of Balkan Libraries Union*, 2(1), 21-27.
- Boyd, Danah. M., & Ellison, Nikola. B. (2007). *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. *Journal of Computer Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Carr, Caleb. T., & Hayes, Rebecca. A. (2015). *Social Media: Defining, Developing, and Divining*. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46-65.
- Cohen-Almagor, R. (2013). *Internet History*. in *Moral, Ethical, and Social Dilemmas in the Age of Technology: Theories and Practice* (pp. 19-39). IGI Global.
- Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi (2020). *Bilgi Ve İletişim Güvenliği Rehberi*. https://cbddo.gov.tr/sharedfolderserver/genel/file/bg_rehber.pdf (Erişim Tarihi: 13.03.2022).
- Cumhurbaşkanlığı Genelgesi (2019). *2019/12 Sayılı Cumhurbaşkanlığı Bilgi ve İletişim Güvenliği Tedbirleri Genelgesi*, 05.07.2019, <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/cumhurbaskanligigenelgeri/20190706-12.pdf> (Erişim Tarihi: 13.03.2022).
- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı (2020). *Sosyal Medya Kullanım Kılavuzu*. <https://www.iletisim.gov.tr/uploads/docs/sosyalmedyakullanimkilavuzu.pdf> (Erişim Tarihi: 20.03.2022).
- Çelik, Kazım. & Tosun, Ali. (2019). *Okulların Kurumsal Sosyal Medya Hesaplarının İncelenmesi*. III. Uluslararası Öğretmen Eğitim ve Akreditasyon Kongresi, 30 Kasım-1 Aralık, 117-122.
- Çerçi, Ümmü Özlem, Canöz, Nilüfer & Canöz, Kadir (2020). *Covid 19 Krizi Döneminde Bilgilenme Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımı*. *Selçuk Üniversitesi SBE Dergisi*, 44, 184-198.
- Çetin, Muharrem & Toprak, Yunus Emre (2016). *Kriz İletişimi ve Sosyal Medya: Emisyon Krizinde Volkswagen'in Facebook Kullanımı*. *Selçuk İletişim Dergisi*, 9(3), 54-68.
- Digital 2022 Report, <https://datareportal.com/reports/digital-2022-turkey?rq=turkey>, (Erişim Tarihi: 15.03.2022).

- Dilaveroğlu, Arzu (2021). Kamu Yönetimi İçin Sosyal Medya Önerisi. Şen, M. L. (Ed). Sessiz Gemi İçinde (347-360). İstanbul: Marmara Belediye Birliği Kültür Yayınları.
- Dinçer, Serkan & Balaman, Fatih (2019). Sosyal Medyanın Öğretim Faaliyetlerinde Kullanılmasının Öğrenci, Öğretmen ve Veliler Açısından Değerlendirilmesi: Edmodo Örneği. Trakya Üniversitesi SBEDergisi, 21(2), 887-907.
- Eaton, Virginia J., Luse, Donna. W.& Hodge, Thomas. G. (2012). An Examination of Social Media Policy Usage of South Central United States' Universities. Journal of Academic Administration in Higher Education, 8(1), 33-41.
- Ekici, Murat. (2012). Sosyal Ağların Eğitim Bağlamında Kullanımı. Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 5(2), 156-167.
- Erdoğdu, Erdem & Kesim, Mehmet (2015). Ağ Günlüklerinin Kurumsal Düzeyde Kullanılması. Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi, 1(2), 8-23.
- Ergan, Saniye Nur & Ergan, Çağatay (2021). Sosyal Medyanın Eğitsel Kullanımı Üzerine Bir Örnek Olay Araştırması. Nitel Sosyal Bilimler, 3(1), 72-106.
- Gök Demir, Zuhale., Karakaya, Çiğdem & Erendağ Sümer, Fulya (2018). Sosyal Medya Üzerinden Kriz Yönetimi: Krize Yanıt Verme Stratejileri Üzerine Bir İnceleme. Akdeniz İletişim Dergisi, 30, 410-428.
- Gülaslan, Taylan (2018). Türkiye'de Sosyal Medya Politikaları ve Uygulama Durumunun Değerlendirilmesi. Baboğlu, C. & Akman, E. (Ed.), Kamu Politikası Analizi İçinde, Ankara: Gazi Kitabevi Yayınları, 193-226.
- Gülbahar, Yasemin, Kalelioğlu, Filiz., & Madran, Orçun. (2010). Sosyal Ağların Eğitim Amaçlı Kullanımı. XV. Türkiye'de İnternet Konferansı, 2(4), 128-137.
- Gürsoy Pakkan, B. & Topuz Savaş, A. (2021). Covid 19 Pandemisi Döneminde Kurumsal İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya: Özel Okulların Instagram Hesaplarına Yönelik İçerik Analizi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 9(2), 877-910.
- Hansen-Flaschen, L.&Parker, K. P. (2012). The Rise Of Social Government: An Advanced Guide and Review of Social Media's Role in Local Government Operations. Fels Institute Of Government, <https://www.fels.upenn.edu/news/rise-social-media-local-government> (Erişim Tarihi, 30.08.2017).
- Hiremath, B. K., & Kenchakkanavar, A. Y. (2016). An Alteration of the Web 1.0, Web 2.0 And Web 3.0: A Comparative Study. Imperial Journal of Interdisciplinary Research, 2(4), 705-710.
- Hrdinová, J., Helbig, N. & Peters, C. S. (2010). Designing Social Media Policy for Government: Eight Essential Elements. Centre for Technology in

- Government, https://www.ctg.albany.edu/media/pubs/pdfs/social_media_policy.pdf (Erişim tarihi: 12.04.2022).
- <https://www.etwinning.net/tr/pub/code-of-conduct.htm> (erişim tarihi: 18.03.2022).
- <https://bidb.itu.edu.tr/seyir-defteri/blog/2013/09/07/internetin-tarihcesi>, (erişim tarihi: 03/03/2022).
- <https://www.statista.com/> (erişim tarihi: 03/03/2022).
- Hudson, S. C., & Roberts, K. K. (2012). Drafting and Implementing an Effective Social Media Policy. *Texas Wesleyan Law Review*, 18(4), 767-796.
- Kane, G. C. (2017). The Evolutionary Implications of Social Media for Organizational Knowledge Management. *Information and Organization*, 27(1), 37-46.
- Karkın, Naci, Köseoğlu, Özer & Sobacı, Mehmet Zahid (2015). Social Media Policy in Turkish Municipalities: Disparity Between Awareness and Implementation. Nepal, S., Paris, C.&Georgakopoulos, D. (Ed.), *Social Media for Government Services*, Springer, 97-114.
- Kayış, Caner (2017). Sosyal Medya Kriz Yönetimi ve Karşılaştırmalı Örnek Olay İncelemesi. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 3(4), 131-160.
- Konuk, Nebiye, & Güntaş, Selime (2019). Sosyal Medya Kullanımı Eğitimi ve Bir Eğitim Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımı. *International Journal of Entrepreneurship And Management Inquiries*, 3(4), 1-25.
- Köseoğlu, Özer, & Tuncer, Aziz (2016). Designing Social Media Policy For Local Governments: Opportunities and Challenges. *Social Media And Local Governments*, 23-36.
- Majid, I., & Verma, S. (2018). Web 2.0 Technological Tools in Teaching and Learning. *International Journal of Education*, 10, 55-60.
- Mavnacıoğlu, Korhan. Kurumsal İletişimde Sosyal Medya Yönetimi (Kurumsal Blog Odaklı Bir Yaklaşım), (2018). Beta Yayınları, İstanbul.
- Manovich, L. (2002). *The Language of New Media*. MIT Press.
- Meb Genelgesi (2017/12). 14168703-10.06.02-E.2975829 Sayı ve 07.03.2017 Tarihli Genelge, MEB Hukuk Hizmetleri Genel Müdürlüğü, <http://mevzuat.meb.gov.tr/dosyalar/1833.pdf> (Erişim Tarihi: 05.03.2022).
- Meb Kılavuz (2021). MEB Kurumsal Sosyal Medya Kullanım Kılavuzu. https://basinmus.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/2021_04/12123508_sosyal_medya_kylavuzu.pdf, (Erişim Tarihi: 12.03.2022).
- Nzeaka, E. E. Ve Ehondor, B. A. (2020), The Imperative for a Separate Social Media Policy, *Journal of Management Policy and Practice*, 21(4), 128-135.

- O'connor, K. W., Schmidt, G. B.&Drouin, M. (2016). Suspended Because of Social Media? Students' Knowledge and Opinions of University Social Media Policies and Practices. *Computers in Human Behavior*, 65, 619-626.
- Özmen, Fatma, Aküzüm, Cemal., & Sünkür, Meltem (2012). Sosyal Ağ Sitelerinin Eğitsel Ortamlardaki İşlevselliği. *Education Sciences*, 7(2), 496-506.
- Özocak, Gürkan (2013). Sosyal Medyada İşlenen Suç Tipleri ve Suçluların Tespiti. <http://ozocak.com/dosyalar/a104b3.Pdf> (Erişim Tarihi: 12.04.2022).
- Öztürk, Mehmet Fatih, & Talas, Mustafa (2015). Sosyal Medya ve Eğitim Etkileşimi. *Zeitschrift Für Die Welt Der Türken/Journal of World of Turks*, 7(1), 101-120.
- Pasquini, L. A. & Evangelopoulos, N. (2017). Sociotechnical Stewardship in Higher Education: A Field Study of Social Media Policy Documents. *Journal of Computing in Higher Education*, 29, 218-239.
- Sobacı, Mehmet Zahid, Köseoğlu, Özer, & Karkın, Naci. (2015). Belediyelerde Sosyal Medya: Değişim İçin Yenilikçi Fırsatlar. Marmara Belediyeler Birliği Kültür Yayınları, İstanbul.
- Şahin, Münir (2017). Okulun Çevre Unsuru Olarak Sosyal Medyaya İlişkin Yönetici, Öğretmen ve Veli Görüşleri. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İnönü Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Malatya.
- Şahin, Münir & Üstüner, Mehmet (2018). Sosyal Medyaya İlişkin Okul Yöneticilerinin Görüşleri. İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Dergisi, 19(1), 335-355.
- Şahinsoy, Kübra (2017). Kriz Yönetimi Açısından Geleneksel ve Sosyal Medya. İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi, 9(4), 1-19.
- Türk Kütüphaneciler Derneği (2018). Kütüphaneler İçin Sosyal Medya Politikası. Sosyal Medya Politikaları Çalışma Grubu, İstanbul, <https://kutuphaneci.org.tr/wp-content/uploads/2018/03/...Ma-grubu.pdf>, (Erişim Tarihi: 18.03.2022).
- Uzun, Kadriye & Uluçay, Dilek Melike (2017). İş Ortamında Whatsapp Kullanımı ve Kesintiye Uğrama. *Selçuk İletişim*, 10(1), 216-231.