

T.C.  
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İŞLETME ANABİLİMDALI  
İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ BİLİM DALI



ÖZEL EĞİTİM-ÖĞRETİM KURUMLARINDA DERS ARACI OLARAK BLOG  
KULLANIMININ ÖĞRENCİNİN MOTİVASYONUNA ETKİSİ

Yüksek Lisans Tezi

EMİNE ÇAKIROĞLU

İstanbul, 2013

T.C.  
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İŞLETME ANABİLİMDALI  
İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ BİLİM DALI



ÖZEL EĞİTİM-ÖĞRETİM KURUMLARINDA DERS ARACI OLARAK BLOG  
KULLANIMININ ÖĞRENCİNİN MOTİVASYONUNA ETKİSİ

Yüksek Lisans Tezi

**EMİNE ÇAKIROĞLU**

Danışmanı  
**Prof. Dr. Alev KATRİNLİ**

İstanbul, 2013



T.C.  
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ

**Yüksek Lisans Tez Onay Belgesi**

Enstitümüz İşletme Anabilim Dalı, İnsan Kaynakları Yönetimi Yüksek Lisans Programı Y1012.030022 numaralı öğrencisi **Emine ÇAKIROĞLU** “Özel - Eğitim Öğretim Kurumlarında Ders Aracı Olarak Blog Kullanımının Öğrencinin Motivasyonuna Etkisi” adlı tez çalışması Enstitümüz Yönetim Kurulunun 08.02.2013 tarih ve 2013/06 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından *Emine Çakiroğlu* ile Tezli Yüksek Lisans tez olarak *Emine Çakiroğlu* edilmiştir.

Öğretim Üyesi Adı Soyadı

İmzası

Tez Savunma Tarihi : 01/03/2013

1)Tez Danışmanı : Prof. Dr. Alev KATRİNLİ

2) Jüri Üyesi : Prof. Dr. Akın MARŞAP

3) Jüri Üyesi : Doç. Dr. Gonca GÜNAY

*Alev Katrİnlİ*  
.....  
*Akın Marşap*  
.....  
*Gonca Günay*  
.....

Not: Öğrencinin Tez savunmasında **Başarılı** olması halinde bu form **imzalanacaktır**. Aksi halde geçersizdir.

## GENEL BİLGİLER

Adı ve Soyadı	: Emine ÇAKIROĞLU
Anabilim Dalı	: İşletme
Programı	: İnsan Kaynakları Yönetimi
Tez Danışmanı	: Prof. Dr. Alev KATRİNLİ
Tez Türü ve Tarihi	: Yüksek Lisans – Şubat 2013
Anahtar Kelimeler	: Türk Milli Eğitim Sistemi, Özel Eğitim-Öğretim Kurumları, Sosyal Medya, Eğitimde Weblog, Motivasyon

## ÖZET

Bilişim teknolojilerinin kullanımının yaygınlaşması eğitim ve öğretim süreçleriyle de bütünleştirilmesini kaçınılmaz bir hale getirmektedir. Bu bilişim teknolojilerinden olan bloglar da etkileşimli içerikleri ve eğitime sağladıkları faydalar açısından potansiyel öğrenme ortamları olarak görülmektedir.

Etkili bir öğrenme ve öğretme aracı olabilen blogların teknik bilgi gereksizinin oluşturulabilmeleri ve yapılan yorumlara anında cevap özelliğiyle sağladığı sosyal etkileşim imkanı eğitimde ders aracı olarak kullanımını gün geçtikçe arttırıcı bir etki yaratmaktadır.

Bu çalışma, ders aracı olarak blog kullanımının öğrencinin motivasyonuna etkisinin belirlenmesi amacıyla ortaya konulmuştur. Bu amaç doğrultusunda da özel bir eğitim-öğretim kurumundaki ilköğretim ikinci kademe öğrencilerine blog kullanımının motivasyonlarına etkisini ölçücü bir anket uygulanmıştır.

Araştırma beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde Türk eğitim sisteminin yapısı ve bu yapı içinde özel eğitim-öğretim kurumlarının yeri üzerinde durulurken ikinci bölümde, sosyal medya kavramı ile araçlarına değinilmiş yanı sıra sosyal medya araçlarının eğitimde kullanımı ile ilgili bilgi verilmiştir. Üçüncü bölümde, blog kavramı, eğitimde blog kullanımı ile eğitimde

blog kullanımının sağladığı avantajlardan söz edilmiş ve bu konuda yapılmış olan araştırmalardan da blog kullanımının faydalarını açıklamak üzere yararlanılmıştır. Dördüncü bölümde ise, motivasyon kavramı, önemi ve motivasyon kuramları ile eğitimde motivasyonun öneminden bahsedilmiş ek olarak blog kullanımı ile motivasyonun ilişkisini açıklayan araştırmalara yer verilmiştir. Son bölümde de, özel bir eğitim-öğretim kurumundaki öğrencilere uygulanan anket sonucu elde edilen verilerin yorumlanması amaçlanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Türk Milli Eğitim Sistemi, Özel Eğitim-Öğretim Kurumları, Sosyal Medya, Eğitimde Weblog, Motivasyon

## **GENERAL KNOWLEDGE**

Name And Surname : Emine ÇAKIROĞLU  
Department : Business Administration  
Program : Human Resources Management  
Thesis Advisor : Professor. Dr. Alev KATRİNLİ  
Thesis Type And Date : Master's Degree – February 2013  
Key Words : Turkish National Education System, Private Education- Training Institutions, Social Media, Weblog In Education, Motivation.

## **SUMMARY**

The widespread use of information technologies make the integration inevitable between information technologies and the teaching and learning processes. Blogs, which are from these information technologies, are seen as potential learning environments in terms of interactive content and the benefits they might provide for education.

Blogs have been shown to be effective learning and teaching tools which can be developed without any required technical knowledge or expertise. Such blogs provide the possibility of social interaction with the capability for instant response to any comments that are made. This element creates an enhancing effect that might be used daily as an effective tool for teaching in education.

This study is conducted for the purpose of determining the effect of using blogs as a tool on the motivation of students. For this purpose, a survey is initiated using second year students in private primary school to evaluate the effect of using blogs and the blog's impact on student motivation.

The research consists of five parts. In the first section, the structure of the Turkish educational system and the importance of private education and training institutions are analyzed. In the second part, the concept of social media and social media tools are addressed, as well as information related to

the use of social media tools in education. In the third part, the concept of the blog, using blogs in education, and the advantage of using blogs in education are analyzed. Information garnered through benefit of research in this subject draws a correlation to success and the use of blogs. In the fourth part, it was mentioned about the concept of motivation the importance of motivation, motivation theories and the importance of motivation in education. Additionally it was also mentioned about the researches explaining the relationship between the motivation and using blog in the education. In the last section, the goal is to interpret the results of the applied survey data as it relates to students in private education and training institutions.

**Key words:** Turkish National Education System, Private Education-Training Institutions, Social Media, Weblog In Education, Motivation.

*Anneme ve Babama,*



## ÖNSÖZ

Yüksek lisans öğrenimim süresince eğitim aldığım tüm değerli hocalarıma verdikleri emek ve gösterdikleri ilgiden dolayı ayrı ayrı teşekkür ederim.

Tez çalışmam boyunca değerli görüş ve önerilerini esirgemeyen, her daim sıcak ilgisini hissettiren ve bana destek veren sevgili danışmanım Sayın Prof. Dr. Alev KATRİNLİ'ye katkılarından dolayı saygılarımı ve teşekkürlerimi sunarım.

Gerek akademik anlamda gerekse de değerli bir dost olarak, tezimin başından sonuna değin esirgemediği bilgi paylaşımından, tüm sıkıntılı anlarımda sunduğu koşulsuz destekten, sonsuz sabır ve anlayışından ayrıca özverili tutumundan ötürü, çok aziz ve değerli hocam Sayın Yrd. Doç Dr. Mustafa OTRAR'a minnet ve şükran duygularıyla birlikte en içten teşekkürlerimi sunmayı bir borç bilirim.

Çalışmalarım esnasındaki işbirlikçi ve özverili katkılarından dolayı değerli ailemin üyelerinden abilerim ile ablama çok teşekkür ederim.

Hayatımın başlangıcından bugüne değin desteklerini ve sevgilerini hiç eksik etmeyen, hep yol gösteren, hiçbir koşulda maddi ve manevi katkılarını esirgemeyip yanımda olan çok değerli anne ve babama, varlıklarından ötürü sonsuz teşekkür ederim.

İstanbul, 2013

Emine ÇAKIROĞLU

## İÇİNDEKİLER

ÖZET .....	iii
SUMMARY .....	v
ÖNSÖZ .....	viii
KISALTMALAR .....	xvi
TABLolar .....	xix
ŞEKİLLER.....	xxi
1. GİRİŞ.....	1
2. EĞİTİM VE ÖĞRETİM KAVRAMI VE İŞLEVLERİ .....	4
2.1 EĞİTİM VE ÖĞRETİM KAVRAMLARININ TANIMLANMASI .....	4
2.2 EĞİTİMİN AMACI VE ÖNEMİ .....	5
2.2.1 Genel Amaçlar .....	6
2.2.2 Özel Amaçlar.....	7
2.3 EĞİTİMİN NİTELİKLERİ.....	11
2.4 EĞİTİMİN TÜRLERİ.....	12
2.4.1 Formal Eğitim.....	12
2.4.2 İnfomal Eğitim .....	12
2.5 EĞİTİMİN İŞLEVLERİ .....	13
2.5.1 Eğitimin Toplumsal İşlevi.....	13
2.5.2 Eğitimin Politik-Siyasal İşlevi .....	14
2.5.3 Eğitimin Ekonomik İşlevi.....	14
2.5.4 Eğitimin Bireysel İşlevi.....	15
3. TÜRK MİLLİ EĞİTİM SİSTEMİNİN YAPISI VE ÖZEL EĞİTİM- ÖĞRETİM KURUMLARI .....	16
3.1 ÖRGÜN EĞİTİM.....	19
3.1.1 Okul Öncesi Eğitim.....	19
3.1.2 İlköğretim .....	20
3.1.3 Ortaöğretim .....	21
3.1.4 Yükseköğretim .....	22
3.2 YAYGIN EĞİTİM VE AMAÇLARI.....	24

3.3	ÖZEL EĞİTİM- ÖĞRETİM KURUMLARI.....	26
3.3.1	Özel Eğitim-Öğretim Kurumlarının Açılması .....	26
3.3.2	Özel Eğitim- Öğretim Kurumlarının Türleri .....	27
3.3.2.1	Özel Okullar.....	28
3.3.2.1.1.	Özel Okulların Amaçları.....	28
3.3.2.1.2.	Özel Okul Türleri.....	30
3.3.2.1.3.	Özel Okulların Yararları ve Zararları.....	31
3.3.2.2	Özel Dershaneler.....	33
3.3.2.3	Özel Motorlu Taşıt Sürücüleri Kursu .....	33
3.3.2.4	Özel Kurslar.....	33
3.3.2.5	Özel Öğrenci Etüt Eğitim Merkezleri .....	34
3.3.2.6	Hizmet içi Eğitim Merkezleri.....	34
3.3.2.7	Uzaktan Öğretim Kurumları .....	34
3.3.2.8	Özel Eğitim ve Rehabilitasyon Merkezleri .....	35
4.	SOSYAL MEDYA KAVRAMI, ARAÇLARI VE EĞİTİM ALANINDA KULLANIMI.....	36
4.1	SOSYAL MEDYA KAVRAMI VE TANIMI .....	36
4.2	SOSYAL MEDYANIN ÖNEMİ VE ÖZELLİKLERİ .....	37
4.3	SOSYAL MEDYANIN GELİŞİMİ VE TEKNİK YÖNÜ .....	39
4.3.1	Web 1.0 - Web 2.0 - Web 3.0 (Semantic Web) ve Web 4.0 Kavramları..	41
4.3.1.1	Web 1.0 ile Web 2.0 Karşılaştırılması .....	47
4.3.1.2	Web 2.0 ile Web 3.0 Karşılaştırılması .....	49
4.4	SOSYAL MEDYA ARAÇLARI (WEB 2.0 UYGULAMALARI) .....	51
4.4.1	Bloglar (Weblog, Çevrimiçi Günlükler, Ağ Günlüğü ).....	54
4.4.2	Mikrobloglar (Twitter) .....	54
4.4.3	Wikiler (Wikipedia).....	57
4.4.4	Sosyal Paylaşım (Ağ) Siteleri (Facebook).....	60
4.4.5	Sosyal İmleme (Etiketleme) Siteleri (Del.icio.us).....	64
4.4.6	Medya Paylaşım (İçerik) Siteleri (Youtube, Flickr) .....	67
4.4.7	Podcasting.....	71
4.4.8	Sanal Dünyalar (Second Life) .....	73
4.4.9	Sosyal Haber Siteleri (Digg) .....	76

4.4.10	RSS .....	78
4.5	SOSYAL MEDYANIN KULLANIM ALANLARI .....	80
4.5.1	Sosyal Medyanın (Web 2.0) Eğitimde Kullanımı ve Faydaları .....	80
4.5.1.1	Wikilerin Eğitim Alanında Kullanımı .....	86
4.5.1.2	Podcastlerin Eğitim Alanında Kullanımı .....	89
4.5.1.3	RSS'in Eğitim Alanında Kullanımı .....	92
4.5.1.4	Sosyal Paylaşım (Ağ) Sitelerinin Eğitim Alanında Kullanımı .....	93
4.5.1.5	Mikroblogların Eğitim Alanında Kullanımı .....	97
4.5.1.6	Medya Paylaşım Sitelerinin Eğitim Alanında Kullanımı .....	99
4.5.1.7	Sosyal İmlleme Sitelerinin Eğitim Alanında Kullanımı .....	104
4.5.1.8	Sanal Dünyaların Eğitim Alanında Kullanımı .....	105
4.5.1.9	Blogların Eğitim Alanında Kullanımı .....	106
4.5.2	Web 3.0 Eğitim Alanında Kullanımı .....	106
4.6	SOSYAL MEDYA KULLANIMININ YARARLARI VE ZARARLARI .....	108
5.	WEBLOG KAVRAMI VE EĞİTİMDE WEBLOG KULLANIMI .....	114
5.1	WEBLOG KAVRAMI VE TANIMI .....	114
5.2	WEBLOG'UN TARİHÇESİ .....	116
5.3	WEBLOGLARIN TEMEL ÖZELLİKLERİ .....	118
5.4	WEBLOG TERİMLERİ VE WEBLOG OLUŞTURMA AŞAMALARI .....	123
5.5	WEBLOG TÜRLERİ .....	127
5.5.1	Kullanım Amaçlarına Göre Webloglar .....	127
5.5.1.1	Kişisel Webloglar .....	127
5.5.1.2	Topluluk Weblogları .....	128
5.5.1.3	Basın Yayın Weblogları .....	128
5.5.1.4	Fake (Sahte) Webloglar (Flogs) .....	129
5.5.1.5	Temasal Webloglar .....	130
5.5.1.6	Proje Yönetimi Weblogları .....	130
5.5.1.7	Kütüphane Weblogları .....	130
5.5.1.8	Kurumsal Webloglar .....	131
5.5.1.9	Eğitim Weblogları .....	133
5.5.2	İçeriğin Oluşturulma Şekline Göre Webloglar .....	133

5.5.2.1	Filtreleme Özellikli Webloglar .....	134
5.5.2.2	Dergi Tipi Webloglar .....	134
5.5.3	İçerdiği Medya Türüne Göre Webloglar .....	134
5.5.3.1	Mobil Webloglar (Moblog) .....	135
5.5.3.2	Metin Weblogları .....	135
5.5.3.3	Ses Weblogları (Audioblog) .....	135
5.5.3.4	Fotoğraf Weblogları (Fotoblog) .....	136
5.5.3.5	Video Weblogları (Vlog) .....	136
5.6	WEBLOGLARIN KULLANIM ALANLARI .....	137
5.6.1	Pazarlama Aracı Olarak Webloglar .....	137
5.6.2	İletişim Aracı Olarak Webloglar .....	138
5.6.3	Basın-Yayın ve Gazetecilik Aracı Olarak Webloglar .....	141
5.6.4	Halkla İlişkiler Aracı Olarak Webloglar .....	145
5.6.5	Eğitim Aracı Olarak Webloglar .....	148
5.7	EĞİTİMDE WEBLOG KULLANIMI VE BİÇİMLERİ .....	149
5.7.1	Çevrimiçi Dosyalama Platformu .....	150
5.7.2	İşbirlikli Öğrenme Alanları .....	151
5.7.3	Çevrimiçi Tartışma .....	152
5.7.4	Profesyonel Gelişim .....	152
5.7.5	Okul Web Sitesi .....	153
5.7.6	Kütüphane Portalı .....	153
5.7.7	Bilgi Yönetimi .....	154
5.8	EĞİTİMDE WEBLOG KULLANIMININ AVANTAJLARI .....	154
5.9	EĞİTİMDE WEBLOG KULLANIMININ DEZAVANTAJLARI .....	157
5.10	EĞİTİMDE WEBLOG KULLANIMIYLA İLGİLİ ARAŞTIRMALAR .....	158
6.	MOTİVASYON KAVRAMI, KURAMLARI VE EĞİTİMDE MOTİVASYON .....	166
6.1	MOTİVASYON KAVRAMI VE TANIMI .....	166
6.2	MOTİVASYONUN ÖNEMİ VE ÖZELLİKLERİ .....	167
6.3	MOTİVASYON TÜRLERİ .....	169
6.3.1	İç Motivler .....	169
6.3.2	Fizyolojik Motivler .....	170

6.3.3	Sosyal Motivler .....	170
6.3.4	Psikolojik Motivler .....	171
6.4	MOTİVASYON SÜRECİ .....	171
6.5	MOTİVASYON KURAMLARI (TEORİLERİ).....	173
6.5.1	Kapsam (İçerik) Kuramları .....	173
6.5.1.1	Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı .....	174
6.5.1.2	Herzberg'in Çift Faktör Kuramı .....	177
6.5.1.3	McClelland'ın Başarma İhtiyacı Kuramı .....	178
6.5.1.4	Alderfer'in Erg Kuramı .....	179
6.5.2	Süreç Kuramları .....	180
6.5.2.1	Vroom'un Beklenti Kuramı .....	181
6.5.2.2	Lawler-Porter'in Beklenti Kuramı .....	183
6.5.2.3	Adams'ın Eşitlik Kuramı .....	185
6.5.2.4	Locke'in Amaç Kuramı .....	186
6.5.2.5	Skinner'in Pekiştirme Kuramı .....	188
6.6	EĞİTİMDE MOTİVASYON VE ÖNEMİ .....	189
6.7	WEBLOG KULLANIMI İLE MOTİVASYONUN İLİŞKİSİ.....	191
6.8	WEBLOG KULLANIMI İLE MOTİVASYONUN İLİŞKİSİNE YÖNELİK ARAŞTIRMALAR .....	195
7.	ARAŞTIRMANIN YÖNTEM VE BULGULARI .....	199
7.1	ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ.....	199
7.2	ARAŞTIRMANIN AMACI.....	200
7.3	ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ .....	200
7.4	ARAŞTIRMANIN KAPSAMI.....	201
7.5	ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI .....	202
7.6	ARAŞTIRMANIN TANIMLARI .....	202
7.7	ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ .....	203
7.8	ARAŞTIRMADA KULLANILAN YÖNTEM .....	205
7.8.1	Veri Toplama Yöntemi .....	205
7.8.2	Veri Toplama Aracı .....	205
7.9	ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ .....	206
7.10	VERİLERİN ANALİZİ .....	206

7.10.1	Araştırmanın Geçerlik ve Güvenirliği.....	207
7.11	ARAŞTIRMANIN BULGULARI.....	208
7.11.1	Örneklem Grubundaki Öğrencilerin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular	209
7.11.1.1	Cinsiyet Dağılımı .....	209
7.11.1.2	Yaş Dağılımı.....	209
7.11.1.3	Sınıf Dağılımı .....	210
7.11.1.4	Bilgisayar Sahibi Olma Dağılımı.....	210
7.11.1.5	İnternet Bağlantısına Sahip Olma Dağılımı .....	211
7.11.1.6	Derslere Göre Blog Kullanma Sıklığı Dağılımı.....	211
7.11.1.7	Daha Önce Bir Blogda Yorum Yapılmasına İlişkin Dağılım .....	212
7.11.1.8	Blogun Ders Aracı Olarak Kullanılması Gerekliliğine İlişkin Dağılım ... ..	213
7.11.1.9	Blogların Sosyal Bilimler Derslerini Verimli Hale Getirip Getirmediğine İlişkin Dağılım .....	213
7.11.1.10	Blogların Fen Bilimleri Derslerini Verimli Hale Getirip Getirmediğine İlişkin Dağılım.....	214
7.11.1.11	Blogların Dil Bilimleri Derslerini Verimli Hale Getirip Getirmediğine İlişkin Dağılım.....	214
7.11.1.12	Blogların Bilgisayarla İlgili Dersleri Verimli Hale Getirip Getirmediğine İlişkin Dağılım.....	215
7.11.1.13	Blogların Bütün Dersleri Verimli Hale Getirip Getirmediğine İlişkin Dağılım .....	216
7.11.2	Ölçeğin Hipotezlerine Yönelik Bulgular.....	216
7.11.2.1	Birinci Hipotez .....	216
7.11.2.2	İkinci Hipotez.....	217
7.11.2.3	Üçüncü Hipotez .....	218
7.11.2.4	Dördüncü Hipotez.....	219
7.11.2.5	Beşinci Hipotez .....	220
7.11.2.6	Altıncı Hipotez .....	221
7.11.2.7	Yedinci Hipotez .....	222
7.11.2.8	Sekizinci Hipotez .....	223
7.11.2.9	Dokuzuncu Hipotez .....	224

7.11.2.10	Onuncu Hipotez .....	225
7.11.2.11	Onbirinci Hipotez.....	226
7.11.2.12	Onikinci Hipotez .....	227
7.11.2.13	Onüçüncü Hipotez .....	228
7.11.2.14	Ondördüncü Hipotez .....	229
7.11.2.15	Onbeşinci Hipotez.....	230
8.	SONUÇ VE ÖNERİLER.....	232
8.1	ÖNERİLER.....	236
8.1.1	Uygulayıcılara Yönelik Öneriler.....	236
8.1.2	Araştırmacılara Yönelik Öneriler .....	238
	EKLER.....	259



## KISALTMALAR

<b>ABD</b>	: Amerika Birleşik Devletleri
<b>AJAX</b>	: Asynchronous JavaScript And XML (Eşzamanlı Olmayan JavaScript ve XML)
<b>ARPA-NET</b>	: Advanced Research Project Agency Network (Gelişmiş Araştırma Projeleri Dairesi Ağı)
<b>CBS</b>	: Columbia Broadcasting System (Amerikan Televizyon ve Radyo Kuruluşu)
<b>Çev.</b>	: Çeviren
<b>CC</b>	: Creative Commons (Telif Hakları Alanında Kurulmuş Kar Amacı Gütmeyen Bir Kuruluş)
<b>CEO</b>	: Chief Executive Officer (Genel Müdür)
<b>CERN</b>	: Avrupa Nükleer Araştırma Merkezi
<b>CNN</b>	: Cable News Network (Amerikan Haber Kanalı)
<b>Der.</b>	: Derleyen
<b>Ed.</b>	: Edite eden
<b>EDU</b>	: Üniversitelerin ve Eğitim Kurumlarının İnternet Uzantısı
<b>GPRS</b>	: General Package Radio Service (Cep Telefonu Teknolojisi)
<b>HTML</b>	: Hyper Text Markup Language (Zengin Metin İşaret Dili)
<b>IBM</b>	: International Business Machines (Uluslararası İş Makineleri)
<b>İTÜ</b>	: İstanbul Teknik Üniversitesi

<b>M.E.T.K.</b>	: Milli Eğitim Temel Kanunu
<b>MEB</b>	: Milli Eğitim Bakanlığı
<b>MP3-MPEG-1 Audio Layer III</b>	: Motion Pictures Experts Group (Film Uzmanlar Grubu Ses Katmanı)
<b>ODTÜ</b>	: Ortadoğu Teknik Üniversitesi
<b>ÖÖKK</b>	: Özel Öğretim Kurumları Kanunu
<b>PC</b>	: Personal Computer (Kişisel Bilgisayar)
<b>RDF</b>	: Resource Description Framework (Kaynak Tanımlama Çerçevesi)
<b>RSS</b>	: Really Simple Syndication (Çok Basit Besleme)
<b>SMS</b>	: Short Message Service (Kısa Mesaj Hizmeti)
<b>SPSS</b>	: Statistical Package For The Social Sciences (Sosyal Bilimler İstatistik Paketi)
<b>T.C</b>	: Türkiye Cumhuriyeti
<b>TTNET</b>	: Türk Telekomünikasyon A.Ş. İnternet Hizmeti
<b>TURNET</b>	: Türkiye İnternet Hizmeti
<b>ULAKNET</b>	: Ulusal Akademik Ağ
<b>URL</b>	: Uniform Resource Locator (Tekdüzen Kaynak Bulucu)
<b>Vb</b>	: Ve benzeri
<b>Vd</b>	: Ve diğerleri
<b>WOMM</b>	: Word Of Mouth Marketing
<b>WWW</b>	: World Wide Web

**XML** : Extensible Markup Language (Genişletilebilir İşaretleme Dili)

## TABLolar

Tablo 1 Web 2.0 Algılamasında Öne Çıkanlar .....	48
Tablo 2 Web 2.0 ile Web 3.0 Karşılaştırması .....	51
Tablo 3 Halkla İlişkilerin Temel Nitelikleri İle Blogların Ortak Yönleri .....	147
Tablo 4 Araştırmada Kullanılan Ölçeğin Güvenirlik Katsayısı.....	208
Tablo 5 Cinsiyet Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri .....	209
Tablo 6 Yaş Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	209
Tablo 7 Sınıf Düzeyi İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	210
Tablo 8 Bilgisayar Sahibi Olma İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	210
Tablo 9 İnternet Bağlantısına Sahip Olma İçin Frekans ve Yüzde Değerleri ...	211
Tablo 10 Derslere Göre Blog Kullanma Sıklığı İçin Frekans ve Yüzde Değerleri .....	211
Tablo 11 Daha Önce Bir Blogda Yorum Yapılmasına İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri .....	212
Tablo 12 Blogun Ders Aracı Olarak Kullanılması Gerekliliğine İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri .....	213
Tablo 13 Blogların Sosyal Bilimler (Tarih, Coğrafya v.b.) Derslerini Verimli Hale Getirip Getirmediğine İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri .....	213
Tablo 14 Blogların Fen Bilimleri (Fizik, Kimya v.b.) Derslerini Verimli Hale Getirip Getirmediğine İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri .....	214
Tablo 15 Blogların Dil Bilimleri (Türkçe, İngilizce v.b.) Derslerini Verimli Hale Getirip Getirmediğine İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri .....	215
Tablo 16 Blogların Bilgisayarla İlgili Dersleri Verimli Hale Getirip Getirmediğine İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri .....	215
Tablo 17 Blogların Bütün Dersleri Verimli Hale Getirip Getirmediğine İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri .....	216
Tablo 18 Blog Kullanımına İlişkin Motivasyon Ölçeği Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t- Testi Sonuçları.....	217
Tablo 19 Blog Kullanımına İlişkin Motivasyon Ölçeği Puanlarının Yaş Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis H Testi Sonuçları.....	217
Tablo 20 Blog Kullanımına İlişkin Motivasyon Ölçeği Puanlarının Sınıf Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis H Testi Sonuçları.....	218
Tablo 21 Blog Kullanımına İlişkin Motivasyon Ölçeği Puanlarının Kendi Bilgisayarının Olup Olmaması Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t- Testi Sonuçları .....	220

Tablo 22 Blog Kullanımına İlişkin Motivasyon Ölçeği Puanlarının İnternet Bağlantısı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Mann Whitney-U Testi Sonuçları .....	221
Tablo 23 Blog Kullanımına İlişkin Motivasyon Ölçeği Puanlarının İnternet Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis H Testi Sonuçları .....	222
Tablo 24 Blog Kullanımına İlişkin Motivasyon Ölçeği Puanlarının Derslerinde Blog Kullanıp Kullanmadığı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t- Testi Sonuçları .....	223
Tablo 25 Blog Kullanımına İlişkin Motivasyon Ölçeği Puanlarının Blog Kullandığı Dersler Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis H Testi Sonuçları .....	224
Tablo 26 Blog Kullanımına İlişkin Motivasyon Ölçeği Puanlarının Daha Önce Hiç Bir Blogta Yorum Yapıp Yapmadığı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis H Testi Sonuçları	225
Tablo 27 Blog Kullanımına İlişkin Motivasyon Ölçeği Puanlarının Blogların Ders Aracı Olarak Kullanılması Konusundaki Görüşü Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t-Testi Sonuçları	226
Tablo 28 Blog Kullanımına İlişkin Motivasyon Ölçeği Puanlarının Blogların Sosyal Bilimler Derslerinin Verimliliğine Etkisi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t- Testi Sonuçları .....	227
Tablo 29 Blog Kullanımına İlişkin Motivasyon Ölçeği Puanlarının Blogların Fen Bilimleri Derslerinin Verimliliğine Etkisi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t- Testi Sonuçları .....	228
Tablo 30 Blog Kullanımına İlişkin Motivasyon Ölçeği Puanlarının Blogların Dil Bilimleri Derslerinin Verimliliğine Etkisi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t- Testi Sonuçları .....	229
Tablo 31 Blog Kullanımına İlişkin Motivasyon Ölçeği Puanlarının Blogların Bilgisayar Derslerinin Verimliliğine Etkisi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t- Testi Sonuçları .....	230
Tablo 32 Blog Kullanımına İlişkin Motivasyon Ölçeği Puanlarının Blogların Tüm Derslerin Verimliliğine Etkisi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t- Testi Sonuçları .....	231

## ŞEKİLLER

Şekil 1 What Happens in an Internet Minute? .....	40
Şekil 2 Web Teknolojilerinin Gelişim Süreci.....	41
Şekil 3 Web 1.0 İle Web 2.0 Arasındaki İletişim Farkı.....	47
Şekil 4 Web'in Gelişim Süreci.....	50
Şekil 5 Sosyal Medya Araçları.....	53
Şekil 6 Facebook 2012 İstatistikleri .....	64
Şekil 7 Web 2.0 Araçlarının Kullanım Alanlarına Göre Sınıflandırılması .....	86
Şekil 8 Blogların Özellikleri .....	119
Şekil 9 Nasıl Blog Kurabilirim? .....	124
Şekil 10 Blog Oluşturma Aşamaları.....	125
Şekil 11 Örnek Blog Sayfası .....	126
Şekil 12 Öğrenme ve Öğretme Aracı Olarak Blog .....	164
Şekil 13 Motivasyon Süreci.....	172
Şekil 14 Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi.....	175
Şekil 15 Adams Eşitlik Kuramı .....	186

## 1. GİRİŞ

İnternet teknolojileri sürekli gelişim göstererek toplumsal yaşamın her alanında olduğu gibi öğrenme ve öğretme süreçlerinde de kullanılmaktadır. Öğretmenlerin öğretme, öğrencilerin ise öğrenme şekillerini değiştiren internet, öğretmenleri geleneksel öğretici rolünden öğrenmeyi kolaylaştırıcı role geçirmiş öğrencileri ise, öğrenme sürecinin sorumluluğunu taşıyan, bu süreçle ilgili kararlar alan ve öğrenme esnasında zihinlerini kullanmalarını sağlayıcı bir sürece sokmuştur (Bodur, 2010:1).

İnternet dolayısıyla da sosyal medya (Web 2.0) araçları özellikleri açısından alternatif bir öğretim ortamı olarak aynı zamanda da geleneksel eğitim yöntemlerini destekleyici nitelikte kullanılabilir. İnternet aracılığıyla uzaktan eğitim yaygınlaşmış ve geleneksel sınıflarda elektronik unsurların kullanımı artarak etkileşim önem kazanmıştır. Bunun sonucunda öğrenci-öğretmen ve öğrenci-öğrenci etkileşimini sağlayan Web 2.0 araçlarına ihtiyaç duyulmuştur. Web 2.0 araçları sınıf ortamında kişisel yapılan ya da işbirlikli çalışmaları zaman, mekan açısından olumlu etkileyen aynı zamanda da sınıf yapısını destekleyen araçlardır (Avcı, 2009:1).

Öğretmen ve öğrencilerin bilgiyi sınıf dışında da paylaşabildikleri, kullanıcıların aktif katılımlarının olduğu ve içerik oluşturabildikleri bir dizi uygulamayı anlatan Web 2.0 araçları öğretmen ve öğrencilerin sosyal etkileşim içinde teknik zorluk yaşamadan içerik oluşturabilmelerine ve var olan içeriğin çeşitlendirilmesine de yardımcı olmaktadır (Elmas ve Geban, 2012:247). Dolayısıyla Web 2.0 gibi web tabanlı eğitim sistemleri sayesinde öğrenme ortamları çeşitlenmiş, gelişmiş ve öğrenme daha da kolay bir hal almıştır.

Web aracılığıyla gerçekleştirilen çevrimiçi öğrenme (online learning) etkinlikleri, eşzamanlı öğrenme (synchronous learning) ve eşzamansız öğrenme (asynchronous learning) şeklinde olabilmektedir. Eşzamanlı öğrenme, öğretmen ve öğrencinin fiziksel olarak farklı ortamlarda bulunduğu fakat etkileşimin eşzamanlı olduğu bir türdür. Sohbet, sesli görüntü ve konferans araçları bu tür öğrenme ortamlarındandır. Eşzamansız öğrenme

ise, öğretmen ve öğrencinin fiziksel olarak farklı ortamlarda bulunduğu ancak etkileşimin farklı zaman dilimlerinde yani eşzamansız gerçekleştiği öğrenmedir. E-posta ve tartışma listeleri de bu öğrenme ortamlarına örnek teşkil etmektedir. Çevrimiçi öğrenmede öğrenci, “katılımcı” öğretmen ise, “moderatör” (kolaylaştırıcı), “danışman” ya da “öğretici” biçimindedir. (Demirel, 2010:8,9).

Çevrimiçi eğitim, ortaöğretim ve yükseköğretimde gitgide yaygınlaşmakta ve çevrimiçi dersler öğretim amaçlı etkileşim kurmanın ve bilgi edinmenin temel kaynağı durumuna gelmeye başlamıştır. Aktif öğrenme ortamı olan bloglar da öğretmenlere öğrenmeyi sınıf duvarlarından çıkarma ve öğrenciyi sürece aktif dahil etme şansı tanıyan çevrimiçi Web 2.0 araçlarındandır.

Kolay kullanım özelliğine sahip olan bloglar eğitim alanında da pek çok yönden esneklik sağladığı, teknik bilgi gerektirmediği ve içeriğin bireyselleştirilmesine olanak tanıdığından çeşitli eğitim kademelerindeki öğrencilerin eğitiminde kullanıma uygun araçlar olarak görülmektedir (Bayrak ve Koçak Usluel, 2011:94). Öğretme-öğrenme ortamlarında etkileşimi ve sosyal süreçleri destekleyen bloglar, bir konu hakkında hızlı ve kolay yorum yapabilmeyi ve paylaşabilmeyi sağlayan web siteleri olarak bilinen, ücretsiz ya da az bir ücretle sahip olunabilen, kullanıcılar açısından web okuryazarlığı gerektirmeyen son teknoloji internet araçlarındandır ve pek çok eşsiz aynı zamanda güçlü özelliği içinde barındırmaktadır. Bu özellikleri nedeniyle eğitim araçları olarak internetin olduğu her yerde kullanılabilen bloglar, tüm eğitim-öğretim etkinliklerinde öğretmen, öğrenci ve yöneticiler tarafından rahatlıkla kullanılabilir. Böylelikle, öğrenciler öğrenme sürecine aktif olarak katılabilmekte bireysel ya da işbirlikçi çalışmalarını her zaman her yerden kolaylıkla yapabilmektedir.

Eğitimde ders aracı olarak bloglar, öğrencilerin aktif olmasına, geri bildirim almasına, grup çalışması yapmasına, esnek öğrenmeye ve kolay kullanım özelliğiyle de öğrenmeyi çekici kılmaya olanak sağladığı için öğrencilerde olumlu kanaatler oluşturmakta ve motivasyonlarını yükseltmektedir. Bloglar aracılığıyla derslerin monoton bir şekilde



yapılmasının önüne geçilebilmesi ve ilginin arttırılmasıyla da öğrencinin öğrenme isteğinde ve motivasyonunda artış sağlanabilmektedir. Bloglar, bilginin yapılandırılabilmesi, paylaşım yoluyla öğrenmeye destek olma ve etkili öğretim etkinliklerine olanak sağlama özellikleriyle de öğrenmeye karşı öğrencilerin motivasyonunun dolayısıyla başarısının artmasına neden olmaktadır. Bu sebeple, blogların eğitim aracı olarak kullanılması sonucu oluşan olumlu ve olumsuz etkiler çeşitli araştırmalara konu edilmiştir. Aynı şekilde bu çalışmada da amaç, ders aracı olarak blog kullanımının öğrencilerin motivasyonlarına olan etkisini araştırmaktır. Bu çerçevede, araştırma beş bölümden oluşturulmuştur.

Araştırmanın birinci bölümünde, eğitim-öğretim kavramları, eğitimin amacı, önemi ve işlevleri ile Türk eğitim sisteminin yapısı, eğitim sistemi içinde özel öğretim kurumlarının amaçları ve türleri incelenmektedir.

İkinci bölümde, sosyal medya kavramının tanımı, önemi açıklanmakta ayrıca sosyal medyanın gelişim süreci ile en bilinen sosyal medya araçları hakkında bilgi verilerek kullanım alanları açıklanmaya çalışılmaktadır. Ayrıca sosyal medya araçlarının eğitimde kullanımı ve eğitimde sağladığı yarar ve zararlara değinilmekte sosyal medya kavramının diğer bütün alanlarda olduğu gibi eğitim alanında da kullanılabilirliği üzerinde durulmaktadır.

Üçüncü bölümde, blog kavramı, tanımı, tarihçesi, özellikleri, türleri ve kullanım alanları ayrıntılı olarak irdelenmektedir. İlave olarak tezin konusu olan eğitimde blogların kullanım biçimleri, eğitime sağladığı yarar ve zararlar ve bu konuda yapılmış mevcut araştırmalar ile sonuçlarından bahsedilmektedir.

Dördüncü bölümde, motivasyon kavramı, önemi, temel motivasyon kuramları ile eğitimde motivasyon üzerinde durulmakta ve blog kullanımının motivasyonla ilişkisini açıklayan araştırmalara değinilmektedir.

Beşinci bölümde ise, araştırmanın problemi, amacı, önemi, sınırlılıkları, evreni ile verilerin SPSS programıyla analiz edilmiş bulguları yer almaktadır. Elde edilen bu bulgular ışığında da sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

## 2. EĞİTİM VE ÖĞRETİM KAVRAMI VE İŞLEVLERİ

### 2.1 EĞİTİM VE ÖĞRETİM KAVRAMLARININ TANIMLANMASI

Etimolojik açıdan incelendiğinde eğitim sözcüğü İngilizce ve diğer Avrupa dillerinde “education\educazione” olarak adlandırılırken semantik açıdan Latince “educare” fiilinden türemiştir ve inşa etmek, ayağa kaldırmak, dikmek anlamına gelmektedir (<http://tr.wikipedia.org/wiki/E%C4%9Fitim>)

Erişim Tarihi: 09.10.12

Türk Dil Kurumu sözlüğünde eğitim;

1. Belli bir bilim dalı veya sanat kolunda yetiştirme, geliştirme ve eğitime işi.

2. Çocukların ve gençlerin toplum yaşayışında yerlerini almaları için gerekli bilgi, beceri ve anlayışları elde etmelerine, kişiliklerini geliştirmelerine yardım etme, terbiye (<http://www.turkcebilgi.com/sozluk/e%C4%9Fitim>)

Erişim Tarihi: 09.10.12 şeklinde tanımlanmaktadır.

Ekonomik büyüme ve kalkınmanın temeli olan eğitim, Özkale (1999:12)'e göre; “bireyin yetenek, beceri, bilgi, tutum ve davranışlarını belli bir amaca göre her mekanda ve yaşam boyu kullanma geliştirme süreç ve işlevi” olarak ifade edilmektedir.

En çok kabul gören tanımıyla ise eğitim; bireyin davranışlarında, kendi yaşantısı yoluyla kasıtlı olarak istendik değişme meydana getirme sürecidir (Ateş, 1995:1).

İnsanoğlu, varlıklar hakkındaki bilgisinin çoğunu öğretim yoluyla kazandığı için öğretim, kişilere, varlıkların, varolanların bilgisini kazandırma yahut edindirme faaliyeti ([http://egitimbilgisi.tr.gg/ogretim\\_nedir.htm](http://egitimbilgisi.tr.gg/ogretim_nedir.htm)) Erişim Tarihi: 09.10.12 şeklinde açıklanmaktadır.

Diğer bir ifadeyle öğretim, öğrenmeyi kolaylaştıracak etkinlikleri düzenleme, gerekli araç ve gereçleri sağlama ve rehberlikte bulunma eylemi olarak açıklanmaktadır ([http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.50744b14c89d61.91814914](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.50744b14c89d61.91814914)) Erişim Tarihi:

05.10.2012.

Öğretim, karmaşık bir yapı içerdği için tam olarak kavranamayan olgular arasında sayılmakta ve sıklıkla eğitim kavramının yerine kullanılmasına rağmen anlam ve kapsam açısından oldukça farklıdır. Eğitim kavramı öğretimi de içine alan geniş kapsamlı bir süreç iken öğretim, öğrenmenin gerçekleşmesi ve bireyde arzu edilen davranışların oluşmasında uygulanan planlı ve programlı bir süreci ifade etmektedir (Baykul Güvence, 2008:13).

## **2.2 EĞİTİMİN AMACI VE ÖNEMİ**

Türkiye’de eğitim; adalet, güvenlik ve sağlık gibi temel işlevlerden biri olup devlet gözetimi ve denetimi altında yapılmaktadır. Eğitim hakkı, T.C Anayasasıyla güvence altına alınmış olup işleyişi sağlayan mevzuatlarla Türk Eğitim Sisteminin yapısı kurulmuştur. Türk Milli Eğitim Sisteminin genel çerçevesi 1739 sayılı Milli Eğitim Temel Kanunu ile belirlenmektedir (Topçu, 2007:21-22).

Eğitim bütün insanların temel hak ve ihtiyaçlarındandır. İnsan sosyal bir varlık olması sebebiyle toplumsal bir varlık olarak hayatını idame ettirebilmek için daha karmaşık bilgileri de öğrenmek zorundadır. Bu karmaşık bilgi ve beceriler eğitimi kurumsallaştırmıştır ve eğitim kurumları toplumun ortak amaçları çerçevesinde birleştirilmiştir. Böylece eğitim; düzenli ve örgütlü bir hal almıştır (Topçu, 2007:25).

Bütün toplumlara bakıldığında eğitimin amacının, kültür birikimini gelecek nesillere aktarmak ve gençlerin davranışlarını, yetişkinlerin yaşam tarzı yönünde biçimlendirerek gelecekteki toplumsal rollerine doğru yönlendirmek olduğu görülmektedir (Baykul Güvence, 2008:17).

Eğitimin diğer amacı da toplumsal, kültürel, ekonomik kalkınmayı ve gelişmiş ülkeler arasında yer almayı sağlamaktır.

Hiyerarşik olarak açıklanmak istendiğinde eğitimin amaçları; uzak amaçlar, genel amaçlar, belli bir okulun amaçları, bir disiplinin (dersin)

amaçları ve bir konunun (çalışma alanının) amaçları olmak üzere beş kümede toplanmaktadır (Gürsel, 1997:8-9).

Türk Milli Eğitiminin amaçları ise aşağıda da açıklandığı gibi genel ve özel amaçlar olarak ikiye ayrılmaktadır.

### 2.2.1 Genel Amaçlar

Türk Milli Eğitiminin genel amacı 1739 sayılı Milli Eğitim Temel Kanununun 2. Maddesine göre; Türk Milletinin bütün fertlerini, (<http://mevzuat.meb.gov.tr/html/88.html>) Erişim Tarihi: 09.10.12.(M.E.T.K, 2012);

1. Atatürk inkılap ve ilkelerine ve Anayasada ifadesini bulan Atatürk milliyetçiliğine bağlı; Türk Milletinin milli, ahlaki, insani, manevi ve kültürel değerlerini benimseyen, koruyan ve geliştiren; ailesini, vatanını, milletini seven ve daima yüceltmeye çalışan, insan haklarına ve Anayasanın başlangıcındaki temel ilkelere dayanan demokratik, laik ve sosyal bir hukuk Devleti olan Türkiye Cumhuriyetine karşı görev ve sorumluluklarını bilen ve bunları davranış haline getirmiş yurttaşlar olarak yetiştirmek;
2. Beden, zihin, ahlak, ruh ve duygu bakımlarından dengeli ve sağlıklı şekilde gelişmiş bir kişiliğe ve karaktere, hür ve bilimsel düşünme gücüne, geniş bir dünya görüşüne sahip, insan haklarına saygılı, kişilik ve teşebbüse değer veren, topluma karşı sorumluluk duyan; yapıcı, yaratıcı ve verimli kişiler olarak yetiştirmek;
3. İlgil, istidat ve kabiliyetlerini geliştirerek gerekli bilgi, beceri, davranışlar ve birlikte iş görme alışkanlığı kazandırmak suretiyle hayata hazırlamak ve onların, kendilerini mutlu kılacak ve toplumun mutluluğuna katkıda bulunacak bir meslek sahibi olmalarını sağlamak;

Böylece bir yandan Türk vatandaşlarının ve Türk toplumunun refah ve mutluluğunu artırmak; öte yandan milli birlik ve bütünlük içinde iktisadi, sosyal

ve kültürel kalkınmayı desteklemek ve hızlandırmak ve nihayet Türk Milletini çağdaş uygarlığın yapıcı, yaratıcı, seçkin bir ortağı yapmaktır.

### 2.2.2 Özel Amaçlar

Türk eğitim ve öğretim sistemi, bu genel amaçları gerçekleştirecek şekilde düzenlenir ve çeşitli derece ve türdeki eğitim kurumlarının özel amaçları, genel amaçlara ve Türk Milli Eğitiminin temel ilkelerine uygun olarak tespit edilir (Madde 3). Bu ilkeler ise şunlardır; (<http://mevzuat.meb.gov.tr/html/88.html>) Erişim Tarihi: 09.10.12

- **Genellik ve eşitlik: Madde 4-** Eğitim kurumları dil, ırk, cinsiyet ve din ayırımı gözetilmeksizin herkese açıktır. Eğitimde hiçbir kişiye, aileye, zümreye veya sınıfa imtiyaz tanınmaz.

- **Ferdin ve toplumun ihtiyaçları: Madde 5-** Milli eğitim hizmeti, Türk vatandaşlarının istek ve kabiliyetleri ile Türk toplumunun ihtiyaçlarına göre düzenlenir.

- **Yöneltme: Madde 6-**Fertler, eğitimleri süresince, ilgi, istidat ve kabiliyetleri ölçüsünde ve doğrultusunda çeşitli programlara veya okullara yöneltilerek yetiştirilirler.

Milli eğitim sistemi, her bakımdan, bu yöneltmeyi gerçekleştirecek biçimde düzenlenir. Bu amaçla, ortaöğretim kurumlarına, eğitim programlarının hedeflerine uygun düşecek şekilde hazırlık sınıfları konulabilir

Yöneltmede ve başarının ölçülmesinde rehberlik hizmetlerinden ve objektif ölçme ve değerlendirme metotlarından yararlanılır.

- **Eğitim hakkı: Madde 7-** İlköğretim görmek her Türk vatandaşının hakkıdır.

İlköğretim kurumlarından sonraki eğitim kurumlarından vatandaşlar ilgi, istidat ve kabiliyetleri ölçüsünde yararlanırlar.

- **Fırsat ve imkan eşitliği: Madde 8-** Eğitimde kadın, erkek herkese fırsat ve imkan eşitliği sağlanır.

Maddi imkanlardan yoksun başarılı öğrencilerin en yüksek eğitim kademelerine kadar öğrenim görmelerini sağlamak amacıyla parasız yatılılık, burs, kredi ve başka yollarla gerekli yardımlar yapılır.

Özel eğitime ve korunmaya muhtaç çocukları yetiştirmek için özel tedbirler alınır.

- **Süreklilik: Madde 9-** Fertlerin genel ve mesleki eğitimlerinin hayat boyunca devam etmesi esastır.

Gençlerin eğitimi yanında, hayata ve iş alanlarına olumlu bir şekilde uymalarına yardımcı olmak üzere, yetişkinlerin sürekli eğitimini sağlamak için gerekli tedbirleri almak da bir eğitim görevidir.

- **Atatürk İnkılap ve İlkeleri ve Atatürk Milliyetçiliği: Madde 10-** Eğitim sistemimizin her derece ve türü ile ilgili ders programlarının hazırlanıp uygulanmasında ve her türlü eğitim faaliyetlerinde Atatürk inkılap ve ilkeleri ve Anayasada ifadesini bulmuş olan Atatürk milliyetçiliği temel olarak alınır. Milli ahlak ve milli kültürün bozulup yozlaşmadan kendimize has şekli ile evrensel kültür içinde korunup geliştirilmesine ve öğretilmesine önem verilir.

Milli birlik ve bütünlüğün temel unsurlarından biri olarak Türk dilinin, eğitimin her kademesinde, özellikleri bozulmadan ve aşırılığa kaçılmadan öğretilmesine önem verilir; çağdaş eğitim ve bilim dili halinde zenginleşmesine çalışılır ve bu maksatla Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu ile işbirliği yapılarak Mili Eğitim Bakanlığınca gereken tedbirler alınır.

- **Demokrasi eğitimi: Madde 11-** Güçlü ve istikrarlı, hür ve demokratik bir toplum düzeninin gerçekleşmesi ve devamı için yurttaşların sahip olmaları gereken demokrasi bilincinin, yurt yönetimine ait bilgi, anlayış ve davranışlarla sorumluluk duygusunun ve manevi değerlere saygının, her türlü eğitim çalışmalarında öğrencilere kazandırılıp geliştirilmesine çalışılır; ancak, eğitim kurumlarında Anayasada ifadesini bulan Atatürk milliyetçiliğine aykırı siyasi ve ideolojik telkinler yapılmasına ve bu nitelikteki günlük siyasi olay ve tartışmalara karışılmasına hiçbir şekilde meydan verilmez.

- **Laiklik : Madde 12-** Türk milli eğitiminde laiklik esastır. Din kültürü ve ahlak öğretimi ilköğretim okulları ile lise ve dengi okullarda okutulan zorunlu dersler arasında yer alır.

- **Bilimsellik: Madde 13-** Her derece ve türdeki ders programları ve eğitim metotlarıyla ders araç ve gereçleri, bilimsel ve teknolojik esaslara ve yeniliklere, çevre ve ülke ihtiyaçlarına göre sürekli olarak geliştirilir.

Eğitimde verimliliğin artırılması ve sürekli olarak gelişme ve yenileşmenin sağlanması bilimsel araştırma ve değerlendirmelere dayalı olarak yapılır.

Bilgi ve teknoloji üretmek ve kültürümüzü geliştirmekle görevli eğitim kurumları gereğince donatılıp güçlendirilir; bu yöndeki çalışmalar maddi ve manevi bakımından teşvik edilir ve desteklenir.

- **Planlılık : Madde 14-** Milli eğitimin gelişmesi iktisadi, sosyal ve kültürel kalkınma hedeflerine uygun olarak eğitim – insan gücü - istihdam ilişkileri dikkate alınmak suretiyle, sanayileşme ve tarımda modernleşmede gerekli teknolojik gelişmeyi sağlayacak mesleki ve teknik eğitime ağırlık verecek biçimde planlanır ve gerçekleştirilir.

Mesleklerin kademeleri ve her kademenin unvan, yetki ve sorumlulukları kanunla tespit edilir ve her derece ve türdeki örgün ve yaygın mesleki eğitim kurumlarının kuruluş ve programları bu kademelere uygun olarak düzenlenir.

Eğitim kurumlarının yer, personel, bina, tesis ve ekleri, donatım, araç, gereç ve kapasiteleri ile ilgili standartlar önceden tespit edilir ve kurumların bu standartlara göre optimal büyüklükte kurulması ve verimli olarak işletilmesi sağlanır.

- **Karma eğitim: Madde 15-** Okullarda kız ve erkek karma eğitim yapılması esastır. Ancak eğitimin türüne, imkan ve zorunluluklara göre bazı okullar yalnızca kız veya yalnızca erkek öğrencilere ayrılabilir.

- **Eğitim kampüsleri ve okul ile ailenin işbirliği: Madde 16-** Aynı alan içinde birden fazla örgün ve/veya yaygın eğitim kurumunun bir arada bulunması halinde eğitim kampüsü kurulabilir ve bunların ortak

ihtiyaçlarını karşılamak üzere eğitim kampüsü yönetimi oluşturulabilir. Eğitim kampüsü bünyesindeki ortak açık alan, kantin, salon ve benzeri yerlerin işlettilmesi veya işletilmesi kampüs yönetimince yerine getirilir. Bu şekilde elde edilen gelirler, kampüsün ortak giderlerinde kullanılır. Eğitim kampüslerinin kuruluşu, yönetiminin oluşumu, gelirlerinin harcanması ve denetlenmesi ile bu fıkrada belirtilen diğer hususlar Maliye Bakanlığı ve Milli Eğitim Bakanlığınca müştereken hazırlanan yönetmelikle düzenlenir.

Eğitim kurumlarının amaçlarının gerçekleştirilmesine katkıda bulunmak için okul ile aile arasında işbirliği sağlanır. Bu amaçla okullarda okul-aile birlikleri kurulur. Okul-aile birlikleri, okulların eğitim ve öğretim hizmetlerine etkinlik ve verimlilik kazandırmak, okulların ve maddi imkânlardan yoksun öğrencilerin zorunlu ihtiyaçlarını karşılamak üzere; aynî ve nakdî bağışları kabul edebilir, maddi katkı sağlamak amacıyla sosyal ve kültürel etkinlikler ve kampanyalar düzenleyebilir, okulların bünyesinde bulunan açık alan, kantin, salon ve benzeri yerleri işlettirebilir veya işletebilirler. Öğrenci velileri hiçbir surette bağış yapmaya zorlanamaz. Okul-aile birliklerinin kuruluş ve işleyişi, birlik organlarının oluşturulması ve seçim şekilleri, sosyal ve kültürel etkinliklerden sağlanan maddi katkılar, bağışların kabulü, harcanması ve denetlenmesi ile açık alan, kantin, salon ve benzeri yerlerin işlettilmesi veya işletilmesinden sağlanan gelirlerin dağıtım yerleri ve oranları, harcanması ve denetlenmesine dair usul ve esaslar, Maliye Bakanlığı ve Milli Eğitim Bakanlığınca müştereken hazırlanan yönetmelikle düzenlenir.

Milli Eğitim Bakanlığınca belirlenecek usul ve esaslar çerçevesinde, gerekli görülen hallerde il milli eğitim müdürlükleri; il sınırları içerisinde bulunan bir veya birden fazla eğitim kampüsü yönetiminin veya okul-aile birliğinin işlettirebileceği veya işletebileceği yerlere ilişkin ihaleleri bunlar adına yapmaya yetkilidir.

Eğitim kampüsleri ve okul-aile birliklerinin gelirleri, genel bütçe gelirleri ile ilişkilendirilmeksizin eğitim kampüsü yönetimi ve okul-aile birliği adına bankalarda açılan özel hesaplarda tutulur.

Eğitim kampüsü yönetimleri ve okul-aile birlikleri, bu madde kapsamında yapacakları işlemler ve düzenlenen kâğıtlar yönünden damga



vergisi ve harçlardan muaf; bunlara ve bunlar tarafından yapılan bağış ve yardımlar ise veraset ve intikal vergisinden müstesnadır.

- **Her yerde eğitim: Madde 17-** Milli eğitimin amaçları yalnız resmi ve özel eğitim kurumlarında değil, aynı zamanda evde, çevrede, işyerlerinde, her yerde ve her fırsatta gerçekleştirilmeye çalışılır.

Resmi, özel ve gönüllü her kuruluşun eğitimle ilgili faaliyetleri, Milli Eğitim amaçlarına uygunluğu bakımından Milli Eğitim Bakanlığının denetimine tabidir.

### 2.3 EĞİTİMİN NİTELİKLERİ

Eğitim tanımları içinde en çok kabul gören “Eğitim; bireyin davranışlarında kendi yaşantısı yoluyla ve kasıtlı olarak değişme meydana getirme sürecidir” tanımına göre eğitimin niteliğini oluşturan dört unsurun varlığı göze çarpmaktadır. Bunlar (Baykul Güvence, 2008:15);

- Eğitim, eğitilen kişide arzu edilen davranışı oluşturma sürecidir ve bu davranışın gözlenebilir, ölçülebilir olması gereklidir. Davranış oluşunca ya da değişince eğitim başarılı bir şekilde gerçekleşmiş olur.

- Bir davranış ancak yaşantı yoluyla kazanılabilir. Yaşantı; insanın çevresindekiler ve diğer toplumdakilerle ilişkisinin kişinin üzerindeki etkileridir.

- Oluşturulması düşünülen davranış değişikliğinin, belirlenmiş olan eğitim amaçlarına uygunluğu şarttır. Tanım içindeki kasıt kelimesiyle vurgulanmak istenilen de değişimlere ulaşma yönünde, planlamalar yapılmasının mutlak gerekliliğidir.

- Davranışın ortaya çıkabilmesi, eğitim sürecinden geçmesine bağlılık arz eder. Zira davranış değişikliği bir anda olup bitmez, birbirini takip eden öğrenme ve öğretme olayları neticesinde yani bir eğitim sürecinden geçerek oluşur.

## **2.4 EĞİTİMİN TÜRLERİ**

Eğitim, kendiliğinden oluşma biçimine göre formal eğitim (planlı) ve formal olmayan eğitim (plansız- informal) olarak ikiye ayrılmaktadır.

### **2.4.1 Formal Eğitim**

Eğitimin, önceden hazırlanmış plan ve programlar aracılığıyla, belirli amaçlar doğrultusunda, uzman eğitimcilerce (öğretmenler) ve okullarda gerçekleştirilen biçimine formal eğitim adı verilir (Baykul Güvence, 2008:18).

Formal eğitimde eğitim, başlangıçtan bitişe kadar özel bir çevre içinde ve kontrollü şekilde yürütülmektedir. Sürecin içinde ve sonunda ise değerlendirme işlemi yapılmaktadır. Okullarda verilen eğitim formal eğitim sınıfına girmektedir. Formal eğitimde amaçlar okulun türüne ya da seviyesine göre değişiklik göstermektedir. Okul dışında bir mesleğe hazırlanmak, meslekte ilerlemeyi sağlamak ve yenilikleri öğrenmek adına yapılan öğretim etkinlikleri, halk eğitim merkezlerindeki kurslar ile orduda asker yetiştirmek de formal eğitime örnek teşkil eder. Okul dışı formal eğitimin okullardakinden farkı, kısa süreli, öğrencilerin yaşlarına göre gruplandırılmayan, ihtiyaca binaen yapılan ve belli konularla sınırlandırılmayan bir eğitim olmasıdır. Okul içinde ya da dışında her iki eğitim de süreç olarak aynı özellikleri taşımaktadır (Fidan, 2012:4).

Formal eğitim, eğitim sistemi içinde örgün ve yaygın eğitim şeklinde hayata geçirilmiştir.

### **2.4.2 İnfomal Eğitim**

Eğitim sürecinin bir plan ve amaç doğrultusunda yapılmayan, yaşamda kendiliğinden gerçekleşen, genellikle taklit yoluyla oluşan biçimine ise informal eğitim adı verilir (Baykul Güvence, 2008:18).

Formal olmayan eğitim sürecinin en önemli öğrenme yolları gözlem ve taklittir. Çok küçük ve ilkel olan toplumlarda eğitim tamamıyla "informal" yollarla gerçekleştirilmektedir. Köydeki bir çocuk tarım konusundaki tüm becerilerini, günlük hayatta büyüklerini gözleyip, taklit ederek yani yaparak ve yaşayarak elde etmektedir. Aynı şekilde ders esnasında sadece fizik, kimya, tarih vb. öğrettiğini sanan öğretmenler de kendi düşünüş biçimlerini, değerlerini ve davranışlarını farkına varmaksızın öğrencilerine informal eğitim yoluyla geçirebilmektedir. Bu sebeple informal eğitim sürecinde insanlar istenmeyen ve zararlı alışkanlıkları da kolayca edinebilmektedir. Sigara içmek ve kopya çekmek bunlara birer örnektir. Bu da göstermektedir ki her iki eğitim süreci de birbirleriyle iç içe şekilde işlevlerini sürdürmektedir. Her iki sürecin de tek başına baskın olduğu yerler olabildiği gibi, iç içe buldukları yani eğitimin yarı formal özellik taşıdığı yerler de mevcuttur (Fidan, 2012:5).

## **2.5 EĞİTİMİN İŞLEVLERİ**

21. yüzyılda kalkınma, daha zengin ülke olma hedefine ulaşmada eğitim çok önemli ve işlevsel bir araç haline gelmiştir. Ülkenin sosyal ve ekonomik kalkınmasını sağlayan insan gücünü hazırlayıcı bir araç olan eğitim gün geçtikçe ekonominin temel yatırımı olmuştur (Gedikoğlu, 2005:69). Kısaca, eğitim bireyi geliştirdiği gibi diğer yandan da ülkenin ekonomik, sosyal ve kültürel kalkınmasını sağlamaktadır.

Literatürde eğitimin işlevleri değişik başlıklar altında toplanırken en belirgin ayrım açık (yasal) ve kapalı (gizli) işlevler şeklinde yapılmaktadır.

Yaygın diğer sınıflandırma biçimi ise toplumsal, siyasal, ekonomik ve bireysel işlevler olmak üzere dörde ayrılmaktadır.

### **2.5.1 Eğitimin Toplumsal İşlevi**

Eğitimin toplumsal işlevi, toplumun devamlılığını ve gelişimini sağlayan toplumla uyumlu bireyler yetiştirmektir. Bu da ancak öğrencilere toplumun kültürel mirasının aktarılması ve toplumsallaşmalarının sağlanması ile aynı zamanda da yenilikçi toplum kültürünü geliştirecek bireyler yetiştirme ile mümkün olabilmektedir (Özkale, 1999:16).

Okulların, kültürün üretilmesiyle aktarılmasını sağlayıcı yerler olması ve değişik yaşantılara sahip bireylerin etkileşimine imkan vermesi toplumsal bütünleşmeyi sağlayıcı etkisinin en büyük kanıtıdır.

### **2.5.2 Eğitim Politik-Siyasal İşlevi**

Eğitimin politik-siyasal işlevi, bireylerin yaşadıkları toplumda kendilerinden beklenen vatandaşlık sorumluluklarını bilinçli bir şekilde yerine getirmelerini sağlamaktır (Şişman ve Turan, 2004:114). Anayasa ile belirlenmiş siyasal sisteme bağlı bireylerin yetişmesi sonucu toplumsal birlik ve beraberlik gerçekleşmiş olacaktır.

Okullar, mevcut siyasi değer ve normlara göre öğrencilerin sosyalleşmesini sağlayıp, siyasal istikrara katkıda bulunmalı ve yönetimin otoritesini meşrulaştırmalıdır (Şişman ve Turan, 2004:114). Sisteme bağlı, sistemi koruyucu ve geliştirici bir eğitimin devletin varlığı açısından hayati bir önemi ve önceliği vardır (Uluğ, 1998:3).

### **2.5.3 Eğitimin Ekonomik İşlevi**

Ekonomik açıdan eğitimin işlevi, bireyin ekonomik davranışlarını etkileyerek, ekonomik yaşamda gerekli bilgi ve becerileri kazanmasını sağlamaktır. Kısaca, çalışan ve üreten bireyler yetiştirmek suretiyle hem bireyin hem de toplumun hayat standardını yükseltmek eğitimin en önemli ekonomik işlevidir.

Ekonomik kalkınmayı sağlayacak bilgi ve becerilere sahip yeterli sayıda insan gücü yetiştirerek sosyo ekonomik ihtiyaçları karşılamak da eğitimin bir işlevidir (Uluğ, 1998:3).

#### **2.5.4 Eğitimin Bireysel İşlevi**

Eğitimden beklenen bireyin bilişsel, sosyal, duygusal yönlerden gelişmesini sağlaması ve çeşitli öğrenme becerileri kazanmasına katkıda bulunmasıdır. Eğitimin bireysel işlevlerini özetlersek, bireylerin zihinsel, bedensel, sosyal, ahlaki, estetik, duygusal yönlerden geliştirilmesini sağlamak ve kendine yeten, güvenen, kendini gerçekleştiren bireyler yetiştirmektir (Şişman ve Turan, 2004:114-115).

Bu işlev bireyin ilgi ve yeteneklerinin sonuna dek desteklenmesi ve var olan potansiyelini geliştirebilmesi açısından eğitim sistemine sorumluluklar yüklemektedir. Sistemin her öğrencinin ilgisi ve yeteneği doğrultusunda belli programlarla yönlendirilecek şekilde yapılandırılmasının gereği eğitimin en temel bireysel işlevini oluşturmaktadır (Uluğ, 1998:3).

### 3. TÜRK MİLLİ EĞİTİM SİSTEMİNİN YAPISI VE ÖZEL EĞİTİM- ÖĞRETİM KURUMLARI

Türk Milli Eğitim sisteminin temelleri, Osmanlı'nın son dönemlerine dayanmaktadır. Osmanlıda eğitim sistemi incelendiğinde, eğitimin ilk basamağı olan sıbyan mekteplerinde verilen eğitimin temel amacının tecvid kurallarına uygun Kur'an okumak şeklinde uygulandığı görülmektedir. Bunun yanı sıra, eğitim dilinin Osmanlıca olduğu eğitim yönteminin ise ezberci ve nakilci bir nitelik taşıdığı gözlenmektedir (Erdem, 2005:2-3).

Osmanlıda ilköğretim zorunluluğu ilk olarak II. Mahmut döneminde getirilmiştir. 1824 yılında yayınlanan ferman ile, ilköğretimi bütün halka yaymak ve mecburi yapmak amaçlanmıştır ancak uygulama sadece kağıt üzerinde kalmıştır (Erdem, 2005:2-3).

Osmanlıda devlete bağlı okulların kurulması yönündeki köklü girişimler 1869 tarihli "Maarif-i Umumiye Nizamnamesi" ile olmuştur. Nizamnameye göre ilköğretim, üçer yıl süreli Mekteb-i İbtidaiyye ve Mekteb-i Rüştîye'den oluşmaktaydı (Ateş, 1995:14). Buna göre; ilköğretim okulları sıbyan mektepleri, iptidai mektepler ve rüştîyeler, ortaöğretim okulları idadi ve sultaniler, yükseköğretim kurumları ise darülfünun ve bazı meslek okulları şeklindeydi (Sadıgov, 2009:141). 1869 tarihli Eğitim Genel Tüzüğü'nün getirdiği eğitim sistemi şimdiki Türk Eğitim sisteminin temelini oluşturmaktadır.

Cumhuriyet dönemi tüm alanlarda olduğu gibi eğitim alanında da ilklerin ve yeniliklerin gerçekleştiği dönemdir. Bu dönemdeki yenilikler daha ziyade ilköğretim kademesinde gerçekleşmiştir.

3 Mart 1924 yılında 430 sayılı Tevhid-i Tedrisat Kanunu (Öğretim Birliği Yasası) Türkiye Büyük Millet Meclisi tarafından çıkarılmış ve kanun aracılığıyla Türk Eğitim sistemine çeşitli yenilikler getirilmiştir. Bu yenilikler (Ateş, 1995:15);

1. Tüm eğitim ve öğretim kurumlarının Maarif Vekaleti'ne (Milli Eğitim Bakanlığı) bağlanması ve eğitim işlerinin tek elden yürütülmesi,
2. Medreselerin ve sıbyan mekteplerinin kapatılması,

3. Eğitimde laiklik ilkesinin eyleme dönüştürülmesi ve Türk Eğitim sisteminin demokratikleştirilmesi,
4. Okul kuruluş sisteminde değişiklik ile 5+3+3 eğitim modelinin kurulması şeklindedir.

Öğretim Birliği Yasası'ndan sonra çıkarılan 1924 Anayasası ile de "Hükûmetin gözetimi ve denetlemesi altında ve kanun çerçevesinde her türlü öğretim serbesttir." (madde 80) "Kadın, erkek bütün Türkler ilköğretimden geçmek ödevindedirler. İlköğretim Devlet okullarında parasızdır."(madde 87) hükümleri karara bağlanmıştır (<http://www.tbmm.gov.tr/anayasa/anayasa24.htm>). Erişim Tarihi:11.10.2012.

5 Ocak 1961'de çıkarılan 222 sayılı İlköğretim ve Eğitim Kanunu ile ilköğretim okulları zorunlu ve zorunlu olmayanlar olarak ikiye ayrılmıştır. İlköğretime temel eğitim adı verilerek ilkokul zorunlu, okul öncesi ve ortaokul zorunlu yapılmamıştır (Erdem, 2005:9).

1973 yılında bugünkü Türk Milli Eğitim Sisteminin de temellerini oluşturan 1739 sayılı Milli Eğitim Temel Kanunu çıkarılmıştır ve bu kanun ile eğitim örgün ve yaygın eğitim olarak ikiye ayrılmıştır. Beş yıllık ilkokul ile üç yıllık ortaokul birleştirilmiş ve sekiz yıllık temel eğitim adını almıştır. Bu eğitimin de 7-14 yaş arası çocukları kapsadığı belirtilmiştir. 1983 yılında kanunda 2842 sayılı yasa ile yapılan değişiklikle temel eğitim okulu ifadesi kaldırılmış ve ilköğretim okulu getirilmiştir (Ateş, 1995:17).

Türk Milli Eğitim Sisteminde yapılan en önemli yenilik, 18 Ağustos 1997 tarihinde 2304 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan 4306 sayılı yasanın kabul edilmesiyle ülke genelinde sekiz yıllık kesintisiz zorunlu ilköğretime geçilmesidir. Bu yasa ile beş yıllık ilkokul ile üç yıllık ortaokul birleştirilmiş ve ayrı ayrı kullanılan ilkokul ile ortaokul ifadeleri "ilköğretim okulu" olarak kullanılmaya başlanmıştır (Sadıgov, 2009:145).

Eğitim sistemimizdeki en son yenilik ise, 2010 yılı Milli Eğitim Şurasında alınan karar ile 222 Sayılı İlköğretim ve Eğitim Kanunu'nda ve bazı kanunlarda değişiklik yapılarak Türk Milli Eğitim Sisteminin ilk kademesini oluşturan ilköğretim kurumlarının 1997 yılından itibaren uyguladığı sekiz yıllık

zorunlu eğitim olan 5+3 (beş yıllık ilkokul ile üç yıllık ortaokul) sisteminin geride bırakılmasıdır, Yapılan değişikliklerle (MEB, 2012);

- 2012-2013 eğitim-öğretim yılında uygulanmak üzere 12 yıllık zorunlu kademeli eğitime geçilmiş ve eğitim süresi üç kademeye ayrılmıştır. Birinci kademe 4 yıl süreli ilkokul (1. 2. 3.ve 4. sınıf), ikinci kademe 4 yıl süreli ortaokul (5. 6. 7. ve 8. sınıf) ve üçüncü kademe 4 yıl süreli lise (9. 10. 11. ve 12. sınıf) olarak düzenlenmiştir. Kademeler arası yatay ve dikey geçişlere imkân tanınmış ve oluşturulan esnek yapı sayesinde, bireye yetenek ve gelişimine göre erken yaşlarda tercih hakkı sağlanmıştır.

- Yapılan düzenleme ile ilköğretim çağı 6-13 yaş olarak değiştirilmiş ve Eylül ayı sonu itibarıyla 5 yaşını doldurmuş, 6 yaşına girmiş çocukların ilköğretime başlamalarına fırsat verilmiştir.

- Yeni sistem, yaş aralığını düşürmüş ilkokulların ayrı binalarda, diğer okullara (ortaokul ve lise) devam eden öğrencilerin ise farklı binalarda eğitim yapmasına imkân tanımıştır. İlkokul, ortaokul ve liseler bağımsız (fizikî olarak) oluşturulabileceği gibi, imkân ve şartların elverişli olmadığı yerlerde ortaokulların ilkokullarla ya da liselerle birlikte oluşturulmasına da fırsat vermiştir.

- Çocukların gelişim özellikleri esas alınarak yapılan bu kademelendirmede ilk dört, çocuğun okula alıştığı ve temel becerileri kazandığı evre, ikinci dört, çocuğun yeteneklerini sınıadığı ve geliştirdiği kademe ve üçüncü dört ise çocuğun yetenek, gelişim ve tercihleri doğrultusunda genel eğitim veya mesleki ve teknik eğitim alacağı kademedir.

Temelleri 1973 tarihli 1739 sayılı Millî Eğitim Temel Kanunu ile atılmış olan Türk Millî Eğitim Sistemi; (<http://mevzuat.meb.gov.tr/html/88.html>) Erişim Tarihi: 11.10.2012 "Örgün Eğitim" ve "Yaygın Eğitim" olmak üzere iki ana bölümden oluşmaktadır.



Örgün eğitim, okul öncesi, ilköğretim, ortaöğretim ve yükseköğretim kurumlarını kapsarken yaygın eğitim, örgün eğitimin yanında veya dışında düzenlenen eğitim faaliyetlerinin tümünü kapsamaktadır.

### **3.1 ÖRGÜN EĞİTİM**

Örgün eğitim; belirli yaş grubundaki ve aynı seviyedeki bireylere, amaca göre hazırlanmış programlarla, okul çatısı altında düzenli olarak yapılan eğitimidir (Madde 18)(M.E.T.K., 2012).

Örgün eğitim; okul öncesi, ilköğretim, ortaöğretim ve yükseköğretim kurumlarını kapsar.

#### **3.1.1 Okul Öncesi Eğitim**

Okul öncesi eğitim, çocuğun doğumundan ilköğretime başlayıncaya kadar olan tüm yaşantılarını içeren bir süreçtir. Bu dönemde en etkili kurum aile olmakla beraber yakın çevre, okul öncesi eğitim kurumları ve kitle iletişim araçları da ailenin eğitim çabasına destek olmaktadır (Oktay ve Polat Unutkan, 2007:11). Çocukları ebeveynlerine bağımlı olmaktan kurtaran, yaratıcılıklarının ortaya çıkmasına imkan tanıyan, bedensel, zihinsel ve toplumsal yönden gelişmelerini bütün halinde gerçekleştiren okul öncesi eğitim dönemi, çocuğun ana dilinin geliştiği ve oyun yoluyla toplumsallaştığı bir dönemdir (Gedikoğlu, 2005:71). Bu sebeplerle çok büyük önem taşımaktadır.

Okul öncesi eğitim, zorunlu ilköğretim çağına gelmemiş, 3-5 yaş grubundaki çocukların eğitimini kapsayan isteğe bağlı bir eğitimidir (Madde 19)(M.E.T.K., 2012).

30 Eylül 2012 tarihi itibarıyla 37-66 ay arasındaki çocukların anaokulunda veya uygulama sınıflarında, 48-66 ay arasındaki çocukların ise anasınıflarında okul öncesi eğitim almaları sağlanmıştır (MEB, 2012).

Okul öncesi eğitimin en temel amacı, okul öncesi dönemde çocuğun bütün gelişim alanlarında desteklenmesidir (Oktay ve Polat Unutkan, 2007:25).

Milli Eğitim Temel Kanunu'nun 20.maddesine göre okul öncesi eğitimin diğer amaç ve görevleri;

- Çocukların beden, zihin ve duygu gelişmesini ve iyi alışkanlıklar kazanmasını sağlamak;
- Onları ilköğretime hazırlamak;
- Şartları elverişsiz çevrelerden ve ailelerden gelen çocuklar için ortak bir yetişme ortamı yaratmak;
- Çocukların Türkçeyi doğru ve güzel konuşmalarını sağlamaktır.

Okul öncesi eğitim kurumları, bağımsız anaokulları olarak, örgün ve yaygın eğitim kurumları bünyesinde uygun fiziksel kapasiteye göre ana sınıfları ve uygulamalı sınıflar olarak açılmaktadır (Madde 21)(M.E.T.K, 2012).

### **3.1.2 İlköğretim**

İlköğretim, kadın ve erkek bütün vatandaşların milli amaçlara uygun olarak bedeni, zihni, ahlaki gelişmelerine ve yetişmelerine hizmet eden temel eğitim ve öğretimdir. Öğrenim çağında bulunan kız ve erkek çocuklar için mecburidir ve devlet okullarında parasızdır.

Mecburi ilköğretim çağı 6-13 yaş grubundaki çocukları kapsamaktadır. Bu çağ çocuğun 5 yaşını bitirdiği yılın eylül ayı sonunda başlar ve 13 yaşını bitirip 14 yaşına girdiği yılın öğretim yılı sonunda biter (Madde 22)(M.E.T.K, 2012).

1739 sayılı Milli Eğitim Temel Kanunu'na göre ilköğretimin amaç ve görevleri,

- Her Türk çocuğuna iyi bir vatandaş olmak için gerekli temel bilgi, beceri, davranış ve alışkanlıkları kazandırmak; onu milli ahlak anlayışına uygun olarak yetiştirmek;

- Her Türk çocuğunu ilgi, istidat ve kabiliyetleri yönünden yetiştirerek hayata ve üst öğrenime hazırlamaktır.

- İlköğretimin son ders yılının ikinci yarısında öğrencilere, ortaöğretimde devam edilebilecek okul ve programların hangi mesleklerin yolunu açabileceği ve bu mesleklerin kendilerine sağlayacağı yaşam standardı konusunda tanıtıcı bilgiler vermek üzere rehberlik servislerince gerekli çalışmalar yapılır (Madde 23).

İlköğretim kurumları; dört yıl süreli ve zorunlu ilkokullar ile dört yıl süreli, zorunlu ve farklı programlar arasında tercihe imkân veren ortaokullar ile imam-hatip ortaokullarından oluşur. Ortaokullar ile imam-hatip ortaokullarında lise eğitimini destekleyecek şekilde öğrencilerin yetenek, gelişim ve tercihlerine göre seçimlik dersler oluşturulur. Ortaokul ve liselerde, Kur'an-ı Kerim ve Hz. Peygamberimizin hayatı, isteğe bağlı seçmeli ders olarak okutulur. Bu okullarda okutulacak diğer seçmeli dersler ile imam-hatip ortaokulları ve diğer ortaokullar için oluşturulacak program seçenekleri Bakanlıkça belirlenir (Madde 25).

İlköğretim kurumlarının ilkokul ve ortaokul olarak bağımsız okullar hâlinde kurulması esastır. Ancak imkân ve şartlara göre ortaokullar, ilkokullarla veya liselerle birlikte de kurulabilir (Madde 25).

### **3.1.3 Ortaöğretim**

Ortaöğretim, ilköğretime dayalı, dört yıllık zorunlu, örgün veya yaygın öğrenim veren genel, mesleki ve teknik öğretim kurumlarının tümünü kapsar. Bu okulları bitirenlere ortaöğretim diploması verilir (Madde 26).

Ortaöğretimin amaç ve görevleri, Milli Eğitimin genel amaçlarına ve temel ilkelerine uygun olarak,(Madde 28).

- Bütün öğrencilere ortaöğretim seviyesinde asgari ortak bir genel kültür vermek suretiyle onlara kişi ve toplum sorunlarını tanımak, çözüm yolları aramak ve yurdun iktisadi sosyal ve kültürel kalkınmasına katkıda bulunmak bilincini ve gücünü kazandırmak,

- Öğrencileri, çeşitli program ve okullarla ilgi, istidat ve kabiliyetleri ölçüsünde ve doğrultusunda yükseköğretime veya hem mesleğe hem de yükseköğretime veya hayata ve iş alanlarına hazırlamaktır.

Bu görevler yerine getirilirken öğrencilerin istekleri ve kabiliyetleri ile toplum ihtiyaçları arasında denge sağlanır.

Ortaöğretim, çeşitli programlar uygulayan liselerden meydana gelir. Belli bir programa ağırlık veren okullara lise, teknik lise ve tarım meslek lisesi gibi eğitim dallarını belirleyen adlar verilir (Madde 29).

Ortaöğretim kurumlarının öğrenim süresi, uygulanan programın özelliğine göre, Milli Eğitim Bakanlığınca tespit edilir (Madde 29).

Milli Eğitim Sisteminde ortaöğretim; genel liseler ile mesleki ve teknik liseler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

Genel liseler, sadece genel kültür dersi veren, öğrencileri yükseköğretime hazırlayan, ilköğretimden sonra en az dört yıl eğitim-öğretim veren ve 15-17 yaş grubu öğrencilerin eğitimini kapsayan öğretim kurumlarıdır (Sadıgov, 2009:164). Bu liseler; klasik liseler, fen liseleri, yabancı dil ağırlıklı liseler, Anadolu öğretmen liseleri, Anadolu güzel sanatlar liseleri, Anadolu liseleri ve özel liselerden oluşmaktadır.

Mesleki ve teknik ortaöğretim kurumları ise; iş ve meslek grupları için insan yetiştiren ve öğrencileri yükseköğretime hazırlayan kurumlardır (Sadıgov, 2009:164). Bunlar; erkek teknik öğretim okulları, kız teknik öğretim okulları, ticaret ve turizm öğretimi okulları, din öğretimi okulları, çok programlı liseler, turizm ve ticaret meslek liselerinden oluşmaktadır.

### **3.1.4 Yükseköğretim**

Yükseköğretim, orta öğretime dayalı en az iki yıllık yüksek öğrenim veren eğitim kurumlarının tümünü kapsar (Madde 34).

Yükseköğretim kurumları çeşitli toplumsal ve ekonomik gelişmelerin kritik edilmesinde, kültürel değerlerin yeni nesile aktarılmasında, yeni bilgiler kazandırmada ve tüm bunların korunmasında önemli işlevlere ve sorumluluklara sahip kurumlardır (Gedikoğlu, 2005:73).

Yükseköğretimin amaç ve görevleri, milli eğitimin genel amaçlarına ve temel ilkelerine uygun olarak (Madde 35),

- Öğrencileri ilgi, istidat ve kabiliyetleri ölçüsünde ve doğrultusunda yurdumuzun bilim politikasına ve toplumun yüksek seviyede ve çeşitli kademelerdeki insan gücü ihtiyaçlarına göre yetiştirmek;

- Çeşitli kademelerde bilimsel öğretim yapmak;

- Yurdumuzu ilgilendirenler başta olmak üzere, bütün bilimsel, teknik ve kültürel sorunları çözmek için bilimleri genişletip derinleştirecek inceleme ve araştırmalarda bulunmak;

- Yurdumuzun türlü yönde ilerleme ve gelişmesini ilgilendiren bütün sorunları, hükümet ve kurumlarla da elbirliği etmek suretiyle öğretim ve araştırma konusu yaparak sonuçlarını toplumun yararlanmasına sunmak ve hükümetçe istenecek inceleme ve araştırmaları sonuçlandırarak düşüncelerini bildirmek;

- Araştırma ve incelemelerinin sonuçlarını gösteren, bilim ve tekniğin ilerlemesini sağlayan her türlü yayınları yapmak;

- Türk toplumunun genel seviyesini yükseltici ve kamuoyunu aydınlatıcı bilim verilerini sözlü, yazılı ile halka yaymak ve yaygın eğitim hizmetlerinde bulunmaktır.

Yükseköğretim kurumları; üniversite, fakülte, enstitü, yüksekokul, konservatuar, meslek yüksekokulu ile uygulama ve araştırma merkezlerinden oluşmaktadır (Madde 36).

Yükseköğretim, milli eğitim sistemi çerçevesinde, öğrencileri lisans öncesi, lisans ve lisansüstü seviyelerinde yetiştiren bir bütünlük içinde düzenlenir (Madde 37).

### 3.2 YAYGIN EĞİTİM VE AMAÇLARI

Yaygın eğitim, Yaygın Eğitim Kurumları Yönetmeliğinde; “Örgün eğitim sistemine hiç girmemiş ya da örgün eğitim sisteminin herhangi bir kademesinde bulunan veya bu kademedен ayrılmış ya da bitirmiş bireylere; ilgi, istek ve yetenekleri doğrultusunda ekonomik, toplumsal ve kültürel gelişmelerini sağlayıcı nitelikte çeşitli süre ve düzeylerde hayat boyu yapılan eğitim, öğretim, üretim, rehberlik ve uygulama etkinliklerinin tümü”(Madde 3) ([http://mevzuat.meb.gov.tr/html/27587\\_0.html](http://mevzuat.meb.gov.tr/html/27587_0.html)) Erişim Tarihi: 11.10.2012. şeklinde tanımlanmaktadır.

Yaygın eğitim, ister “halk eğitimi”, ister “okul dışı eğitim”, ister “sürekli-yaşam boyu eğitim” kavramlarıyla adlandırılınsın, her yaştan, her uğraşı alanında her kesimden geniş halk kitlelerinin, örgün eğitim sisteminin var olan programlarıyla karşılanmayan eğitim ihtiyaçlarının karşılanmasını; birey ve toplum olarak gelişmenin temelini oluşturacak çağdaş bilgi, tutum, tavır ve becerilerin herkese öğretilmesini amaçlamaktadır (Karakütük, 1990:196).

Yaygın eğitimin özel amacı (Madde 40); milli eğitimin genel amaçlarına ve temel ilkelerine uygun olarak, örgün eğitim sistemine hiç girmemiş veya herhangi bir kademesinde bulunan veya bu kademedен çıkmış vatandaşlara, örgün eğitimin yanında veya dışında,

- Okuma-yazma öğretmek, eksik eğitimlerini tamamlamaları için sürekli eğitim imkanları hazırlamak,
- Çağımızın bilimsel, teknolojik, iktisadi, sosyal ve kültürel gelişmelerine uymalarını sağlayıcı eğitim imkanları hazırlamak,
- Milli kültür değerlerimizi koruyucu, geliştirici, tanıtıcı, benimsetici nitelikte eğitim yapmak,

- Toplu yaşama, dayanışma, yardımlaşma, birlikte çalışma ve örgütlenme anlayış ve alışkanlıkları kazandırmak,
- İktisadi gücün artırılması için gerekli beslenme ve sağlıklı yaşama şekil ve usullerini benimsetmek,
- Boş zamanları iyi bir şekilde değerlendirme ve kullanma alışkanlıkları kazandırmak,
- Kısa süreli ve kademeli eğitim uygulayarak ekonomimizin gelişmesi doğrultusunda ve istihdam politikasına uygun meslekleri edinmelerini sağlayıcı imkanlar hazırlamak,
- Çeşitli mesleklerde çalışmakta olanların hizmet içinde ve mesleklerinde gelişmeleri için gerekli bilgi ve becerileri kazandırmaktır.

Genel ve mesleki teknik olmak üzere iki temel bölümden meydana gelen yaygın eğitim, örgün eğitim ile birbirini tamamlayacak, gereğinde aynı vasıfları kazandırabilecek ve birbirinin her türlü imkanlarından yararlanacak bir bütünlük içinde düzenlenmektedir (Madde 41).

Yaygın eğitim kurumları (Kaya, 2008:44-46);

- Halk eğitim merkezleri,
  - Okuma-yazma kursları
  - Meslek kursları
  - Sosyal ve kültürel kurslar
- Pratik kız sanat okulları,
- Olgunlaşma enstitüleri,
- Yetişkinler teknik eğitim merkezleri,
- Mesleki eğitim merkezleri,
- İş eğitim merkezleri,
- Bilim ve sanat merkezleri,
- Rehberlik araştırma merkezleri,
- Özel öğretim,
  - Özel kurslar,
  - Özel dersaneler,
  - Özel motorlu taşıt sürücü kursları,

- Özel öğrenci etüt eğitim merkezleri,
- Meslek kursları,
- Uzaktan öğretim,
  - Açık ilköğretim okulu,
  - Açıköğretim lisesi,
  - Mesleki teknik açıköğretim okullarından oluşmaktadır.

### 3.3 ÖZEL EĞİTİM- ÖĞRETİM KURUMLARI

1961 Anayasası'nın öngördüğü 625 sayılı Özel Öğretim Kurumları Kanunu 8 Haziran 1965'te çıkarılmıştır. 1739 sayılı Milli Eğitim Temel Kanununun hükümlerine uygun şekilde eğitim-öğretim vermek zorunda olan özel öğretim kurumları (Uygun, 2003:115) yerli ve yabancı gerçek ve tüzel kişilerce kurulmuş olup devletin gözetim ve denetimi altında bir ücret karşılığında eğitim-öğretim hizmeti vermektedirler.

625 sayılı Özel Öğretim Kurumları Kanunu'nda özel öğretim kurumları ile; "Okul öncesi eğitim, ilköğretim, ortaöğretim, özel eğitim okulları ile çeşitli kursları, uzaktan öğretim yapan kuruluşları, dershaneleri, motorlu taşıt sürücülerini kursları, hizmet içi eğitim merkezleri, öğrenci etüt eğitim merkezleri, özel eğitim ve rehabilitasyon merkezleri v.b" kastedilmektedir (Madde 2)([http://mevzuat.meb.gov.tr/html/26434\\_0.html](http://mevzuat.meb.gov.tr/html/26434_0.html)) Erişim Tarihi:11.10.2012.

#### 3.3.1 Özel Eğitim-Öğretim Kurumlarının Açılması

Özel öğretim kurumları Milli Eğitim Bakanlığının denetim ve gözetimi altında olan faaliyetlerini sadece kazanç sağlama amaçlı düzenleyemeyen kurumlardır. Bu kurumlar ancak, Türk Milli Eğitiminin amaçları doğrultusunda, eğitimin kalitesini arttırmak ve gelişime imkan sağlayacak hizmetler yapmak için gelir sağlayabilmektedirler.



Bir özel öğretim kurumunun açılabilmesi için Milli Eğitim Bakanlığı'ndan kurum açma izni alınması gerekmektedir. İzin başvuruları ilgili millî eğitim müdürlüğüne yapılır. Valilikçe yapılan inceleme sonucunda açılması uygun görülen okullar dışındaki kurumlara kurum açma izni verilir. Valilikçe açılması uygun görülen okullara ilişkin başvurular ise kurum açma izni verilmek üzere Bakanlığa gönderilir (Madde 3).([http://mevzuat.meb.gov.tr/html/26434\\_0.html](http://mevzuat.meb.gov.tr/html/26434_0.html)) Erişim Tarihi: 12.10.2012.Yeni açılacak olan özel okulların, Türk Milli Eğitiminin ve kalkınma planlarının hedeflerine uygun olup olmadığı, branşı, eğitim-öğretim seviyesi ve açılacak bölgeler, Milli Eğitim Bakanlığı tarafından kararlaştırılarak izin verilmektedir (Kartal, 2008:137).

Yapılan bir araştırmada, “veli değerlendirmelerine göre en iyi 10 okulun 7’si, öğrenci değerlendirmesine göre ise en iyi 10 okulun 8’i sportif ve sosyal tesislere sahip en iyi 10 okulun 9’u, üniversite sonuçlarına göre en iyi 10 okulun 7’si, özel laboratuvar olanaklarına göre en iyi 10 okulun 8’i özel okuldur” sonucu elde edilmiştir. Başka bir araştırmanın bulgularında ise, Türkiye’de en iyi üniversitelerin en iyi fakülte ve bölümlerine Fen Liseleri, Anadolu Liseleri ve Özel Liselerden mezun olan öğrencilerin yerleştiği görülmüştür (Uygun, 2003:116). Bu sebeplerle özel öğretim kurumlarının gün geçtikçe sayıları artış göstermektedir.

Özel öğretimin açılmasının ve yaygınlaşmasının bütün dünyadaki gerekçeleri, kamu okullarının kapasite ve niteliklerinin yetersizliği ile insanların farklı eğitim alma istekleridir. Ülkemizde de çoğunlukla özel okulların açılmasının nedenlerini bu gerekçeler oluşturmaktadır. Diğer açılma nedenlerinin ise, yabancı dil öğrenme, üniversiteye girme ve kalabalık sınıflardan kaçma arzusu olduğu görülmektedir (Korkut, “t.y”):50).

### **3.3.2 Özel Eğitim- Öğretim Kurumlarının Türleri**

Özel öğretim kurumları, özel okullar, özel dershaneler, özel motorlu taşıt sürücü kursları, özel kurslar, özel öğrenci etüt eğitim merkezleri, hizmet

içi eğitim merkezleri, uzaktan öğretim kurumları, ve özel eğitim ve rehabilitasyon merkezleri gibi kurumlardan oluşmaktadır.

### **3.3.2.1 Özel Okullar**

Özel okullar, Anayasanın 42. Maddesine dayanılarak çıkarılmış olan 625 sayılı kanun ve bu kanuna bağlı yönetmelik ve yönergelerle hukuki dayanak altına alınmış, devletin gözetim ve denetimi altında faaliyet yapan kurumlardır.

#### **3.3.2.1.1. Özel Okulların Amaçları**

Özel Okullar Çerçeve Yönetmeliğinde özel okulların amacı, “Öğrencileri Atatürk İnkılap ve İlkelerine ve Anayasada ifadesini bulan Atatürk milliyetçiliğine bağlı Türk milletinin milli, ahlaki, insani, manevi ve kültürel değerlerini benimseyen, koruyan ve geliştiren; ailesini, vatanını, milletini seven ve daima yüceltmeye çalışan, insan hakları ve Anayasanın başlangıcındaki temel ilkelere dayanan demokratik, laik ve sosyal bir hukuk devleti olan Türkiye Cumhuriyeti’ne karşı görev ve sorumluluklarını bilen ve bunları davranış haline getirmiş yurttaşlar olarak yetiştirmektir.” Bu amaca yönelik olarak pek çok alt amacın yerine getirilmesi hedeflenmiştir. Bunlar; ([http://mevzuat.meb.gov.tr/html/2440\\_0.html](http://mevzuat.meb.gov.tr/html/2440_0.html)) Erişim Tarihi:12.10.2012.

- Öğrencilerin; beden, zihin, ahlâk, ruh ve duygu bakımından dengeli ve sağlıklı şekilde gelişmiş bir kişiliğe ve karaktere sahip olarak yetiştirilmelerini sağlamak,
- Öğrencileri; hür ve bilimsel düşünme gücüne, geniş bir dünya görüşüne sahip ve insan haklarına saygılı kişiler olarak yetiştirmek,
- Öğrencilerin; topluma karşı sorumluluk duyan; yapıcı, yaratıcı ve verimli kişiler olarak yetiştirilmelerini sağlamak,

- Okulun bir eğitim öğretim kurumu olmasının yanısıra, çevrenin bir kültür merkezi olması gerektiğinden hareketle; çevre, aileler ve diğer okullarla iyi ilişkiler kurmak,
- Öğrencilerin yetenek ve niteliklerini modern metodlarla geliştirebilmeleri maksadıyla program ve projeler geliştirmek, eğitimin kalitesini yükseltmek,
- Öğrencilerin ilgi istek, yetenek ve yaşlarına uygun beceriler kazanarak yükseköğretim kurumlarına hazırlanmalarını sağlamak,
- Öğrencilerin, okuma, anlama, yazılı ve sözlü iletişimde düşüncelerini düzgün ve tutarlı bir şekilde anlatabilmek, toplum içinde rahat konuşup düşüncelerini açıklayabilmek, amacıyla Türkçe'yi çok iyi kullanmalarını sağlamak,
- Öğrencilerin müzik, sahne sanatları, resim ve plastik sanatlar gibi güzel sanatlardaki yeteneklerini geliştirmelerini teşvik etmek,
- Öğrencilerin, değişik kültürlerin yer aldığı dünyamızdaki güncel olay ve sorunların bilgi ve bilincinde olmalarını sağlayacak, barış ve adalet ülkülerinin yaygınlaşmasına yardımcı olmak,
- Öğrencilerin, sosyal ve kültürel hizmetleri de kapsayan eğitici çalışmalara katılmalarını sağlamak,
- Öğrencilerde ilgi ve istek uyandırarak onları bilimsel araştırmaya yöneltmek, teorik ve uygulamalı bilimlerde neden-sonuç ilişkilerini anlamalarına olanak hazırlamak,
- Öğrencileri; güncel konularda, yakın çevre, yurt ve dünya sorunları üzerinde düşünmeye yönlendirerek olaylara eleştirel bakış açısıyla çözüm üretme becerilerini geliştirmek,
- Öğrencilerde; yaşadığımız çevrede toprak, su, hava ve gürültü kirliliğini önlemenin duyarlılığı içinde, çevre bilincini uyandırmak ve onları bu sorunlar üzerinde düşünmeye ve çözüm üretmeye yöneltmek,
- Öğrencilerin Atatürk'ün "Yurtta barış, Dünya'da barış" anlayışının felsefesi içinde, öncelikle yurt içinde toplumsal barış ve

huzuru sağlamanın önemini kavramalarına ve onları dünyada barış, dostluk ve kardeşliğin asgarî koşullarını düşünmeye yöneltmek,

- Öğrencileri Ülkemizin Avrupa Birliği'ne giriş ve bütünleşmesinin önemi ile gereği üzerinde düşünmeye; kendi düzeylerinde bu konularda çözüm üretmeye yöneltmek,

- Öğrencileri, Ülkemizin ekonomik kalkınmasının ve gelişmesinin kriterleri üzerinde düşünmeye yöneltmek, amaç kabul edilmiştir

### 3.3.2.1.2. Özel Okul Türleri

Özel okulların özel Türk okulları, özel yabancı okullar, özel azınlık okulları, özel milletlerarası özel öğretim kurumları şeklinde türleri mevcuttur. Bunlar;

- **Özel Türk Okulları:** Türkiye Cumhuriyeti uyruklu gerçek ve tüzel kişiler tarafından açılan bu okullarda anaokulu, ilköğretim ve ortaöğretim seviyesinde resmi okullar statüsünde programlar uygulanmaktadır (Çelik, 2006:43).

- **Özel Yabancı Okullar:** Osmanlı döneminde Fransız, Alman, İtalyan, Avusturya ve Amerikalılar tarafından kurulmuş ve Lozan Antlaşmasına göre faaliyetine devam eden okullardır (Çelik, 2006:44).

- **Özel Azınlık Okulları:** Rum, Ermeni ve Musevî azınlıklar tarafından kurulmuş, Lozan Antlaşması ile güvence altına alınmış ve kendi azınlığına mensup Türkiye Cumhuriyeti uyruklu öğrencilerin devam ettiği okul öncesi eğitim, ilköğretim ve ortaöğretim özel okullarıdır (Madde 2) (Ö.Ö.K.K., 2012)([http://mevzuat.meb.gov.tr/html/26434\\_0.html](http://mevzuat.meb.gov.tr/html/26434_0.html)) Erişim Tarihi:12.10.2012.

- **Özel Milletlerarası Özel Öğretim Kurumları:** Yalnız yabancı uyruklu öğrencilerin devam edebileceği yabancı uyruklu gerçek ve tüzel kişiler tarafından, doğrudan veya Türk vatandaşlarıyla ortaklık yoluyla veya

Türk vatandaşlarınca veya tüzel kişilerce açılan öğretim kurumlarıdır (Özkaya, 1993:9).

### **3.3.2.1.3. Özel Okulların Yararları ve Zararları**

Özel okulların devletçe teşvik edilmesi sonucu sayıları her geçen gün artmış ve bu artış sonucu gerek ekonomiye gerekse de eğitime olumlu katkıları ya da zararları ortaya çıkmıştır. Özel okullara ilişkin değerlendirmeler olumlu ve olumsuz olmak üzere ikiye ayrılabilir. Olumlu değerlendirmeleri sıralamak gerekirse (Uygun, 2003:117);

- Eğitim giderlerini velilerin ve özel girişimcilerin üstlenmesi sonucu devletin eğitime ayırması gereken kaynak azalmaktadır. Böylelikle devlet sağlık, savunma, adalet ve sosyal güvenlik gibi vazgeçilmez önceliklerine kaynak sağlayabilmektedir. Devlet büyük bir mali yükten kurtulmaktadır.
- Eğitimde rekabet ortamı olduğundan eğitim-öğretimin niteliği olumlu yönde etkilenmektedir.
- Zengin olan bireylerin devlete yük olmadan eğitim alması kolaylaştığı için fakir ancak zeki ve çalışkan çocukların burs yoluyla okumalarının önü açılmaktadır.
- Devletin gözetiminde ve denetiminde, milli eğitim temel ilkelerine uygun şekilde yabancı dil bilen, ufku geniş ve nitelikli elemanlar yetişebilmektedir.
- Eğitimin niteliğini artırmayı sağlayan eğitim ortamının teknolojik araç-gereçlerle donatılmasıyla belli alanlarda ilerlemek, araştırma ve inceleme yapmak mümkün olabilmektedir (Özkaya, 1993:12).
- Özel okullarda çalışan eğitimciler yeteneklerini kullanma, tatmin ve motive olma açısından diğer okullara göre avantaj elde etmektedir.

- Özel okullardaki sınıf mevcudunun azlığı, öğretmen başına düşen öğrenci sayısını azaltarak eğitimin kalitesini arttırmaktadır (Çelik, 2006:117).

- Özel okulların büyük şehirlerde sayılarının artmasının sonucu olarak devlet, fırsat eşitliği sağlayamadığı yerlere kaynaklarını kaydırabilmektedir.

- Özel okullar devlete önemli miktarda gelir, kurumlar ve katma değer vergisi ödeyerek kazanç sağlamaktadır (Çelik, 2006:118).

- Özel okullar yaygınlaştıkça eğitimde rekabet arttığı için daha çok eğitimsel hizmet sunulmakta böylelikle maliyet azalmaktadır (Korkut, "t.y":51).

- Eğitimde bölgesel gereksinimler daha iyi fark edilmekte ve arz-talep dengesi sağlanabilmektedir.

Olumsuz değerlendirmeler sıralanacak olursa da (Uygun, 2003:117);

- Özel okullar sadece zengin kişilerin çocuklarının eğitimini sağlamaya dönük kurumlar olarak görülmektedir.

- Özel okullar eğitimde fırsat eşitliğini bozmakta ve haksız rekabet ortamı oluşturmaktadır.

- Devletin arzuladığı insan tipini yetiştiremeyip, yabancı hayranı, tutucu bireyler yetiştirmeyi neden olmaktadır.

- Öğretim Birliği Yasasına aykırılık teşkil etmektedir.

- Gelir dağılımını düzenlemeden özel okulların geliştirilip, yaygınlaştırılmasının sosyal sınıflar arasındaki gelir eşitsizliğini arttıracakları ileri sürülmektedir (Korkut, "t.y":51).

- Özel okullara verilen devlet teşviklerinin kamu kaynaklarının yanlış kullanımına neden olduğu düşünülmektedir.

- Eğitimin fiyatlandırılmasının mümkün olamayacağı öne sürülmektedir.

### 3.3.2.2 Özel Dershaneler

Özel dershaneler öğrencileri; zayıf oldukları derslerden yetiştirmek ve bilgi seviyelerini yükseltmek, bir üst okulun giriş imtihanları ile okul dışından bitirme imtihanlarına hazırlamak,

([http://mevzuat.meb.gov.tr/html/26434\\_0.html](http://mevzuat.meb.gov.tr/html/26434_0.html)) Erişim Tarihi:12.10.2012 belli alanlarda ilerlemek maksadıyla araştırma ve inceleme yapmak, ilgi ve istidatları doğrultusunda ihtisaslaşmak isteyen öğrencilere gerekli imkan ve ortamı sağlamak, bu gibi öğrencileri tespit ve teşvik etmek maksadıyla açılan özel öğretim kurumlarıdır (Özkaya, 1993:9).

### 3.3.2.3 Özel Motorlu Taşıtlı Sürücüler Kursu

Motorlu taşıtlı sürücüsü yetiştirerek sınav sonucu sertifika veren ve trafik ile ilgili eğitim-öğretim yaptıran özel öğretim kurumlarıdır. ([http://mevzuat.meb.gov.tr/html/26434\\_0.html](http://mevzuat.meb.gov.tr/html/26434_0.html)) Erişim Tarihi: 12.10.2012.

### 3.3.2.4 Özel Kurslar

Kişilerin sosyal, kültürel ve meslekî alanlarda bilgi, beceri, yetenek ve deneyimlerini geliştirmek veya isteklerine göre serbest zamanlarını değerlendirmek üzere faaliyet gösteren özel öğretim kurumlarıdır. ([http://mevzuat.meb.gov.tr/html/26434\\_0.html](http://mevzuat.meb.gov.tr/html/26434_0.html)) Erişim Tarihi:12.10.2012.

Beceri kazandıran ya da herhangi bir iş ve meslek öğreten her türlü programda özel kurslar kendi içinde çok çeşitlilik göstermektedir. Bazıları şunlardır (Özkaya, 1993:10);

- Dil kursları
- Bilgisayar, muhasebe, sekreterlik vb kurslar
- Müzik kursları

- Bale, yüz, vücut, estetik bakım, mankenlik ve zerafet, güzellik uzmanlığı, stilistik,
- Biçki-dikiş, konfeksiyon, modelistik, kalıpcılık, desinatörlük, nakış, çiçek, dekoratif sanatlar, kumaş desenleme, giyim süsleme,
- Pilot, denizcilik ve gemi adamları yetiştirme kursları,
- Resim, teknik resim, fotoğrafçılık, cam süsleme, seramik vb.
- Açıköğretim kursları.

### **3.3.2.5 Özel Öğrenci Etüt Eğitim Merkezleri**

Öğrencilerin, derslerine çalışmalarına, ödev ve projelerini yapmalarına yardımcı olan, ilgi, istek ve yetenekleri doğrultusunda çeşitli faaliyetlerin yürütüldüğü özel öğretim kurumlarıdır (MEB, 2010:184). Bu kurumlar özellikle çalışan anne ve babaların çocuklarının okul dışı eğitimi için önemlidir.

### **3.3.2.6 Hizmet İçi Eğitim Merkezleri**

1739 sayılı Milli Eğitim Temel Kanununun genel ve özel amaçlarıyla temel ilkelerine uygun olarak kurum veya kuruluşların personeline istedikleri alanlarda hizmet içi eğitim yoluyla kurs, seminer, sempozyum, konferans, panel, sergi, defile, gezi vb eğitim veren merkezlerdir (MEB, 2010:185).

### **3.3.2.7 Uzaktan Öğretim Kurumları**

Çeşitli nedenlerle öğrenimlerini sürdüremeyenlere her türlü iletişim araçları ile eğitim-öğretim yapan kurumlardır (MEB, 2010:185).



### 3.3.2.8 Özel Eğitim ve Rehabilitasyon Merkezleri

Özel eğitim, Türk Milli Eğitiminin genel amaçları ve temel ilkeleri doğrultusunda özel eğitim gerektiren bireylerin; toplum içindeki rollerini gerçekleştiren, başkaları ile iyi ilişkiler kuran, işbirliği içinde çalışabilen, çevresine uyum sağlayabilen, üretici ve mutlu bir vatandaş olarak yetişmelerini, kendi kendilerine yeterli bir duruma gelmeleri için temel yaşam becerilerini geliştirmeye dönük olarak verilen eğitimidir (Şişman, 2004:74).

Özel eğitim gerektiren bireylerin konuşma ve dil gelişim güçlüğü, ses bozuklukları, zihinsel, fiziksel, duysal, sosyal, duygusal veya davranış problemlerini ortadan kaldırmak ya da etkilerini en az seviyeye indirmek, yeteneklerini yeniden en üst seviyeye çıkarmak, temel öz bakım becerilerini ve bağımsız yaşam becerilerini geliştirmek ve topluma uyumlarını sağlamak amacıyla faaliyet gösteren özel öğretim kurumlarıdır ([http://mevzuat.meb.gov.tr/html/26434\\_0.html](http://mevzuat.meb.gov.tr/html/26434_0.html)).Erişim Tarihi: 12.10.2012.

## 4. SOSYAL MEDYA KAVRAMI, ARAÇLARI VE EĞİTİM ALANINDA KULLANIMI

### 4.1 SOSYAL MEDYA KAVRAMI VE TANIMI

Sosyal medya kavramını oluşturan “sosyal” ve “medya” sözcükleri ayrı ayrı incelendiğinde Fransızca kökenli “sosyal” sözcüğü, Büyük Türkçe Sözlükte “toplumla ilgili, toplumsal, içtimai” anlamında bir sıfat, İngilizce kökenli “medya” sözcüğü ise birinci anlamıyla “iletişim ortamı”, ikinci anlamıyla “iletişim araçları” şeklinde bir isim olarak tanımlandığı görülmektedir (<http://tdkterim.gov.tr/bts/>) Erişim Tarihi: 03.11.2012. Sosyal ve medya sözcükleri bir araya getirildiğinde “toplumla ilgili iletişim ortamları, araçları” tamlamasına ulaşılmaktadır.

Sosyal medya kavramı ilk kez San Francisco merkezli Guidewire Group'un kurucu ortaklarından olan Chris Shipley tarafından kullanılmıştır. “Online” şekilde iletişime ve bilgiye olanak sağlayan, katılımı ve işbirliğini destekleyen araçların tümünü içeren (Aslan, 2011:6) sosyal medya kavramı bloglar, microbloglar, wikiler, sosyal ağlar, sanal dünyalar, sosyal imleme siteleri, medya paylaşım siteleri vb. teknolojilerden oluşmaktadır.

Sosyal medya kavramının pek çok değişik şekilde tanımlanması ve zaman zaman web 2.0 teknolojileri yerine kullanılması genel bir tanımının bulunmasını güçleştirmektedir.

Sosyal medya, kullanıcıların birbirleriyle bilgi, görüş ve ilgi alanlarını paylaşarak etkileşim kurmalarını sağlayan online araçlar ile web sitelerini içermektedir ve aynı zamanda teknolojiyi, sosyal girişimciliği kelimeler, resimler, videolar ve ses dosyalarıyla birleştiren şemsiye bir kavramdır (Onat, 2010:105).

Sosyal medya, dar anlamda, dünya genelindeki bilgisayar ağlarıyla kurumsal bilgisayar sistemlerini birbirine bağlayan ve internetin gelişmesiyle de farklı bireyleri sanal ortamlarda buluşturan web tabanlı hizmetler olarak tanımlanmaktadır. Geniş anlamda ise, sınırları belli olan bir sistemde

bireylere açık, yarı açık profil oluşturma imkanı sağlayan ve farklı kişilerle bağlantıda olan kişilerin listesini gösteren web tabanlı hizmetler olarak açıklanmaktadır (Kuşay, 2010:67).

## 4.2 SOSYAL MEDYANIN ÖNEMİ VE ÖZELLİKLERİ

Elektronik iletişimin temeli olan internetin ortaya çıkardığı gelişim ve kullanıcı sayısının artışı sonucu çeşitli uygulama alanları ortaya çıkmıştır. Bu alanlardan biri olan sosyal medya, karşılıklı etkileşime imkan tanıyarak, bilgi akışını sağlamakta ve farklı bireylerin aynı sanal ortam içinde ortak konular etrafında buluşmasını mümkün kılmaktadır (Kuşay, 2010:61). Online medyanın yeni türü olarak ortaya çıkan sosyal medya şu karakteristik özellikleri barındırmaktadır (Akıncı Vural ve Bat, 2010:3352);

- **Topluluk:** Sosyal medya ortak ilgi alanları içinde bireylerin gruplaşmasına ve diğer gruplarla daha hızlı ve etkili iletişimi biçimlendirme konusunda toplulukları olanaklı kılmaktadır.
- **Bağlanmışlık\Birbirine bağlı olma:** Pek çok sosyal medya aracı bağlanmışlık ile gelişerek diğer sitelere bağlantı verip ağları birbirine bağlamaktadır.
- **Kalıcılık:** Geleneksel medyada bir makale basıldıktan sonra üzerinde değişiklik yapılamazken sosyal medyada anında değiştirilip, düzenlenebilmektedir (Yiğit, 2011:13).
- **İçeriğin yeni öznesi:** Geleneksel medyada sadece üreticinin ya da yöneticinin oluşturduğu içerik kullanıcıya sunulurken sosyal medyada içeriği kullanıcılar üretmektedir (Çetin, 2010:34)
- **Katılım:** Sosyal medya ortamı iletişim kurmayı, geri bildirim almayı ve herkesin katkısını teşvik etmektedir (Akar, 2010:18)
- **Yalınlık:** Sosyal medyadaki üslup ve dil, kullanıcılara ait olduğu için gündelik ve tanımlayıcı ifadeler içermektedir (Çetin, 2010:35).

- **Karşılıklı konuşma-İletişim:** Geleneksel medyada herkese yayın (içeriğin izleyiciye tek yönlü dağıtımı) söz konusuysen sosyal medyada çift yönlü iletişim imkanı bulunmaktadır (Durmuş vd., 2010:12).

- **Erişilebilirlik:** İstenen bilgiye her an ulaşmayı sağlaması sebebiyle sosyal medya erişilebilirliği en fazla olan ve az ya da sıfır maliyetle kullanılabilen bir platformdur (Yiğit, 2011:13).

- **Açıklık:** Pek çok sosyal medya sitesi bilgi paylaşımına, oylama yapmaya ve yorum yapmaya açıktır (Akar, 2010:18).

- **Dinamiklik:** Her şeyin her an güncellenebilmesinin mümkün oluşu geleneksel medyaya kıyasla sosyal medyayı dinamikleştirmektedir (Çetin, 2010:35).

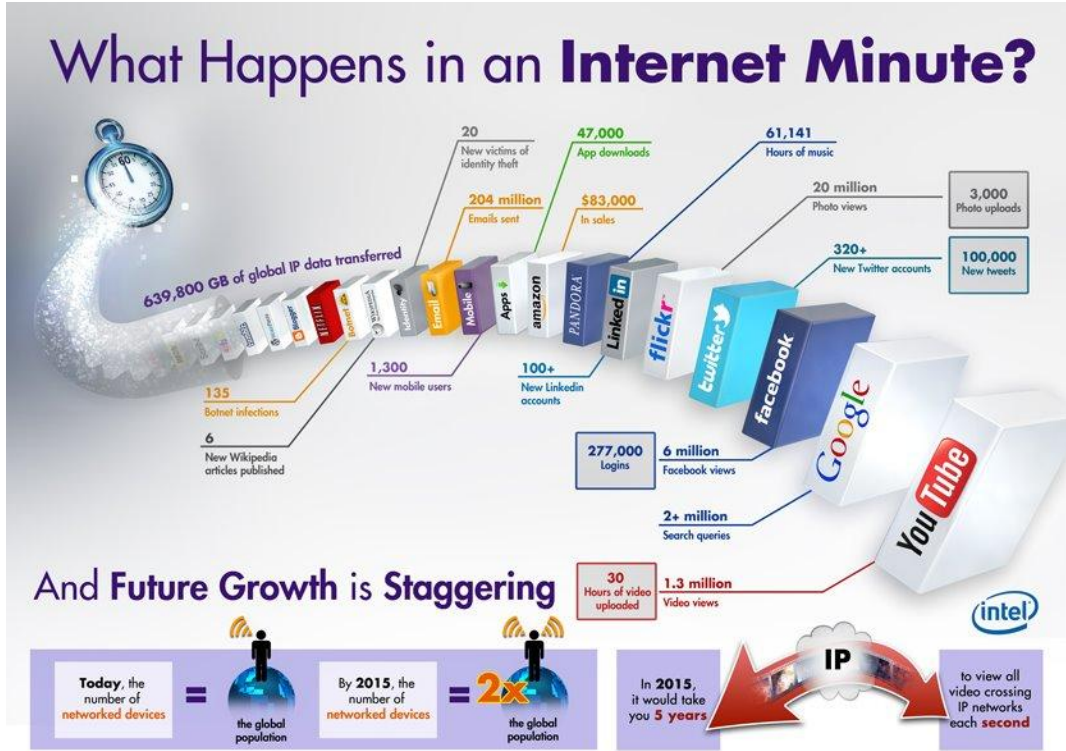
Sosyal medyanın bu özellikleri sayesinde bireyler yüz yüze konuşmaktansa “chat”leşmekte, “blog”larda yazı yazmakta, internette sevdiklerini bulmakta, tanıdıklarıyla ilgili kişisel bilgileri takip ederek her tür duygu ve düşüncelerini bu ortamlarda paylaşmaktadır. Sosyal medyanın sosyalleşmeyi sağlayıcı bir araç olmasının yanında işletmelere de önemli etkileri bulunmaktadır. Sosyal medya ortamlarının kalabalıklaşması sonucu işletmeler hedef kitlelerine daha kolay ulaşabilmekte, ürün ve hizmetlerini tüketicilere sunma ve farkındalıklarını arttırma yönünde önemli avantajlar elde etmektedir (Durmuş vd., 2010:13).

Kullanıcılara sağladığı katılım, açıklık ve konuşma gibi yer ve zaman kısıtlaması olmayan olanaklarla, kurumların hedef kitleleriyle aralarında çift yönlü ve dengeli iletişimi sağlaması sosyal medyanın iki yönlü simetrik iletişim ortamı olmasına yol açmaktadır (Onat, 2010:105). Sosyal medyanın hızlı, ucuz, inandırıcı, güncel ve iletişimi kolaylaştırıcı olması özellikle de toplumun davranışlarını etkilemesi önemini büyük ölçüde arttırmaktadır. Her geçen gün kurumlar ile bireyler açısından sosyal medya içinde var olmak, takip etmek, yanıt vermek ve aktif rol üstlenmek bir hayli önem arz etmektedir.

### 4.3 SOSYAL MEDYANIN GELİŞİMİ VE TEKNİK YÖNÜ

ABD Savunma Bakanlığı tarafından bilim ve teknolojinin en iyi şekilde orduya uygulanması için dört bilgisayarı içeren ARPA-NET (Amerikan Gelişmiş Savunma Araştırmaları Dairesi Ağı) projesi (Bostancı, 2010:28) 1960'lı yılların sonunda bir Amerikan Askeri Savunma Projesi şeklinde geliştirilmiştir. Projenin özü olan "araştırma ve araştırmacıları birbirine bağlamak" bugünkü internetin temellerini oluşturmaktadır. 1980'li yılların sonundaysa internet bireysel kullanıma sunulmuş, 1990'lı yıllarda devletler hatta devletler üstü düzeyde tanınır ve sahiplenilir olması için de pek çok proje geliştirilmiştir. Tüm bu gelişmelerin sonucunda da toplumsal, küresel ve ideolojik bir fenomen hatta mitos halini almıştır (Sözen, 2012:9).

İnternetin bugünkü kullanımına ulaşmasını sağlayan web kavramı ise, fizikçi Tim Berners Lee ve ekibince 1991'de İsviçre'deki CERN Nükleer Araştırma Merkezi laboratuvarlarında geliştirilen, birbiriyle bağlantılı, internet üzerinde çalışan ve "www" ile başlayan adreslerdeki sayfaların görüntülenmesini sağlayan bir servis olarak geliştirilmiştir ([http://tr.wikipedia.org/wiki/World\\_Wide\\_Web](http://tr.wikipedia.org/wiki/World_Wide_Web)). Erişim Tarihi: 04.11.2012. Web ya da W3 (World Wide Web), "global ağ" terimi, dünyanın her yerindeki "web sunucuları" denilen bilgisayarda kayıtlı milyonlarca dosyadan oluşmuş bir bütündür. Yazı, resim, ses, film, animasyon gibi birçok değişik yapıdaki veriye kompakt ve etkileşimli şekilde ulaşmayı sağlayan çoklu hiper ortam sistemi olarak da tanımlanmaktadır (Sayımer, 2008:27). WWW, internetin yaygınlaşması ve hızının artmasında en etkili teknolojilerden biridir. Üniversiteler, araştırma kurumları ve kütüphaneler de internetin ilk kullanıcılarıdır.



**Şekil 1 What Happens in an Internet Minute?**

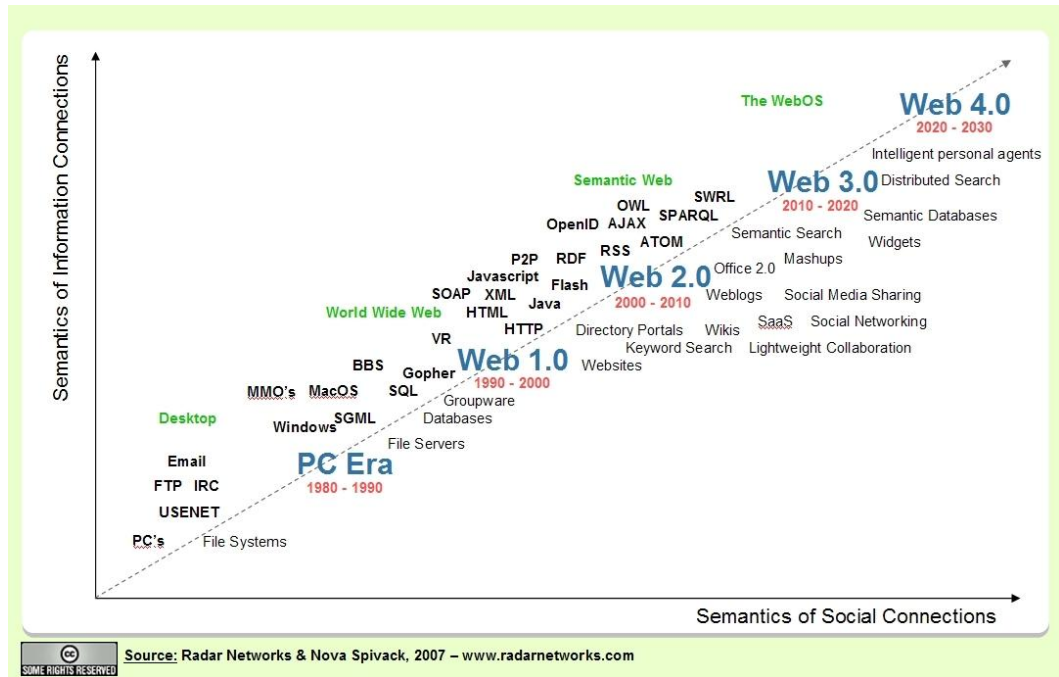
Kaynak : (<http://www.intel.com/content/www/us/en/communications/internet-minute-infographic.html>) Erişim Tarihi: 04.11.2012.

İnternet teknolojisi Türkiye’de ilk olarak, 1987’de Ege Üniversitesi öncülüğünde Türkiye Üniversite ve Araştırma Kurumları Ağı ile kullanılmaya başlanmış ve ilk internet bağlantısı da 1993’te ODTÜ’de gerçekleştirilmiştir. Sonrasında Ege, Bilkent, Boğaziçi ve İTÜ bunu takip etmiştir. 1996 da ise TURNET internetle ilgili çalışmalarına başlayarak pek çok sitenin kurulmasını sağlamıştır (Uluğ Yurttaş, 2011a:12). 1997 yılında ise ULAKNET akademik kuruluşların internet bağlantısını sağlamaya başlamıştır. 1999 da ise TURNET yerini TNet’e bırakmış ve 2000’lere gelindiğinde TNet ile ticari kullanıcılar ULAKNET ile de akademik kuruluşlar internet erişimine sahip olmuştur (Bostancı, 2010:29).

Günümüzde, web teknolojileri gelişim açısından incelendiğinde Web 1.0 (www), Web 2.0, semantik web (Web 3.0) ve Web 4.0 kavramları üzerinde durulmaktadır.

### 4.3.1 Web 1.0 - Web 2.0 - Web 3.0 (Semantic Web) ve Web 4.0 Kavramları

Web'in gelişimi "Semantik Dalga Araştırma Raporu"na göre dört evrede ele alınmaktadır. Bu evreler Web 1.0 olarak adlandırılan bilgiye erişim ve ağda yer almanın söz konusu olduğu ilk evre, insanlar arası iletişimi amaçlayan Web 2.0 kavramıyla açıklanan ikinci evre, bilgileri bağlayarak interneti daha kullanışlı ve keyifli hale getirmeyi amaçlayan Web 3.0 evresi ve son olarak her yerde erişilebilecek biçimde akılların birbiriyle bağlantısını sağlayacak olan Web 4.0 evresi şeklindedir (Gökçearslan, 2011:2-3).



Şekil 2 Web Teknolojilerinin Gelişim Süreci

Kaynak: (<http://novaspivack.typepad.com/RadarNetworksTowardsAWebOS.jpg>) Erişim Tarihi: 04.11.2012.

**Web 1.0:** Bu evre World Wide Web'i ifade etmekte ve 1994 ile 2004 yılları arasında oluşturulmuş web sitelerini içermektedir. Dinamik bir içeriği olmayıp tek yönlü iletişim sağlayan (Akbayır, 2008:25-26) Web 1.0 evresinde kullanıcılar sadece okuyucu ve bilgiyi alan konumdadır. Etkileşim çok sınırlı

ya da yok gibidir yani internette yayınlanan bilgileri kullanıcı pasif şekilde almaktadır (Öztürk, 2011:9). Web siteleri statik yapıdadır. Sitelerde firmanın ve ürünün tanıtımı öne çıkarken ziyaretçiler yorum ya da eleştiri yapıp, içeriğe doğrudan katkı sağlayamamaktadır. Web sitesi tasarımları da aynı şekilde tekdüze ve birbirine benzer görünümündedir. Etkileşim sadece “e-mail” aracılığıyla sağlanabilmektedir (Eldeniz, 2010:21). Bu web anlayışının temelinde bir içerik yayıncı bir de içerik okuyucu bulunmakta ve Web 1.0 ile site ziyaretçileri arasında etkileşim sağlanamamaktadır (Demirli ve Kütük, 2010:98). Geleneksel eğitim-öğretim yöntemlerinde öğretmenin aktif, öğrencinin pasif olması durumuyla Web 1.0’ın bu özelliği açıklanabilmektedir. İletişimin tek yönlü ve sınırlı olması etkileşim gerektiren diğer alanlardaki gibi eğitim-öğretimde de Web 1.0’ın etkili bir iletişim yöntemi olarak kullanılamaması sonucu doğurmaktadır.

- **Web 2.0:** O’Reilly Media tarafından 2004 yılında kullanılmaya başlayan Web 2.0, ikinci nesil internet hizmetlerini, iletişim siteleriyle, wikileri, iletişim araçlarını yani interneti kullanan kişilerin birlikte ve paylaşarak ortaya çıkardığı, tartışmaya açık bir sistemi ifade etmektedir (Yiğit, 2011:14). Yaşayan Web, The Hypernet, Aktif Web ve Oku/Yaz Web’i gibi değişik adlarla anılan Web 2.0 adı ne olursa olsun her yerde hazır olan ve insan hayatının hemen hemen her alanını yeniden şekillendiren bir global bilişim ve işbirliği platformudur (Tapscott ve Williams, 2007:32).

Bu dönem kullanıcıların web sitelerine katılımı sonucu etkileşimin arttığı ve etkileşime dönük yeni web sitelerinin ortaya çıktığı evre olarak göze çarpmaktadır (Eldeniz, 2010:21). Web hizmetini iyileştirme için ziyaretçilerin siteye katılımlarını sağlamak, aynı amaca yönelik diğer sitelerle ve ziyaretçilerle işbirliği yapmak düşüncesine dayanan bir akım olan Web 2.0 haberdar olmayı, katılımı teşvik etmeyi ve siteler arası işbirliğini içermektedir. Özetle Web 2.0’daki bilgi kavramı yeniden şekillenerek, istenilen zaman, ortam ve şekilde erişilebilecek bir hale gelmiştir ve web’den alınan bilginin yanında ona katılan bilgi ile var olma durumu söz konusudur (Uzunoğlu vd., 2009:86-87).



Tim O'Reilly'e göre "Web 2.0, bilgisayar endüstrisinde internetin bir düzlem olarak ilerlemesiyle oluşmuş bir işletme devrimidir ve bu düzlemin kurallarını başarı için anlamaya çalışmaktır. Bu kurallar arasında en önemlisi ağ etkilerini daha çok kullanabilmesi için programlar kurmaktır." Web 2.0; Vikipedi, Youtube, Flickr, Delicious, Ekşi Sözlük, Facebook, Twitter vb. arkadaşlık sitelerinin kullanıcıların diğer kullanıcılarla iletişim kurmak için içinde buldukları internet siteleri ya da kullandıkları programlardır (Sayımer, 2008:29).

Web 2.0 dönüşümüyle internet, kullanıcı sayısını arttırarak, kullanıcıların aralarındaki paylaşımın arttığı, gerçek hayatlarına benzer biçimdeki hayatları internette de yaşamaya yakın bir değişim geçirdikleri bir yer olmuştur. Bu sebeple, Web 2.0 teknolojisi üzerine kurulu etkileşim ve içerik paylaşımı sağlayan online uygulama ve platformlar sosyal medya olarak adlandırılmaktadır (Uluğ Yurttaş, 2011a:13). Sosyal medya, "kullanıcılara enformasyon, düşünce, ilgi ve bilgi paylaşım imkanı tanıyarak karşılıklı etkileşim yaratan çevrimiçi araçlar ile web siteleri için ortak kullanılan bir terimdir"(Sayımer, 2008:123).

Web 2.0 ortamlarının temel özelliği kullanıcının tasarım bilgisini gerektirmeyen ve kullanıcının isteklerinin düşünüldüğü uygulamaların ortaya çıkmasıdır. Bu uygulamalar sonucu insanlar web tasarım teknikleriyle uğraşmadan fotoğraflarını, ifade etmek istedikleri teknik ya da sosyal içerikleri ve ziyaret ettikleri siteleri pek çok insanla rahatça paylaşır hale gelmiştir (Çetin, 2010:18).

Web 2.0 siteleri kullanıcının içeriğe müdahalesine imkan tanıyan siteler olarak belirli yönlerden ortak bazı karakteristiklere sahip bulunmaktadır. Bunlar (Akar, 2010:13-14):

**1. Gerçek bağlı dünya:** Bir milyardan fazla insan internet kullanmaktadır.

**2. Network etkisi:** Daha fazla kişi bir yazılımı, ürünü ya da hizmeti kullandıkça değerini daha da arttırmaktadır. Bazı yazılımlar kullanıcıların "kolektif akı" kullanması için özellikle tasarlanmıştır.

**3. Yardımcı yaratıcı olarak kullanıcılar:** İnsanlar online materyallerin sadece okuyucusu değil aynı zamanda yazarı ve yaratıcısı konumundadır. Sağladıkları katkı yazılım ve hizmetlerin değerini arttırmaktadır.

**4. Yetki genişlemesi:** İnterneti kullananların bilerek ya da bilmeyerek yaptıkları ortak hareketlerinin gücü büyük etkiye sahip olabilmektedir.

**5. Açıklık:** Veri ya da yazılım gibi internetin parçası olan uygulamaları insanlar çok az ücretle ya da ücretsiz elde edebilmektedir.

**6. Karma hale getirebilme:** Çok kaynağı birleştirme (İngilizcesi mashup) olarak adlandırılmaktadır.

**7. Ortaya çıkma:** Geçmişte yazılımın nasıl kullanılacağına tasarımcıları karar verirken Web 2.0 yazılımı, esnek yapı sunarak kullanım yollarını kullanıcılara dayandırmaktadır.

**8. Zengin deneyimler:** Web siteleri videolarla, resim ve canlı görsellerle dolu olduğundan giderek gerçek yaşam deneyimlerine benzemektedir.

**9. Bir platform olarak web:** Önceki yıllarda web sitesindeki bir yazılımı kullanmak yavaş ve sıkıcı iken masaüstünde çalışan bir yazılımı kullanmak hoş ve güvenilir. Bu nedenle daha çok yazılım yapan kişi web üzerinde uygulamalarını başlatmayı tercih etmektedir.

**10. “Uzun Kuyruk” Teorisi:** Wired kitabı editörü Chris Andersonca internet tabanlı e-ticaretin gerçek ticaretten farkını anlatırken ortaya çıkartılan bir teoridir. Anderson, Amazon.com ve Netflix gibi e-ticaret sitelerinin farklı hareket ettiğini çok satan ürünler buldursalar da bu ürünlerin satışlarının daha popüler ürünlere göre toptan satılan az popüler ürünlerin olduğu kataloglardan oluştuğunu belirtmektedir. Buna da “Uzun Kuyruk” denilmektedir.

- **Web 3.0 (Semantic Web):** Semantik web kavramı, www'nin mucidi Tim Berners Lee tarafından 1999 yılında ortaya atılmıştır. İnsanlarla ve birbiriyle anlamlı ilişkilendirmeler çerçevesinde anlaşılabilen web sistemlerine işaret eden (Şendağ, 2008:998) Web 3.0 semantik kelimesinden

türetilen anlambilimsel olarak tanımlanan bir kavramdır. Web teknolojilerinde yeni bir bilgi fırtınası olarak devrim niteliğinde yenilikler içeren Web 3.0, özde birbiri arasında anlamsal ilişki kurulmamış bir veri yığını olan www'nin anlamlı hale getirilme serüvenidir (Yağcı, 2009:138). Bununla beraber Web 3.0 web sitelerinin kullanıcıların ilgi alanlarına göre kişiselleştirilmesine yani kullanıcılara göre farklı tepkiler veren web siteleri oluşturulmasına olanak sağlayan yeni nesil web olarak da ifade edilmektedir (Demirli ve Kütük, 2010:98).

Anlamsal web diğer bir bakış açısıyla, yapay zekayı temel alan bilgi sunumu ve web teknolojilerinin ortak yaşamı olarak görülen aynı zamanda yapay zeka teknolojilerinin web geliştirme ve adaptasyon sürecine uyarlanması sonucu gelişmekte olan bir alan olarak görülmektedir. Semantik web teknolojisi esnek, zeki bilgi sistemlerinin inşa edilmesi için çaba sarf edilen bir yaklaşımdır (Gökçearslan, 2011:5-6).

Web 3.0 teknolojisi, web siteleri üzerinden bilgi çıkarımı yapan, kişiye özel ve etkili sonuçlar veren içerik tabanlı arama motorları ile kişisel farklılıkların ya da özelliklerin web siteleri üzerinden toplanıp bilgilerin değerlendirildiği portalların geliştirilmesi temeline dayanmaktadır. Bilgisayarların ihtiyaç duyulan bilgiyi farklı web sitelerinden toplayabilmesi mantığına dayalı olan anlamsal web, giderek büyüyen ve devasa bir veri ambarı olan web'in içinde arzu edilen bilgiye hızlıca ulaşmayı sağlamaktadır (Demirli ve Kütük, 2010:98,100).

Web 3.0'ın yapısı incelendiğinde üç ana özellik göze çarpmaktadır. Bunlar (<http://seset.ceit.metu.edu.tr/2012/01/web-1-0-2-0-3-0-4-0/>) Erişim Tarihi: 04.11.2012.:

1. **Kişiselleştirme:** Arama motorlarının, arama sonuçlarını kullanıcının webde bıraktığı izleri takip ederek kişisel tercihlerine göre ayarlama özelliği olarak tanımlanmaktadır. Daha açık bir ifadeyle, "Bugün ne yemeliyim?" şeklinde bir sorgu yapıldığında arama motoru diyet ve yemek alışkanlıklarına göre eleme yaparak en uygun seçenekleri menüler halinde sunmaktadır.

2. **Yapay Zeka:** Kullanıcıların İnternet üzerinde yaptıkları aramalardan ve paylaşımlardan anlam çıkarıp kullanıcının neler yapmak isteyeceğini tahmin etme özelliğidir. Örnek olarak amazon.com sitesinden HTML5 ile ilgili birkaç kitap inceledikten sonra tekrar siteye giriş yapıldığında ana sayfada önerilen ve gözden geçirilmesi tavsiye edilen HTML5 ile ilgili kitaplar görülebilmektedir.

3. **Hareketlilik:** Kullanıcıların kişiselleştirilmiş içeriklerine zaman, mekan ve medya ortamı kısıtlaması olmadan erişebilmesi anlamına gelmektedir. Bu açıdan, akıllı telefonlar, tablet bilgisayarlar, akıllı televizyonlar, oyun konsolları, vb. erişim için en önemli araçlar haline gelmektedir.

Kısacası, Web 3.0 İnternet'in zeki hali olarak tanımlanmaktadır. Başka bir ifadeyle, Web 3.0 aramalarda anahtar kelimeler kullanmak yerine tıpkı bir başka insanla iletişimde olduğu gibi doğal dilin kullanılarak, yani daha anlaşılabilir tümcelerle, istenilen sonuca ulaşmayı sağlamaktadır.

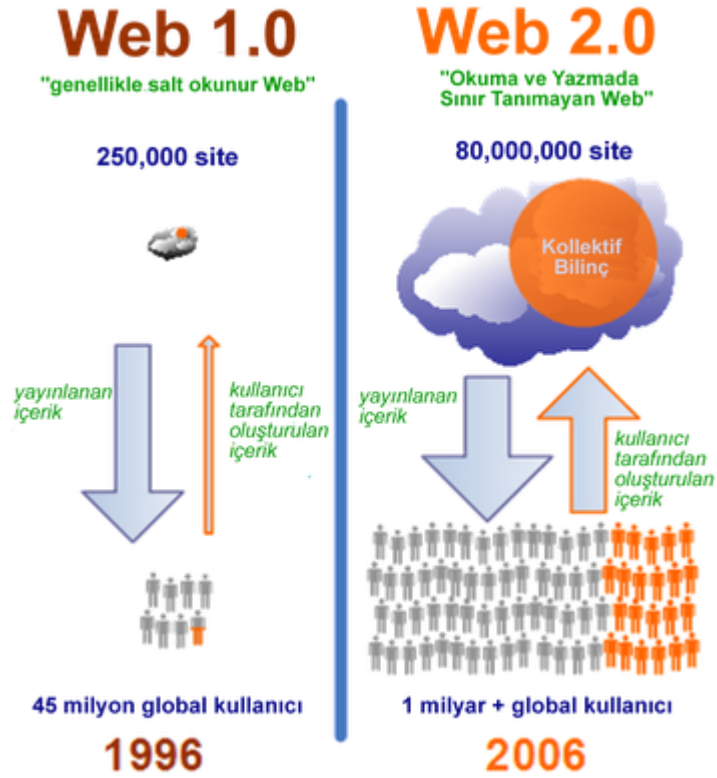
- **Web 4.0:** 2020 yılından sonra tam anlamıyla gerçekleşeceği düşünülen Web 4.0 da etkileşimin ve entegrasyonun en üst seviyeye çıkarılmaya çalışılacağı öngörülmektedir. Özellikle açık platformlar sayesinde daha fazla hizmetin bütün ortamlar üzerinden birbiriyle iç içe ya da birlikte kullanılacağı düşünülmektedir. Fiziksel dünya ile sanal dünya arasındaki sınırların neredeyse kalkacağı, bütün gerçek ve sanal araçların birbirleriyle sürekli bağlantı halinde olacağı varsayılmaktadır. Web 4.0'dan beklenen yapay zekanın büyük oranda sanal ortama girmesidir. Böylelikle doğal dil işleme, ses tanıma, diller arası çeviri, akıllı video ve resim işleme ve web'in anlam boyutu gibi teknolojiler sarsıcı yeni gelişmeleri beraberinde getirecektir (Yağcı, 2009:143).

Web 4.0'ın tanımlamasında sanallaştırma ön plana çıkmaktadır. Web 4.0 uygulamalarının Yapay Zeka teknolojisinin yanı sıra Zenginleştirilmiş Gerçeklik (Augmented Reality) teknolojisinden de faydalanması beklenmektedir. Ayrıca, kişisel dosyaların, verilerin ve içeriklerin depolanmasında Bulut Bilişim uygulamalarının öne çıkması ve yerel disk kullanımının ortaya çıkardığı sorunları ortadan kaldırması beklenmektedir.

Ancak bu uygulamalar için yüksek hızlı internet bağlantısı gibi teknik altyapılar da öngörülmektedir (<http://seset.ceit.metu.edu.tr/2012/01/web-1-0-2-0-3-0-4-0/>).Erişim Tarihi: 04.11.2012.

#### 4.3.1.1 Web 1.0 ile Web 2.0 Karşılaştırılması

İnternet ilk olarak Web 1.0 şeklindeyken yani kullanıcıların sadece internette aktif olmadan faydalandığı bir platform iken Web 2.0 döneminde kullanıcıların kendilerine ait pek çok düşünceyi ve tasarımı internete dahil edebilme fırsatını elde ettikleri bir ortam olmuştur.



Şekil 3 Web 1.0 ile Web 2.0 Arasındaki İletişim Farkı

Kaynak: (Zafarmand , 2010: 16)

**Tablo 1 Web 2.0 Algılamasında Öne Çıkanlar**

	<b>Web 1.0</b>	<b>Web 2.0</b>
Platform	Netscape, Explorer...	Google Hizmetleri, AJAX
Web Sayfaları	Kişisel Web Siteleri	Bloglar
Kelime İşlemci	Microsoft Word	Google Docs (Writely)
Portallar	İçerik Yönetim Sistemleri	Wikiler
Ansiklopedi	Britannica Online	Wikipedia
Bilgi	Taksonomi	Folksonomi
Kaynaklar	URL'ler	Sindikasyon, RSS
Arama	Alan Adı Spekülasyonu	Arama Motoru Optimizasyonu
Rol	Yayımlama	Katılım, İşbirliği
Medya Sağlama	Netmeeting	Skype
İçerik	Akamai (İçerik Dağıtma)	BitTorrent (P2P)
Metrikler	Sayfa Görme	Tıklama Başına Maliyet

Kaynak : (Akar, 2010: 11)

Web 1.0 ile web 2.0 arasındaki farkları sıralamak gerekirse (Akar, 2010:14, 15);

1. Web 1.0, “salt okunur” web arayüzüne odaklanırken, Web 2.0 değerini geniş kullanıcı katkısıyla oluşturduğu “oku-yaz” web arayüzüne odaklanmaktadır.

2. Web 1.0’da içerik oluşturanlar az sayıdayken ve kullanıcıların çoğu sadece içerik tüketicisi olarak hareket ederken Web 2.0’da her katılımcı içeriğin oluşturucusu olabilmekte bununla birlikte bu potansiyelini maksimize edecek pek çok teknolojik yardımcı donatılmaktadır.

3. Web 1.0, ilgili bilgiye bağlantılar içeren elektronik bilgi webini (hipertext webi), Web 2.0 ise sosyal webi ifade etmektedir.

4. Web 1.0 insanlar tarafından oluşturulan internet uygulamalarının kullanıldığı bir dünya iken, Web 2.0 oluşturulan bu uygulamaların değiştirilebildiği, kontrolün insan eline geçtiği bir dünyadır (Aşman Alikılıç, 2011:5).

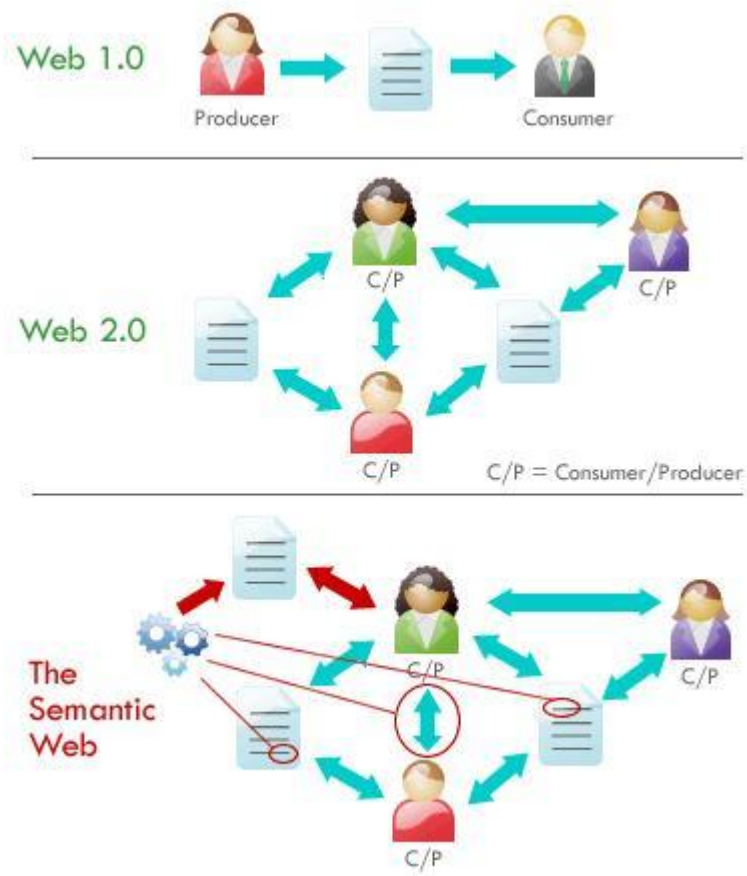
5. Web 1.0 araçları Web 2.0 araçlarına göre etkileşim ve iletişim açısından yetersiz kalmaktaydı. Web 2.0 uygulamalarının kullanıcılar teknik bilgi gerekmeksizin içerik oluşturma, düzenleme ve bilgiyi kişiselleştirme olanağı tanınması ile Web 1.0'daki tek yönlü iletişim Web 2.0'da çift yönlü olmuştur (Öztürk, 2011:12).

6. Web 1.0 internet kullanıcılarının mevcut bilgiye ulaşabildikleri bir yayın ortamı iken Web 2.0 ile insanlar birbirleriyle etkileşime girerek webde içerik oluşturur hale gelmiştir (Yiğit, 2011:17).

7. Web 1.0'da web sitelerinde statik web sayfalarıyla ders verir gibi tek taraflı iletişim varken Web 2.0'da kullanıcıların oluşturdukları içeriğin paylaşılması ve beraber içerik oluşturma sürecine katılabilmeleri mümkün olmaktadır (Yiğit, 2011:17).

#### **4.3.1.2 Web 2.0 ile Web 3.0 Karşılaştırılması**

İnternet üzerindeki içeriğin birbiriyle ilişkilendirildiği ve cümlelerle ifade edilebilir hal aldığı, internetin dev bir veri tabanına dönüştüğü, makinelere soru sorulabildiği, makinelerin birbirleriyle iletişime geçerek sorulan sorulara yanıt arayabildiği kısaca, makinelerin konuşmayı öğrendiği, servis ve sunucu merkezli yaklaşımların yerini kullanıcı merkezli dağıtık bir yapıya bıraktığı yeni çağ-yeni yapı Web 3.0 olarak tanımlanmaktadır. Web 3.0, günümüzde kullandığımız Web 2.0'in geliştirilmiş-genişletilmiş yeni hali olarak, hangi bilginin; anlamının ne olduğunun bilgisayarlarca daha iyi anlaşıldığı ve insanların işine daha çok yarayan olanağı sunan, web'in ileriye dönük konumlandırılmasıdır (Yağcı, 2009:140).



#### Şekil 4 Web'in Gelişim Süreci

Kaynak : (<http://www.courseworkmojo.co.uk/web-3.0-is-a-clear-development-from-web-1.0-and-web-2.0>) Erişim Tarihi: 04.11.2012.

Web 2.0 ile Web 3.0 arasındaki farkları sıralamak gerekirse (Akar, 2010:166-167);

1. Web 2.0, kullanıcı ve üreticilerin içerik oluşturmasını hedeflerken, Web 3.0 veri setlerine bağlanmayı hedeflemektedir.

2. Web 2.0'da Google tarafından önerilen, eş zamanlı olmayan AJAX programlama dili kullanılırken, Web 3.0'da RDF teknolojisi kullanılarak daha fazla içerik bütünleştirilmektedir.

3. Web 2.0'da insanlar veri analizinde fiziksel olarak daha büyük rol oynarken, Web 3.0'da insanlara makineler veri analizi konusunda yardım edebilmektedir.



4. Web 2.0'ın temsilcisi olabilecek web siteleri Google, webloglar, Facebook ve Wikipedia iken, Web 3.0'da Dbpedia ve SIOC project'tir.

**Tablo 2 Web 2.0 ile Web 3.0 Karşılaştırması**

WEB 2.0	WEB 3.0
"Ayrım gözetmeksizin oku-yaz webi"	"Taşınabilir kişisel web"
Topluluklara odaklanma	Bireye odaklanma
Bloglar	Yaşam akışı (İngilizcesi lifestream): Dökümanların zaman düzenlemeli akışı, sosyal aktivite akışları olarak da ifade edilmektedir.
İçerik paylaşımı	Dinamik içeriği birleştirme
XML, RSS	Anlamsal web
Web uygulamaları	Kullanıcı ile bilgisayar arasında etkileşimi olanaklı kılan grafiksel semboller (İngilizcesi widgets), sürükle bırak mashuplar
Etiketleme (Folksonomi)	Kullanıcı davranışı (me-onomy)
Google	iGoogle, NetVibes
Tıklama başına maliyet	Kullanıcı bağlılığı
Zengin medya, virallik	Reklam ve eğlenceyi birleştiren bir iletişim formu (İngilizcesi advertainment)

Kaynak : (Akar, 2010:168)

Web 2.0'da bir arama motoruna aranılan şeyle ilgili yazılan birkaç anahtar sözcük kullanıcıya sadece o kelimeleri içeren web sayfalarını sıralarken, Web 3.0'da bilgisayar web sayfalarını yorumlama yeteneği kazanarak, aranılan bilgiye kısa zamanda ve en doğru sonuçlarla erişmek mümkün olacaktır.

#### **4.4 SOSYAL MEDYA ARAÇLARI (WEB 2.0 UYGULAMALARI)**

Güncellenebilen, ölçülebilen, interaktif ve paylaşımına açık mecralar olan sosyal medya araçları ve ortamları, yeni teknoloji ve yöntemlerin

kullanılması sonucu bireyler arası etkileşim imkanı sağlamaktadır (Yiğit, 2011:25). Böylelikle insanlar arasında doğal ve gerçek diyalog ortamları oluşmaktadır. Sosyal medya araçlarını cazip hale getiren önemli unsurlar bulunmaktadır. Bunlar (<http://www.hasansari.com.tr/upload/98603353.pdf>) Erişim Tarihi: 04.11.2012.;

- **Siteye Giriş İçin Basit Arayüzler:** Başarılı sosyal medya siteleri kullanıcılarını siteye giriş ve dolaşım esnasında yormayacak basit bir tasarımla hazırlanmaktadır. Kişilerin siteye girip, içerikten faydalanması ve siteye bir şeyler ilave edebilmesi için üyelik kolaydır ve basit kullanım esasına dayanmaktadır. Wikipedia'nın sloganı olan "Anyone Can Edit: Herkes Ekleyebilir" buna örnek gösterilebilir.

- **Kullanıcılara Eşit İmkanlar Sunma:** Kullanıcıların sosyal medya içinde aynı nitelikte olduğu varsayılmaktadır yani, kullanıcılara özgün içeriklerini ulaştırabilecekleri ve kişiselleştirebilecekleri siteler sunulmaktadır.

- **Paylaşılan İçerik Sahipliği:** Kullanıcıların paylaştığı her tür içeriğin yasal sorumluluğunun da kendisine ait olması sonucu daha sağlam içerikler oluşturulmakta ve gerçek dışı olmayan, kişilik haklarına saldırılmayan özenli web sayfaları üretilebilmektedir.

Sosyal medya araçları pek çok kaynaktan farklı şekilde sınıflandırılmasına rağmen en bilinen sosyal medya araçlarını aşağıdaki şekilde de yer aldığı gibi sınıflandırmak mümkündür.

Web 2.0 araçları olarak da adlandırılan en bilinen sosyal medya araçları yedi şekilde sınıflandırılmaktadır. Bunlar (Durmuş vd., 2010:12); İlki "çevrimiçi günlüğü" olarak isimlendirilen "bloglar", ikincisi günümüzde en popüler örneği Twitter olan küçük alanlı bloglar olan "mikrobloglar", üçüncüsü en bilinen örneği Wikipedia olan ve insanların bilgi içeriği düzenleyebildikleri ya da bilgi ekleyebildikleri toplumsal veritabanları olan "wikiler", dördüncüsü Facebook, Myspace gibi kullanıcıların kendi içeriklerini oluşturarak hazırladıkları profil sayfaları aracılığıyla arkadaşlarıyla ve diğer kişilerle içeriklerini paylaştıkları ortamlar olan "sosyal paylaşım ağları", beşincisi Flickr

ve Youtube gibi belirli içerikleri düzenleyen ve paylaşımına açan “içerik toplulukları diğer adıyla medya paylaşım siteleri”, altıncısı üye olunarak müzik ve video indirilebilen siteler olan “podcast”lerdir.



## Şekil 5 Sosyal Medya Araçları

Kaynak : (<http://sosyalmedya-danismani.com>) Erişim Tarihi: 05.11.2012.

Web 2.0'ın gelişim göstermesiyle bu ortamlara yeni araçlarda ilave olmuş ve kullanıcılar tarafından oldukça kabul görmüştür. Diğer sosyal medya araçlarının en bilinenleri, Del.icio.us gibi kullanıcıların online haber, hikaye, müzik, video v.b. öneriler yapmasını mümkün kılan “sosyal işaretleme (etiketleme) siteleri”, Secondlife gibi “sanal dünyalar”, içeriğe kolayca ulaşmayı sağlayan “RSS” ve kullanıcıların haberleri ve diğer linkleri ekleyebildikleri, oylayabildikleri böylelikle de hangi bağlantıların sunulacağına karar verebildikleri siteler olan “sosyal haber siteleri” dir.

#### **4.4.1 Bloglar (Weblog, Çevrimiçi Günlükler, Ağ Günlüğü )**

Sosyal medyanın en tanınmış araçlarından biri olan bloglar işleri kolaylaştıran, insanlara dış dünyadan istedikleri kişiyle istedikleri şeyi konuşma şansı veren dünyanın en büyük kahvehaneleri olarak tanımlanmaktadır (Tapscott ve Williams, 2007:60).Çevrimiçi günlük görevi gören bloglar kişisel web sayfalarından farklı olarak günlük olayları içermekte ve sürekli güncellenmektedir (Babür Tosun ve Levi, 2010:101).

Burada kısaca değinilen blog kavramının bir sonraki bölümde detaylı şekilde tanımı, türleri, özellikleri, oluşturulma aşamaları, kullanım alanları ve eğitimde kullanım biçimleri açıklanmaktadır.

#### **4.4.2 Mikrobloglar (Twitter)**

Mikroblog, kullanıcıların cep telefonu, e-posta ya da web tarafından dağıtılan kısa mesajlarla, anlık iletilerle mevcut durumunu tanımladığı yeni bir iletişim şeklidir (Yiğit, 2011:31). Mobil blogging'in yaygınlaşmasıyla büyüme gösteren mikrobloglar ağırlıklı olarak metin tabanlı mesajları toplu gönderme olanağı sağlamaktadır. Toplu gönderme de içeriğin tek bir butonla birden fazla yere gitmesi anlamına gelmektedir (Uluğ Yurttaş, 2011b:112). Bloglarla kıyaslandığında en önemli özelliği, anlık ve kısa içeriklerle başkalarıyla içerik paylaşılmasını sağlaması ve daha sık güncellenebilmesidir (Bostancı, 2010:53).

Mikrobloglar dünyanın herhangi bir yerinde olan bir gelişmeyi en hızlı duyuran platformlardır. Bir iki cümleyle sınırlı içerikle güncellenebilmeleri, cep telefonu ve iPhone gibi mobil araçlar ile kolayca kullanılabilmeleri, içeriğin hızlı yayılmasını sağlamaktadır (Kantemir Toros, 2012:58). Mikroblogların en önemli avantajı, kısa mesaj içerdikleri için kullanıcılarca kısa sürede incelenebilmeleridir. Bu alanlara her girişe "tweet-cıvılda" adı verilmektedir

(<http://www.hasansari.com.tr/upload/98603353.pdf>)

Erişim

Tarihi:

04.11.2012.

Kullanıcıların anlık olarak ne yaptıklarını başkalarıyla paylaşmasını sağlayan mikrobloglar, bloglara nazaran daha basit bilgi paylaşımı içeren, “şuradayım, şunu yapıyorum” gibi kısa ve anlık bilgilerin diğer takipçilerle paylaşımına olanak veren global iletişimi en hızlı destekleyen (Uluğ Yurttaş, 2011b:113) sosyal medya araçlarından biridir.

Web sitelerini, ürünleri ya da hizmetleri tanıtan veya şirket için organizasyonu sağlayan ticari mikrobloglar da bulunmaktadır. Mikroblogların özelliklerini sıralamak gerekirse (Aslan, 2011:19);

1. Mikrobloglar sanal ortamda fikirleri hızlıca açıklama ve tartışma ortamı yaratmayı mümkün kılmaktadır.

2. Hiç beklenmedik zamanlarda ve konularda topluluklar oluşmasını sağlamaktadır.

3. Süreç odaklı öğrenmeyi baz alan işbirlikçi bir çevre yaratmaktadır.

4. Farklı disiplinlerden gelen insanların gruplaşmasını kolaylaştırmaktadır.

5. Proje yönetiminde işbirliği yapmak ya da öğrencilerin düşüncelerini değerlendirmek gibi durumlarda yarar sağlamaktadır.

6. Konferans ve benzeri etkinliklerde destekleyici rol oynamaktadır.

7. Kişinin kendi kişisel öğrenme ağını kurmasını sağlamaktadır.

8. Günlük dilin kullanımını öğrenmeye, anlamaya yardımcıdır. Özellikle yabancı dil öğrenimi esnasında önemlidir.

9. Eğitim-öğretim sürecinde etkili olarak kullanılabilir.

İlk mikrobloglar tumbleblog olarak adlandırılıyordu ve ilk kez 12 Nisan 2005'te why the lucky stiff adındaki kullanıcı tarafından kullanılmıştır. 2006-2007 yıllarında Tumblr ve Twitter gibi sitelerin sağladıkları hizmetler için mikroblog terimi kullanılmaya başlanmıştır.

En popüler mikroblog siteleri Twitter, Tumblr, Plurk, Pownce, Jaiku ve whatyoudoin.com'dur.

**Twitter:** Twitter; gündemde son olarak neler olup bittiğinin paylaşıldığı bir mikroblog sistemidir. 2006 yılı Mayıs ayında Jack Dorsey, Evan Williams ve Biz Stone tarafından geliştirilen Twitter, internet üzerinden SMS (kısa mesaj) olarak ortaya çıkmıştır. Mobil teknolojilerden (SMS ile ya da internet ağı ile) takip edilebilmesi erişilebilirliğini ve hızını arttırmaktadır. İfade ve durumların metin ile aktarılmasının 140 karakterle sınırlı olması Twitter'ın mikroblog özelliğini, takipçiler aracılığıyla ağ içinde yayılması da sosyal ağ özelliğini göstermektedir (Odabaşı vd., 2012:94).

Kullanıcıların birbiriyle maksimum 140 karakter uzunluğunda kısa metin tabanlı mesajlar kullanarak iletişim kurmasını sağlayan ücretsiz mikroblogging hizmeti olan Twitter'ın asıl amacı, kullanıcıların ne yaptığını 140 karakter ya da daha azıyla cevaplamasıdır. Twitter e-mail, anlık mesajlaşma, metin mesajlaşma, blogging, RSS, sosyal ağlar v.b uygulamalarla benzer unsurlara sahip olmasına karşın benzersiz başka özelliklere de sahiptir. Bunlar (Çetin, 2010:51-52);

- Twitter'da gönderilen ve alınan mesajlar 140 karakteri geçmez ya da bir haber başlığı uzunluğundadır. Bu, yazma ve okumanın gerçekten kolay olması anlamına gelmektedir.
- Twitter'da mesajlar blog gönderileri gibi geneldir ve yazılanın görülmesi için insanlara izin verilmez. Bu da Twitter'da yeni insanlarla kolayca tanışabilme anlamına gelmektedir.
- Mesajlar kullanıcı seçimidir ve insanlar başkalarının mesajlarını akıcı bir şekilde elde etmeyi seçmektedir. Bu model "takip edilenler (İngilizcesi following)" olarak adlandırılmaktadır.
- Mesajlar, mobil telefon, bilgisayar, web sitesi ve masaüstü programları gibi çeşitli aygıtlarla alınabilmekte ve gönderilebilmektedir. Bu da Twitter'ın herkesin iş akışına uygun olması anlamına gelmektedir (Akar, 2010:59).
- Twitter, bir dağıtım biçimidir ve Twitter linkleri her ay sitelere milyarlarca tıklama göndermektedir.

İlk zamanlarda kişilerin anlık durumlarını paylaşmayı hedefleyen Twitter'ın kullanıcı sayısının artması ve şahısların bireysel kullanımının dışında ticari ve kültürel çeşitli kurumların da Twitter'ı iletişim ortamı olarak kullanmasıyla sitenin kullanıcılara sorduğu temel soru olan "what are you doing?" sorusu Kasım 2009'dan itibaren "What's happening?" olarak değişmiştir. Bu şekilde Twitter sadece kişisel olmaktan çıkarak insanlara sadece yaptıklarını değil, hayatlarının her alanında şahit olduklarını başkalarıyla paylaşma fırsatı vermiştir (Aslan, 2011:21).

#### **4.4.3 Wikiler (Wikipedia)**

Wikiler (vikiler), "What I Know Is (bildiğim kadarıyla)" kelimelerinin baş harflerinden oluşan erişim hakkına sahip kişilerce oluşturulan birbiriyle bağlantılı web sayfaları topluluğudur (Uluğ Yurttaş, 2011a:24). İlk wiki, 1995 yılında, yazılım mühendisi Ward Cunningham tarafından oluşturulmuştur. Cunningham'ın wikisi, yani sonraki tüm vikilerin modeli olan ve kullanıcı tarafından düzenlenen bir web sitesidir. Bir wikideki her sayfanın bir yerlerinde genellikle "düzenle" yazan ve okuyucunun sayfanın içeriklerini düzeltmesine ya da silmesine izin veren seçili bir alan bulunmaktadır. Bir kullanıcı belli bir web sayfasında herhangi bir şeyi düzenlediği anda wiki değişikliği kaydetmekte ve önceki versiyonu saklamaktadır. Bu sebeple, her wiki sayfası, tüm eski düzenlemelerin tarihi belgeleme olarak saklanması sonucu, biriken değişikliklerin toplamıdır (Shirky, 2010:99).

Wikiler, pek çok insanın internet sitesi hazırlamasına olanak sağlayan bir bilişim olmaktan daha fazlasını ifade etmektedir. Yeni bir ortaklık ve katılım çağını tanımlamak için kullanılan bir metafordur. Wikiler yapıları gereği insanların düşünme ve çalışma biçimlerine uyum sağlamak ve örgütlenmenin gereksinimleriyle kabiliyetleri değişikçe dönüşme esnekliğine sahip bulunmaktadır (Tapscott ve Williams, 2007:31).

Üyelerin diledikleri kurum ya da markanın bulunduğu alana yorum yazabildiği wikiler, kurumlar için özellikle geri bildirimlerin izlenmesi gerektiği

önemli çevrimiçi platformlardandır. Oluşturulması ve yönetilmesi kolay olduğundan wikilerde kurumlar, markalarını ve ürünlerini tanıtabilmekte, kurum hikayelerini yazabilmekte ve wiki sayfaları bir nevi kurma ait web sitesi gibi işlev görebilmektedir. Kurumlar, özellikle kurumsal bilgilerini paylaşarak, sürekli wikiler üzerinden güncelleme yoluyla e-posta gönderimini azaltabilmekte, arşiv ve veritabanı olarak kullanıp, kurum içinde de iletişim, eğitim ve dosya paylaşımı amaçlı kullanabilmektedir. Wikileri, diğer sosyal medya ortamlarından kesin hatlarla ayıran bir takım özellikler bulunmaktadır. Birincisi, wikilerde iletişim eş zamanlı değildir yani, içerik katkıları eş zamanlı yapılamamaktadır. İkincisi, içerikler çoklu kullanıcılar tarafından oluşturulabilmekte yani, wikiler çoklu içerik yazarlarının işbirliğine göre tasarlanmaktadır. Wikiler dinamik oldukları için, kullanıcılarca değiştirilebilmekte, silinebilmekte hatta manipüle edilebilmektedir. Bu sebeple kurumlar ve markaları için tehdit unsuru da olabilmektedir. Wikilerdeki eksik ya da hatalı bir bilgi bile okuyucuyu yanlış yönlendirebilmekte, kurum için bağlayıcı olabilmektedir. Aynı şekilde sayfadaki bazı linkler manipüle edilerek kurumun imajını zora sokacak farklı içerikli sitelere yönlendirilebilmekte ve kötü sözler ile iftiralar yazılabilmektedir (Aşman Alikılıç, 2011:40, 43, 45).

Wikiler, yapısal olarak blog sayfalarına benzese de blogtaki gibi tek bir yazara sahip değildir. Blog yazılarında ziyaretçiler yazarın yazılarına yorum yapabilmekte ancak içeriği değiştirememektedir. Wiki sayfalarında ise, herkes yazardır ve sitedeki “düzenle” seçeneğiyle yazılı olan metinleri değiştirebilmektedir. Bununla birlikte wikiler, sadece tanımların değil, hikaye kitaplarının, makalelerin, haber kaynaklarının, fotoğraf-ses-video gibi medya kaynaklarının da yer aldığı genişçe bir ortamdır (Aytekin, 2011:3).

En ünlü wiki şu anda, kalın ciltli kütüphaneleri işgal eden ansiklopedilerin yerini alan ve web'in sosyal yapısına uygun şekilde bilginin kullanıcılarca girildiği ve derlendiği Wikipedia ([www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org))'dır. Wikipedia'nın Türkçe dili kullanılan yazıları ise Vikipedi ([tr.wikipedia.org](http://tr.wikipedia.org)) adresinde bulunmaktadır (Odabaşı ve Odabaşı, 2010:236).

**Wikipedia:** Jimmy Wales ve Larry Sanger, Wikipedia'yı 2001 yılında ilk fikirleri olan Nupedia adlı yüksek kaliteli ücretsiz online ansiklopedinin bir



dalı olarak kurmuşlardır (Shirky, 2010:97,). Kar amacı gütmeyen Wikimedia Vakfı tarafından yönetilen ve finanse edilen Wikipedia'nın 15 Ocak 2001'de İngilizce sürümü hayata geçirilmiştir (Çevikel, 2010:58). İngilizce versiyonunda bir milyonun üzerinde kayıt bulunan ve Polonya dilinden Japoncaya, İbranice'den Katalanca'ya doksan iki kardeş sitesi olan Encyclopedia Britannica'dan on kat daha kapsamlı ve doğruluk derecesi aynı olan bir kaynaktır. Kuruluşunun ilk ayında 200 makale yayınlamış, ilk yılın sonunda ise bu sayı 18 bine ulaşmıştır (Tapscott ve Williams, 2007:24-25). Bugün itibariyle Wikiedia'da 100'den fazla dilde, 3.800.000 madde üzerinde çalışan 48.000 aktif editör bulunmaktadır. Katkıda bulunmak isteyen ziyaretçilerde herhangi bir özel nitelik aranmamakla birlikte her yaştan insan Wikipedia'da madde yazımına yardım edebilmektedir. (<http://tr.wikipedia.org/wiki/Vikipedi:Hakk%C4%B1nda#.C4.B0statistikler>).

Erişim Tarihi: 07.11.2012.

Wikipedia, işbirliği sonucu oluşturulmuş, patronu olmayan, on binlerce kişinin şevkle oluşturduğu, ücretsiz hizmet veren dünyanın en büyük ansiklopedisidir. Kullanıcılara internet sayfalarına girip içerik üzerinde değişiklik yapma, yenileme ve katkıda bulunma imkanı veren "wiki" adlı (Hawai dilinde çabuk anlamında kullanılan bir kelime) bir yazılım üzerine inşa edilen Wikipedia, herkesin fikirlerini paylaştığı bir açık ansiklopedinin taşıdığı risklere, kötü niyetli kullanıcılarla sabotajcılara karşı amansız mücadeleye rağmen kapsam, kalite ve yoğunluk açısından her geçen gün büyümektedir. Wikipedia'yı canlı tutmak için çeşitli görevleri severek yapan beş bin civarı çekirdek Wikipedia'lı grup bulunmaktadır. Yalnızca beş ücretli çalışanı bulunan Wikipedia'da işin çoğunu gönüllüler yapmaktadır. Yayımlanan her yazı ortalama olarak yirmi kez gözden geçirilmekte ve yollanan müstehcen içerikler ortalama 1,7 dakikada tespit edilip siteden çıkarılmaktadır (Tapscott ve Williams, 2007:101, 102, 103, 106). Wikipedia'da bir makale oluşturulduğu anda okunmaya başlanmakta ve kısa bir süre içinde kendiliğinden oluşan bir okuyucu kitlesi katılımcı olmaya karar vermektedir. Katılımcıların bazıları yeni metin eklemekte, bazıları mevcut olan makaleyi düzenlemekte bazıları ise başka makalelere ya da dış kaynaklara referanslar eklemekte bazıları da

dizgi ve imla hatalarını düzeltmektedir. Bir makaleyi düzenlemek isteyen herkesin para almanın dışındaki her tür sebeple bunu yapmasına fırsat tanıdığı için Wikipedia mükemmel bir ortak üretim örneğidir (Shirky, 2010:105, 118). Wikipedia'yı benzersiz kılan yalnızca boyutu ya da popülaritesi değildir. Bugün Wikipedia'nın maddeleri arama motoru sıralamalarında önemli bir yer tutmakta ve internette en çok ziyaret edilen ilk on site arasında yer almasını sağlamaktadır (Scott, 2010:108).

#### **4.4.4 Sosyal Paylaşım (Ağ) Siteleri (Facebook)**

Kullanıcıların kendileriyle ilgili kişisel haberleri verebileceği, arkadaş edinebileceği ya da arkadaşlarıyla etkileşimli bir şekilde iletişim kurabileceği, resimlerini, videolarını paylaşabilecekleri ve çeşitli etkinlikler düzenleyebilecekleri web sitelerine genel olarak sosyal ağ ya da sosyal paylaşım sitesi adı verilmektedir (Eldeniz, 2010:26). Sosyal ağlar, bireylerin sınırlı bir sistem içinde kamusal ya da yarı kamusal profil oluşturmalarına, bağlantılı oldukları diğer kullanıcıları listeleterek görebilmesine, ve paylaşımlar yoluyla diğer kullanıcılarla ortaklık kurmaya imkan veren ortamlardır (Çetin, 2010:59). İnternet kullanıcılarının birbiriyle tanışması, irtibata geçmesi, içerik paylaşımında bulunması, tartıma ortamı oluşturması ve ortak ilgi alanlarındaki kişilerin bir araya gelebileceği gruplar oluşturulması amacıyla oluşturulan internet siteleri olan (Bostancı, 2010:55) sosyal ağlar sanal buluşma ortamlarıdır. Öyle ki, bu ortamlarda kişiler birbirleriyle sürekli iletişim ve etkileşim halinde bulunmaktadır (Kantemir Toros, 2012:105). Sosyal ağlarda beden ve mekandan bağımsız bir şekilde genellikle kelimeler aracılığıyla gerçekleşen bir iletişim yaşanmaktadır. Elektronik bir alan üzerine bedensel, mekânsal ve zamansal sınırlardan bağımsız sanal kimlikler oluşturulmaktadır (Çetin, 2007:1).

Sanal toplulukların gelişmiş hali olarak adlandırılabilir olan sosyal paylaşım siteleri; ortak ilgileri, amaçları, hedefleri olan ve coğrafi ya da kurumsal sınırların dışında kişisel ve profesyonel ilişkiler geliştirmeyi

sağlayan web-tabanlı gruplardır (Durmuş vd., 2010:21). Sanal ortamın sosyalleşme platformu olan sosyal ağlar; genel olarak bireylere ağlarındaki kullanıcılarla iletişim kurma, veri paylaşabilme, etkinlikler düzenleme ve katılma olanakları sunduğu için bireylere sosyalleşiyormuş hissi vermektedir (Uluğ Yurttaş, 2011a:21). Sosyal ağlar sadece sosyalleşmek ve eğlenmek amacıyla değil bilgiye ulaşmak, öğrenmek ve profesyonel iş yapmak içinde kullanılmaktadır. Sosyal ağlar, sağladığı işbirliği, kişiselleştirme, kullanıcı destekli içerik ekleme ve üst veri özellikleri sayesinde kullanıcı deneyimini zenginleştirmektedir (Bostancı, 2010:55). Sosyal ağlar diğer çevrimiçi toplulukların bir kombinasyonu şeklinde tasarlanmışlardır. Çünkü, sosyal ağ sitelerine üye olanlar aynı zamanda aynı web sitesi üzerinden blog tutabilmekte, fotoğraf ve videolarını paylaşabilmekte, tartışma panoları ve forum gibi ilgi gruplarına bağlanıp fikir ve önerilerini paylaşabilmektedirler (Aşman Alikılıç, 2011:36).

1990'ların sonlarında ilk gerçek online sosyal ağlar ortaya çıkmaya başlamış ve öncelikle kişisel etkileşimi kolaylaştırmaya yoğunlaşmışlardır (Akar, 2010:120). İlk bilinen sosyal paylaşım ağı 1997'de kurulan SixDegrees.com'dur. Bu site kullanıcılarına profil ve arkadaş listesi oluşturma olanağı veren ilk uygulama olması açısından önemlidir (Durmuş vd., 2010:22).

Sosyal ağları diğer web sitelerinden ayıran belli başlı özellikler bulunmaktadır. Bunlar (Akar, 2010:121);

- **Profil sayfası:** Metin, video ve müzik yoluyla kendinizi tanımlamaya izin veren bir sayfa bulunmaktadır.
- **Arkadaş ağı:** Küçük fotoğrafik ikonlar olarak gösterilen genel ya da yarı genel arkadaşların listesi bulunmaktadır.
- **Herkese açık yorumlama sistemi:** Profil sayfasında herkese açık görülebilecek kısa bir not ya da açıklama yazmak için arkadaş ve yabancılara izin veren sistemdir.
- **Gizli mesajlaşma sistemi:** Profil sayfasıyla arkadaşların birbirine özel mesajlar göndermesini sağlayan sistemdir.

Sosyal paylaşım ağları içinde bilinirliği ve popülaritesi en yüksek siteler Facebook, Myspace ve LinkedIn'dir. Bu popülaritenin nedeni sitelerdeki kişiselleştirme özelliğidir. Dünyanın dört bir yanından insanları buluşturan ve kullanıcıların zevkine göre sayfa tasarlamayı sağlayan Myspace.com, ABD ve Avrupa'da oldukça popüler iken, LinkedIn.com ise, iş odaklı bir sosyal paylaşım sitesi olarak dikkat çekmektedir (Sayımer, 2008:126). Facebook.com ise gerçek kimlik özelliği nedeniyle gerçek bir arkadaşlık sitesi olarak en fazla üyeye sahip sosyal paylaşım sitesi konumundadır.

**Facebook:** Facebook, insanların arkadaşlarıyla iletişim içinde olduğu, bilgi alışverişinde bulunduğu ve farklı amaçlı grupların oluşturduğu bir sosyal paylaşım sitesi olarak tanımlanmaktadır (Öztürk, 2011:25).

4 Şubat 2004 tarihinde Harvard Üniversitesi öğrencisi Mark Zuckerberg tarafından kurulan Facebook, başlangıçta sadece Harvard Üniversitesi öğrencilerine açıkken iki ay sonra Boston Koleji, Boston Üniversitesi, MIT ve Ivy Kolejlerini de kapsamıştır. 11 Eylül 2006'dan beri de 13 yaş üzeri tüm kullanıcılara hitap etmektedir (Sayımer, 2008:127). Zuckerberg, Facebook'un bu denli evrensel olmasının sebebini, herkesin – genellikle- arkadaşlarının ya da ailesinin olmasına ve onlarla bağlantılı halde kalmak istemesine dayandırmaktadır (Jarvis, 2012:34). Facebook'un en büyük avantajı, kullanıcıların listesinde bulunan arkadaşının arkadaşına da ulaşıp bağlantıya geçilebilmesidir. Böylece, profilindeki arkadaşını referans yaparak kişi çevresini genişletebilmektedir. Ayrıca, site sayesinde kullanıcılar eski arkadaşlarına da ulaşabilmekte ve kullanıcılar seçtikleri uygulamalar aracılığıyla yaşamlarını bilgisayar ekranına dökülebilmektedir (Sayımer, 2008:127).

Dünyanın en hızlı büyüyen sosyal ağ sitesi olan Facebook'un bir sonraki partinin kimin evinde olacağını bilmek isteyen gençlerden tutunda yıllar önce izci gruplarındaki arkadaşlarıyla yeniden iletişime geçmek isteyen ninelere kadar pek çok üyesi bulunmaktadır. Facebook'ta fotoğraf, yazı, video paylaşılabilen, gezilip görülen yerler ile dinlenen müziğe dair bilgiler verilebilmekte kısaca, kullanıcı özel hayatının ne kadarını açmak istiyorsa o kadarını açabilmektedir. Kullanımı kolay ve eğlenceli olan bu

platform (Vaynerchuk, 2010:73) küçük işletme sahiplerine de ağlarını genişletme, potansiyel müşteri ve arkadaşlarla iletişim kurma, blog gönderileri, resim ve videolar aracılığıyla işletme bilgilerini paylaşma gibi olanaklar sağlamaktadır (Akar, 2010:131). Eğitsel açıdan da Facebook, akran geri bildirim, sosyal bağlamla iyilik uyumu, etkileşim araçları gibi pek çok niteliğiyle aynı zamanda etkili bir eğitim teknolojisi aracı olarak da görülmektedir. Kullanıcılarının çoğunluğunun 18-24 yaş arası üniversite öğrencilerinden oluşması sebebiyle Facebook sağladığı aktif katılım ve işbirliğiyle eğitimde kullanıma uygun bir ortam oluşturmaktadır (Öztürk, 2011:26).

Kasım 2012 itibariyle, Facebook istatistiklerine göre, Türkiye toplam 31.415.080 kullanıcı sayısı ile dünyanın en fazla Facebook kullanan ülkeleri arasında 5. sırada bulunmaktadır. Türkiye’de internet kullanıcılarının %89,76’sının Facebook hesabı bulunmakta ve bu da toplam Türkiye nüfusunun %40,38’inin Facebook kullanıcısı olduğunu göstermektedir. Facebook’a üye 18-24 yaş arası toplam 10 995 278 kullanıcı bulunurken 25-34 yaş arasında da oldukça yaygın kullanılmaktadır. Kullanıcılar cinsiyetleri bakımından incelendiğinde ise, % 63’ünün erkek, %37’si kadın olduğu gözlenmektedir (<http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/turkey>). Erişim Tarihi: 08.11.2012. Facebook istatistikleri, Ekim 2012 itibariyle, bir milyar aylık aktif kullanıcının mevcut olduğunu ve bu kullanıcıların %81’inin ABD ve Kanada’nın dışındaki ülkelere olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, Eylül 2012 itibariyle, 600 milyon aktif kullanıcının da Facebook’u mobil uygulamalar üzerinden kullandığı saptanmıştır (<http://newsroom.fb.com/Key-Facts>). Erişim Tarihi: 08.11.2012.



**Şekil 6 Facebook 2012 İstatistikleri**

Kaynak: (<http://www.sosyalmedyalar.org/2012/02/facebook-2012-yl-istatistikleri.html>) Erişim Tarihi: 07.11.2012.

#### 4.4.5 Sosyal İmlleme (Etiketleme) Siteleri (Del.icio.us)

“Folk” ve “Taxonomy” kelimelerinin birleşmesinden oluşan “folksonomy” sözcüğü toplu yer imlemenin ilkesini ve mantığını yansıtan bir sınıflandırma biçimidir (<http://web-2-0-araclari-ue.wikispaces.com/Folksonomi>). Erişim Tarihi: 19.11.2012. Ön tanımlı ve merkezi bir sınıflandırma sistemi yerine kullanıcılarca konulan etiketlerle oluşan bir sınıflandırma sistemini öngörmektedir. Daha esnek, kullanışlı ve anlaşılır bir

sınıflandırma sağladığı için istenilen bilgiye erişimi oldukça kolaylaştırmaktadır (<http://tr.wikipedia.org/wiki/Folksonomi>) Erişim Tarihi: 19.11.2012.

Sosyal imleme (Social Bookmarking), kullanıcıların ilgilendikleri Web sitelerini etiket (tag) olarak bilinen anahtar kelimelerle ilişkilendirmelerini sağlayan bir Web uygulamasıdır (<http://web-2-0-araclari-ue.wikispaces.com/Folksonomi>) Erişim Tarihi: 19.11.2012. Etiketleme, XML teknolojisi sayesinde belirli bir içeriği tanımlayıcı ya da anahtar kelimelerle yaftalama şansı veren, teknisyenlerin “metadata” ya da data için data olarak adlandırdıkları bir servistir. İnsanların işbirliğiyle içerik etiketlemeleri, aşağıdan yukarıya internet içeriğini düzenleyen organik bir sınıflandırma bilimi yani “folksonomi” oluşturmaktadır (Tapscott ve Williams, 2007: 63).

Sosyal imleme, kullanıcıların bilgisayarlarında topladıkları yer imlerini, web üzerinde etiketleyip saklamalarına ve diğer kullanıcılarla paylaşımlarına aynı zamanda oluşturulan yer imlerini listeleyip, sonrasında bu listelere herhangi bir yerden kolaylıkla ulaşabilmelerine imkan sağlamaktadır. Etiketlemede, içerik anahtar kelimelerle tanımlanmaktadır. Örneğin; “Web 2.0” başlıklı bir yazı “web”, “internet”, “2.0”, “sosyal ağ”, “O’Reilly” vb. kelimelerle etiketlenebilmektedir. Böylelikle, kullanıcı içeriğe kolay ulaşmakta (Yiğit, 2011:54) diğer kullanıcılar paylaşılan bu içerikleri oylayarak ya da yorumlayarak takip edebilmektedir. Bunun sonucunda da internette yer alan milyonlarca içeriğin arasından insanların ilgisini çekebilecek yazılar, resimler ve videolar ön plana çıkmaktadır (Uluğ Yurttaş, 2011a:23).

İşaretlemeleri paylaşma fikri ilk olarak 1996’da itList.com sitesinin tanıtımıyla ortaya çıkmış ve üç yıl içinde de popüler bir hal almıştır. Sosyal imleme siteleri kullanıcılara yorum yapma ve web sitelerini etiketleme imkanları da tanımakta böylelikle arama yapan diğer kullanıcılara da aynı siteler açık hale gelmektedir. Bu etiketlemeler söz konusu web sitesi açısından oy niteliği taşımaktadır yani pek çok kişi tarafından etiketlenmek o web sitesinin çok rağbet görmesi anlamına gelmektedir (Aslan, 2011:24-25) 2003’ten beri kullanılan sosyal imleme uygulamasının günümüzde pek çok üyesi bulunmaktadır. Kullanıcıların, beğendikleri ya da kayıt altına almak

istedikleri web sitelerinin URL adreslerini girdikleri ve her siteye ait farklı kelimelerle etiketler belirleyebildikleri sosyal imleme sitelerinde, her kişi kendisine özel gruplamalar yaparken, tüm üyelerin kullandıkları etiketlerde genel çerçevede siteler açısından gösterge niteliği taşımaktadır (Odabaşı ve Odabaşı, 2010:238).

Günümüzde etiketleme belgelere, fotoğraflara, videolara, podcastlere, e-postalara ve blog gönderilerine kısacası akla gelebilecek her türlü elektronik içeriğe- uyarlanmaktadır. En bilinen sosyal işaretleme sitesi del.icio.us (www.delicious.com)'dır.

**Del.icio.us:** Temel etiketleme aktivitesinin ve internet bağlantılarını depolamanın, yeni şeyler öğrenmeye ve yeni insanlarla irtibata temel teşkil ettiği bir sosyal imleme sitesidir (Tapscott ve Williams, 2007:63). İlgilenilen bütün web sayfalarına ait yer imlerinin herhangi bir bilgisayardan takibini sağlayan Delicious, sık kullanılan web sitelerini kategoriler ve etiketler ekleyerek arşivlemeye; açıklamalar yazmaya ve paylaşmaya olanak sağlayan bir Web 2.0 ortamıdır (Yiğit, 2011:54-55). Delicious 2003 yılında Joshua Schachter tarafından kuruluş ve 2005 yılında Yahoo tarafından satın alınmıştır. 27 Nisan 2011'de ise Youtube'un kurucuları Chad Hurley ve Steve Chan tarafından Yahoo'dan satın alınmıştır (<http://delicious.com/about>). Erişim Tarihi: 19.11.2012.

Merkezi ABD'nin California eyaletinde bulunan sitenin 5 milyonun üzerinde kullanıcısı vardır ve sitede 150 milyondan fazla sık kullanılanlara ekli internet adresi bulunmaktadır. Herkese açık olan sitede sık kullanılan linkler, makaleler, bloglar ve müzikler saklanabilmekte ve istenildiğinde kolaylıkla herhangi bir bilgisayardan erişilebilmektedir. Kullanıcılarına web sayfalarını tek kaynaktan etiketleme, etiketleri yönetme ve paylaşma olanağı sağlayan bir sosyal imleme servisi olan Delicious bilgisayarlar arası senkronizasyonla yer imlerini yönetmeyi kolaylaştırmaktadır. Kullanıcılar Delicious web sitesi üzerinden kendi bilgisayarlarında olmasalar bile kolaylıkla sık kullandıkları yer imlerine ulaşabilmekte ve kendi aralarında beğendikleri yer imlerini birbirlerine gönderebilmektedir (Bostancı, 2010:67).



#### 4.4.6 Medya Paylaşım (İçerik) Siteleri (Youtube, Flickr)

Medya paylaşımı, sosyal medya siteleri ve dijital topluluklar aracılığıyla gittikçe büyüyen bir platformda görüntüler, uygulamalar, videolar, ses dosyaları, oyunlar ile her tür yeni medyayı paylaşma, yükleme ve yorumlama aktivitelerinin tümüdür (Aslan, 2011:26).

İçerik paylaşım siteleri sosyal ağlar ile benzerlik göstermektedir. Kullanıcılar bu sitelere kayıt olup, ana sayfa oluşturarak, bu topluluklar aracılığıyla arkadaşlarıyla iletişim kurmaktadır. Bu siteler daha ziyade ilginç, gülümseten, şaşırtıcı özel içerikleri paylaşmaya odaklanmaktadır (Zafarmand, 2010:32). Teknik bilgi gerekmeksizin kişilerin ücretsiz olarak kolayca videolarını, resimlerini ve sunularını yayınlamalarına izin veren sosyal medya ortamlarından olan (Aşman Alikılıç, 2011:46) medya paylaşım siteleri kullanıcılar arasında metin, video, fotoğraf ve powerpoint sunumu gibi medya içeriklerinin paylaşımına olanak sağlamaktadır (Yiğit, 2011:48).

Video sunmaları sebebiyle en popüler ve en çok ziyaret edilen medya paylaşım türü video paylaşım siteleridir. Dailymotion, Metacafe, Vidivodo gibi video paylaşım siteleri içinde popülasyon ve trafik açısından en popüler video paylaşım sitesi Youtube'dur. Resim paylaşım siteleri içinde ise, Flickr kapsadığı çevrimiçi topluluk popülasyonu ile sağladığı teknik imkanlar açısından öne çıkmakta olan medya paylaşım sitelerindedir. Medya paylaşım siteleri arasında üçüncü model de sunuların eklenip paylaşıldığı sitelerdir. Bu siteler içinde de en popülerleri Slideshare'dir. Bu tür sitelerde sunu eklemenin dışında, sunu ekleyenler ile sunuyu bilgisayarına yükleyenler ya da sadece izlemekle yetinenler arasında etkileşim mümkün olabilmektedir (Aşman Alikılıç, 2011:46-47).

Resim ve video paylaşım siteleri teknik bilgi gerekmeden, basit ve ücretsiz bir şekilde insanların webde resim ve videolarını yayınlamalarına olanak sağlayan sitelerdir. Temel özellikleri şunlardır (Akar, 2010:93);

- **Kolay yayımlama araçları:** Resim ve video paylaşım sitelerinden önce resim ve videoların gösterimi konusunda teknik bilgi gerekirken bu siteler aracılığıyla bu zorunluluk ortadan kalkmıştır.

- **Sosyal özellikler:** Resim ve video paylaşım siteleri medya dosyalarını paylaşma ve tartışma konusunda çeşitli metotlar sunmaktadır. Örneğin arkadaşlara resim ve video göndermek için yorum alanları ve araçları sağlaması.

- **Kişisel sitelerde yayımlama:** Doğrudan sosyal ağ profillerinde, bloglarda ve web sitelerinde medya dosyalarını yayımlamada basit bir yöntemdir.

- **Düşük maliyet:** Pek çok resim ve video paylaşım sitesinin hizmetleri ücretsiz ya da ücretsiz seçeneği içeren aşamalı bir fiyatlandırmaya sahiptir.

**Youtube:** Dünyanın en büyük medya paylaşım sitesi olarak gösterilen Youtube, üzerinden video yüklenip, başkalarının yüklenen videoların izlenebildiği bir sitedir (Öz, 2011:57). Video barındırma web sitesi olan Youtube, 15 Şubat 2005'te Chad Hurley, Steve Chen ve Jawed Karim adlı üç eski PayPal (İnternet üzerinden çalışan bir online ödeme sistemi) çalışanı tarafından kurulmuş en popüler video paylaşım sitesidir. Popülerliğinin artmasında uzun süre benzer bir web sayfasının bulunmayışı önemli bir rol oynamıştır. Şirket California merkezli bir risk yatırım firması olan Sequoia Capital tarafından finanse edilmiştir (Yiğit, 2011:49).

“Tube” kelimesi “cathode ray tube; televizyon tüpü”nden gelmektedir. “Broadcast Yourself; Kendini Yayınla” sloganıyla yola çıkan (Bostancı, 2010:74) Youtube, 9 Ekim 2006 tarihinde Google tarafından 1.65 milyar dolara satın alınmıştır. Google tarihindeki en büyük alım olan bu alımda Google'ın ödediği miktar Youtube çalışanları arasında paylaşılmıştır. Bir sosyal medya aracı olan Youtube internet dünyasına sağladığı büyük katkı ile internet endüstrisine de katkı sağlamıştır. Mesajları en fazla kişiye ulaşacak biçimde dünyanın her yerine gönderebilme şansı tanıyan Youtube aracılığıyla pek çok kişi ünlü olmuş ve birçok gerçek de ortaya çıkmıştır. İnsanlara düşüncelerini, sıkıntılarını, yeteneklerini ifade olanağı tanıyan mükemmel bir araç olan Youtube (Aslan, 2011:27, 29) platformuna üye olan kişiler kendi videolarını yüklemekte ya da kendi favori videolarının kanalını

oluşturmaktadır. Youtube'un avantajlarından biri de kişilere sevdikleri videoları kopyalama ve kendi web sitelerine yapıştırma imkanı vermesidir. Kullanıcılara ayrıca telefonları ve video kameralarıyla çektikleri filmleri de yükleme olanağı veren Youtube eğitim-öğretim amaçlı olarak da kullanımı her geçen gün artan bir sitedir (Zafarmand, 2010:33).

Youtube'da hesap açan her kullanıcı başta Youtuber olmaktadır. Hesap işlemleri tamamlanınca kullanıcı site içinde ne yapmak istediğine karar veren ve bunu daha iyi yansıtmayı arzulayan Komedyen, Muhabir, Müzisyen, Direktör ve Guru hesaplarından birini seçebilmektedir (Aslan, 2011:27). Kullanıcılar tarafından Youtube'a günlük yaklaşık 65.000 adet yeni video klip eklenmekte ve 100 milyona yakın video klip izlenmektedir. Kullanım koşullarına uymayan video klipler kullanıcıların bildiri sonucunda Youtube yetkililerince incelenip silinmektedir. Site üyeleri izledikleri klipleri değerlendirip not verebilmekte ayrıca da izledikleri video klip hakkında yorum yazabilmektedir. Kullanım şartları gereği siteye telif hakkı izni alınmış videolar yüklenebilmekte ve pornografi, şiddet, tehdit, reklam ya da suç sayılan içerikler yüklenememektedir (Bostancı, 2010:74).

Youtube, internette video klip yayınlamayı, oynatmayı ya da paylaşmayı oldukça kolaylaştıran internet-TV hizmetleri furçasının son örneğini teşkil etmektedir. Herkesin siteye video klip yollayabildiği, milyonlarca üyenin hazırladıkları klipler için övgü alabildiği, az zekice olanların ise ciddi şekilde eleştirildiği bir yer olan Youtube'da. gerçekten popüler olan videolar da virüs misali yayılarak, popüler olan videoyu merak edenleri cezbetmektedir (Tapscott ve Williams, 2007:196). Youtube'da yayınlanan her videonun altında bulunan "Favori listene ekle" ve "Bu videoyu paylaşın" mesajları ile kullanıcılar videoları kendi blog ve web sayfalarına koyabilmektedir. Eklenen videonun altında yer alan kaç kez izlendiği, kaç yorum aldığı, kaç kişi tarafından "en sevdiği video" olarak oylandığı ve en fazla izlenen videolar arasındaki yeri gibi bilgiler bilgi konusundaki şeffaflığını gösteren özelliklerindedir. Bununla birlikte, genç, yaşlı, profesyonel, amatör herkesin hoşuna giden estetik bir görünüme sahip oluşu ve kolay kullanıcı arayüzüyle üyelerin profil sayfalarını kişiselleştirebilmesine imkan

sağlamaktadır. Ayrıca özel e-mail sistemiyle de üyelerin site üzerinden e-mail adreslerini paylaşmadan iletişim kurabilmelerini kolaylaştırmaktadır (Yiğit, 2011:50,51).

**Flickr:** Fotoğraf paylaşım siteleri, üye olanların kendi alanlarına fotoğraflarını yükleyebildikleri, fotoğraflarını paylaşım açabildikleri ve bazı bilgileri fotoğrafların ilgili kısımlarına yazabildikleri sitelerdir. Aynı şekilde, diğer kullanıcılarda bu fotoğrafları kendi bilgisayarlarına indirebilmekte ve yorum ekleyebilmektedir. Fotoğrafların ücret karşılığı paylaşım sunulduğu medya paylaşım sitelerinin en bilinen örneği Flickr'dır (<http://www.hasansari.com.tr/upload/98603353.pdf>) Erişim Tarihi: 20.11.2012. Şubat 2004'te Ludicorp Şirketi tarafından kurulan Flickr Mart 2005'te Yahoo tarafından 35 milyon dolara satın alınmıştır. 5 milyardan fazla fotoğrafı barındıran (<http://tr.wikipedia.org/wiki/Flickr>) Erişim Tarihi: 20.11.2012 site limitli kullanılan ücretsiz üyelik paketleriyle, sınırsız kullanım olanağı veren ücretli üyelik paketleri aracılığıyla kullanıcılarıyla bağ kurmaktadır (Öz, 2011:58). Siteye yüklenen fotoğraflar fotoğraf sahibinin seçimine göre tüm hakları fotoğraf sahibine kalacak şekilde ya da Creative Commons (CC) lisansı ile yayımlanabilmektedir (Bostancı, 2010:71).

İstatistikler, tüm internet kullanıcılarıyla karşılaştırıldığında site kullanıcılarının 35 yaşın altında çocuksuz ve yüksek eğitilmiş kadınlar olduğunu göstermektedir (<http://www.alexa.com/siteinfo/Flickr.com>) Erişim Tarihi: 20.11.2012. Flickr'ın fotoğraf paylaşımı konusunda bu kadar popüler olmasının ve yaygın olarak kullanılmasının nedeni blogger'ların siteyi fotoğraf deposu olarak kullanmasıdır (Bostancı, 2010:71).

Flickr'da ortak alanlara ilgi duyan kişilerin oluşturduğu binlerce grup bulunmaktadır. Bu grupların üyeleri şehirlere, spor dallarına, hayvanlara ya da sanatçılara ilgi duyan ve onlarla ilgili fotoğraflar yükleyen kişilerden oluşmaktadır (Zafarmand, 2010:33).

Flickr genel paylaşımı öngörse de, kullanıcıların fotoğraflarını sadece seçtikleri kullanıcılarla paylaşmasını ya da hiç kimseye paylaşmamasını seçmelerine olanak tanımaktadır. Flickr gibi araçlar grup faaliyetinin eski düzenini tersine çevirerek, "toplan, sonra paylaş"ı "paylaş, sonra toplan"a

dönüştürmüştür yani insanlar fotoğrafları aracılığıyla birbirlerini keşfettikten sonra bağlantı kurabilmişlerdir (Shirky, 2010:47, 36). Kullanıcıların çektikleri fotoğrafları gönderdikleri, paylaştıkları ve bu fotoğraflara dair yorumlarda buldukları bir sosyal fotoğrafçılık sitesi olan Flickr, fotoğrafçılık için gerekli olan temel bir teknoloji platformuna ve ücretsiz internet barındırma hizmetine sahiptir. Bununla birlikte, site kullanıcılarının erişimini, çalışmalarını siteye aktarmalarını, çalışmalarını üzerinde oynama yapabilmelerini ve içerik paylaşabilmelerini sağlayıcı uygulamaları da sunmaktadır. Gittikçe kullanıcılar, fotoğraflarının ticari olmayan amaçlarla kullanılabilmesi için lisans almakta ve böylelikle fotoğraflarını internet üzerinden serbestçe dağıtabilmektedir. Kısacası Flickr, kendi kendine örgütlenen pek çok fotoğraf severin bir araya geldiği, kendi eğlencesini, araçlarını ve hizmetlerini sunan açık bir platformdur (Tapscott ve Williams, 2007:58).

Bir online resim yönetimi ve paylaşımı uygulaması olan Flickr'ın iki temel amacı ve yedi temel özelliği bulunmaktadır. Bunlar (Akar, 2010:94); insanlara önemsedikleri kişiler için içeriklerini bulunabilir hale getirme konusunda yardımcı olma amacı ve resim-video düzenlemenin yeni yollarını olanaklı kılmak amacıdır. Özellikleri ise şunlardır; **yükleme** (masaüstünden, e-mail yoluyla ya da kameralı telefonları kullanma), **biçimleme** (resmi kesme, kırmızı gözlerden kurtulma ya da font ve efektler) **düzenleme** (resim ve videoları düzenlemede koleksiyonları, serileri ve etiketleri kullanma), **paylaşma** (resim ve videoları paylaşmada grupları ve gizlilik kontrollerini kullanma), **haritalar** (resim ve videoların nerede çekildiğini paylaşma ve çekilen resim ve videoları görme), **bir şeye dönüştürme** (Flickr görüntülerini güzel baskılara, kartlara, posterlere, resim kitaplarına, takvimlere dönüştürme), **arkadaş ve aile fertlerinden güncellemeleri olarak iletişimi sürdürme**'dir.

#### 4.4.7 Podcasting

Pod yayınına geçiş iki gelişme sayesinde gerçekleşmiştir. İlk gelişme, ses bildirimleri ve uyarılarının RSS'e eklenebilmesidir yani, bir ses bildirimine abone olan dinleyiciler yeni güncellemeler yayınlandığında hemen indirebilmektedirler. İkinci önemli gelişme de, pod yayınlarının iTunes aracılığıyla ulaşılabilir olmasıdır yani, iPod kullanıcıları RSS beslemesine abone olma yoluyla iPod'larını bilgisayara her bağladıklarında yeni şovları/programları otomatik olarak indirip iPod'larına kopyalayabilmektedir. Pod yayını bir iPod'dan (ya da başka MP3 çalardan) dinlenilebileceği gibi doğrudan bilgisayardan (iPod olmadan) da dinlenebilmektedir. Pod yayınlarında telif haklarıyla kullanım izinleri konusunda dikkatli davranılmakta ve sadece "pod(cast)-güvenli" müzik (yani sanatçının olur verip pod yayını olarak yayınlanabilir dediği müzik) kullanılmaktadır (Scott, 2010:91-93).

Podcast, dijital medya dosyalarının taşınabilir medya oynatıcılarda ya da bilgisayarlarda oynatılmak üzere internet üzerinden beslemeler (akışlar) yoluyla dağıtılma tekniğidir (Aslan, 2011:29). İnternet ortamında yayılan ses ya da video dosyaları olan Podcast'lerden kullanıcılar abone olarak yararlanabilmektedir. Ses dosyalarını sunan servisler Podcast, video dosyalarını sunan servisler de Videocast olarak adlandırılmaktadır (Zafarmand, 2010:30).

Podcast terimi, ilk olarak The Guardian gazetesi teknoloji yazarı olan Ben Hammersley tarafından Şubat 2004'te türetilmiş olup (Akar, 2010:106) Apple şirketinin ürettiği dünyaca ünlü taşınabilir müzikçalar Ipod'un "Pode"u ile Türkçe'de anlamı yayın olan "broadcast" kelimesinin "cast" kısımlarının birleşmesi sonucu oluşmuş bir kelimedir. Podcast, önceden kaydedilmiş ses dosyalarından oluşan radyo yayını ya da benzeri bir programın internetten çekilebilen ve kişisel ses cihazları aracılığıyla dinlenebilen bir hale gelmesini sağlayan sayısal kayıt olarak tanımlanmaktadır (Sayımer, 2008:153).

Podcasting, basit anlamıyla internet üzerinde dosyaların yayınlanması ve dijital medya dosyasına verilen addır. Bu dosyalar dinlemek ya da seyretmek amacıyla tasarlanmakta ve bir medya oynatıcısı tarafından oynatılmaktadır. Bir laptop, PC, akıllı telefon ve MP3 çalar bu dosyaları dinlemek ve seyredilemek için yeterli olmaktadır. Podcast'ler akıllı

telefonlara da kolayca yüklenebilmekte ve akıllı telefonların geliştirdikleri uygulamalarla da kişiler telefonları aracılığıyla bunları dinleyebilmektedir. Podcast'ler dizilere benzemekte ve bölüm bölüm hazırlanmaktadır. Kullanım kolaylığı sebebiyle en çok tercih edilen formatı audio dosya şeklindeki bölümlerdir. Bir Podcast'in otomatik olarak indirebileceği tek kaynak internetteki web siteleri ile iTunes, Podcast Pickle gibi web tabanlı rehber dizinleridir. Kullanıcılar bir Podcast rehberine RSS aboneliği başlatıp yapılan her Podcast güncellemesiyle son medya içeriklerini dinleme ve izleme olanağı bulmaktadır. Genellikle ücretsiz olan Podcast'lerin en sık dinlenme yöntemleri şunlardır (Aşman Alikılıç, 2011:117-119);

1. Bilgisayardan play tuşu tıklama yoluyla dinlemek,
2. Önceden bilgisayara Podcast'i yükleyerek çevrimdışı dinlemek,
3. RSS aboneliği sonucu güncellemelerin otomatik yüklenmesiyle istendiğinde dinlemektir. Bu yöntem en popüler yöntemdir. Bir RSS beslemesiyle web sitesi ya da web rehberi üzerinden abonelik alan kullanıcı; MP3 çalarını bilgisayarıyla senkronize ettiğinde, otomatik güncellenmiş olan Podcastler anında kullanıcının MP3'üne yüklenmektedir.

Podcast sisteminin internetten bir programa ait ses ya da video kaydını çekmeden farkı RSS ya da Atom beslemelerinin kullanılması böylece de her yeni bölümün otomatik yüklenmesidir (Sayımer, 2008:153).

#### **4.4.8 Sanal Dünyalar (Second Life)**

Sanal dünya siteleri, gerçek dünyaya paralel olan hayali bir ortamdaki bireylerin, kendi görsel simgelerini seçmeleri suretiyle edindikleri yeni kimlikle yarışma oyunları oynayarak ya da farklı yaşam biçimlerini seçerek gerçek yaşamla paralel sürdürdükleri oyun ortamlarıdır. Bu siteler genel özelliklerine bakıldığında pek çok avantaja sahiptirler. Bunlar; sanal dünya siteleri çevrimiçidir, etkileşimlidir, eş zamanlıdır, katılımcıdır, işbirlikçidir, deneyimseldir, ölçülebilir, izlenebilir, geliştirilebilir ve ticari pazar ortamlarına

açıktır. Sanal dünya siteleri kendilerine sadık çevrimiçi topluluklar oluşturan sosyal medyanın en hızlı gelişen dijital platformlarıdır (Aşman Alikılıç, 2011:51, 53).

Temel tanımıyla, bilgisayar tabanlı, kullanıcılarının avaturları aracılığıyla etkileşimini hedefleyen simülasyon çevreleri olan sanal dünyalarda iletişim yakın zamana dek yazıyla yapılırken, internetin getirileriyle artık gerçek zamanlı ve sesli yapılabilmektedir. Oyun içinde kullanıcılar gerçek hayatta görülmeyen pek çok yeri görme ve yeni kişileri tanıma fırsatını elde etmektedir. Aynı zamanda yeni eşyalar tasarlayarak bunları başkalarıyla değiştirebilmekte hatta satabilmektedir (Bostancı, 2010:83). Hevesli olan kullanıcılar bu ortamda 20-30 saate varan uzun zamanlar geçirebilmektedir (Çetin, 2010:64).

Sanal dünyaların genel kullanım amaçları ticari oyun, çevrimiçi topluluk yapıları, eğitim, politika ve askeri eğitimidir (Uluğ Yurttaş, 2011a:107). Sanal dünyanın özünde (Akar, 2010:144, 145);

- Bilgisayar yaratımlı 3D ortam vardır.
- Kullanıcıları görsel olarak temsil eden ve insanlarca kontrol edilen avaturlar bulunmaktadır. Bu avaturlar ses ve yazı ile etkileşim kurabilmekte, video seyredabilmekte, ses dinleyebilmekte ve diğer medyayı (powerpoint, word, excel gibi) görebilmektedir. Mücevherden giysilere, araçlardan gökdelenlere kadar nesnelere düzenleyebilmekte ve gerçek dünyada geçerliliği olabilecek para kullanarak da bu nesnelere alıp satabilmektedirler.
- Kullanıcılar kendi amaçlarını kendileri belirlemektedir yani, önceden ayarlanmış maceralar yoktur.

Sanal dünyaların özelliklerini sıralayacak olursak;

- **Paylaşılan alan:** Aynı ortak alana aynı zamanda katılım yapılabilmektedir.
- **Yakınlık:** Etkileşimler gerçek zamanda ortaya çıkmaktadır yani, içinde ilerlendikçe etkileşimde bulunan insanlarla aynı zamanda ilerlenildiği görülebilmektedir.



- **Üç boyutlu görsel ortam:** Popüler olan sanal dünya sitelerinin çoğu gerçek yaşamdaki görünümlere benzemektedir. Örneğin, yerçekimi, topoğrafya ve mimari yapı gibi.

- **Kişiselleştirme:** İnsanlar dünyada kullanılan isteğe göre uyarlanmış olan nesnelere değiştirebilmekte, geliştirebilmekte ya da sunabilmektedir.

- **Süreklilik:** Sanal dünyalarda yaşam kullanıcılarının oturum açıp açmamasına bakılmaksızın devam etmektedir.

- **Sosyalizasyon ve topluluk:** Sanal dünyalar sosyal gruplara (takımlar, kulüpler, dernekler, komiteler, ev arkadaşları ve komşular gibi) imkan vermekte ve bunları teşvik etmektedir.

**Second Life:** Second Life, tüm dünyada büyük kitlelere ulaşan, internet tabanlı, gerçek hayat ile eş zamanlı olarak ilerleyen bir dijital animasyondur (Uluğ Yurttaş, 2011a:107). Philip Rosedale tarafından tasarlanmıştır. Rosedale Second Life'in şu anki konsepti üzerinde çalışmaya 1991 yılında başlamış ve başlangıçta Linden World olarak adlandırmıştır. 2003 yılında ise, San Francisco merkezli bir firma olan Linden Research Inc. tarafından Rosedale'in şirketi herkese açık bir şekilde faaliyete geçmiştir (Çetin, 2010:65).

Second Life, 325 binin üzerinde katılımcının sosyalleştiği, eğlendiği, neredeyse bütünüyle kullanıcılarca oluşturulan ve kullanıcıların sanal bir çerçevede çeşitli işler yapmalarına imkan veren çok oyunculu bir online oyundur. Kullanıcılar kendilerine sanal kimlikler alarak, kurgusal roller ve aktiviteler yapmakta hatta 3 bin 100 üyeye yılda ortalama 20.000 dolar net kazanç sağlayan sanal işler kurmaktadır. Site önceden belirlenmiş bir senaryosu olmayan, oyuncuların yapabildikleri şeyler konusunda çok az kısıtlamanın olduğu, oyuncuların sanal mağaza tezgahlarından, gece kulüplerine, giysilere, taşıtlara ve oyunda kullanılan diğer bütün unsurlara kadar her şeyi kendilerinin ürettiği bir platform olma özelliği taşımaktadır. (Tapscott ve Williams, 2007:172, 174)

Dünya'da 100'den fazla ülkeden insanın katıldığı ve bu sanal ortam içinde yaşadığı Second Life içindeki kullanıcıların ortalama yüzde 60'ını erkekler yüzde 40'ını ise kadınlar oluşturmaktadır (Zafarmand, 2010:38). Aynı zamanda pek çok gerçek dünya markasının içinde bulunduğu bu sanal dünyada, otomobil sektöründen, medya sektörüne, tüketici elektroniği sektöründen, tüketici malları sektörüne ve telekomünikasyon sektöründen, finans sektörüne kadar pek çok popüler marka yer almaktadır (Çetin, 2010:66).

İkinci yaşam olarak adlandırılan Second Life'da kişiler birbirleriyle telefon konuşması yaparak gerçek dünyadaki ürünlerinin reklamını ve satışını yapabilmektedirler. Böylece sanal paraları gerçek dolara dönüştürme fırsatı elde etmektedirler. Second Life'daki para gerçek dünyada Amerikan doları ile değiştirilebilmektedir (270 Linden doları yaklaşık 1 Amerikan dolarıdır). (Zafarmand, 2010:37,38). Kendi içinde kendi ekonomisini oluşturan Second Life içinde kullanılan para Linden Doları (L\$)'dir. Kullanıcılar gerçek hayattaki gibi alışveriş yapabilmekte, ev ya da arsa satın alabilmekte, giysi-aksesuar ya da mimari tasarım yapabilmekte, eğitim görebilmekte hatta evlenip boşanabilmektedir. 2003 yılında Second Life ilk tasarlandığında 259.000 metrekarelik araziye sahipken bu alan her geçen gün artmakta ve yeni kullanıcılar vasıtasıyla inşa edilen yeni yapılarla da genişlemektedir (Bostancı, 2010:84).

#### **4.4.9 Sosyal Haber Siteleri (Digg)**

Sosyal haber sitesi terimi, kullanıcıların haberleri ve diğer linkleri ekleyebildikleri, oylayabildikleri, böylece hangi bağlantıların sunulacağına karar verebildikleri siteler anlamına gelmektedir (Bostancı, 2010:68).

Geleneksel habercilikte haber siteleri haberlerini tek taraflı sunmakta ve kullanıcılarda bunları okumaktaydı. Web 2.0 ortamında ise, haberleri okumanın yanında, haberlere oy verme, haberlerle ilgili yorum yazma, haberi arkadaşlara gönderme ve haberi sosyal sitelerde paylaşma imkanları ortaya

çıkıştır. Bu özelliklerin tümü ya da bir kısmı haberi sunan sitelerce benimsenirken, değişik haber kaynaklarındaki haberleri de tek bir sitede paylaşan sosyal haber siteleri etkin olmaya başlamıştır. En çok oy alan ve en popüler haberlerin üst sıralarda yer aldığı en popüler sosyal haber siteleri ABD’de digg.com başta olmak üzere reddit.com ve mixx.com gibi sitelerdir (Odabaşı ve Odabaşı, 2010:232).

**Digg:** Yazılı içerik ve haber paylaşımı yapan bir sosyal haber sitesi olan digg.com’un üyeleri beğendikleri haberleri kendi sitelerine ilave ederek söz konusu haberleri diğerleriyle paylaşmaktadırlar. Haberleri okuyanlar da onlara oy vermekte böylece en fazla oyu alan haberler sitede en üst kısımda herkesin görebileceği şekilde yer almaktadır (Zafarmand, 2010:34).

İşbirliğine dayalı bir haber web sitesi olan Digg’in baş sayfası, tüm gazetelerin baş sayfası gibi hem güncel hem de önemli haberlere yer vermektedir. Digg’de güncellik hikayenin ne kadar yakın zaman içinde eklenip eklenmediğine göre ölçülmekte ve haberin önemi de yayın yönetmenlerinin kanaatlerine göre değil, kullanıcıların oylarına göre ölçülmektedir (Shirky, 2010:9). Üyeler Digg’in sitesine linkler koyarak birbirlerine ilginç hikayeler önerebilmekte ve bu rekabet de teknoloji haberleri konusunda Digg’i güçlü bir haber sitesi haline getirmektedir. Haberler Digg’e düşer düşmez üyeler okumak için tıklamakta ve bu da haber metninde yoğunluğa neden olmaktadır. Başlangıç sayfasında bulunan bir linkin sunucuyu günlerce kilitleyebilmesini üyeler “the digg effect” olarak adlandırmaktadır. Kullanıcılar beğendikleri her hikaye için digg butonuna basarak editoryal denetim oluşturmakta ve en çok digg’lenen makaleler ana sayfaya konulmaktadır. Böylelikle ana sayfa birlikte güncellenmiş olmaktadır yani topluluk editör görevi görmektedir (Tapscott ve Williams, 2007:197,198).

2004 yılından 2010 yılına kadar çıkışını sürdüren, hatta 2008’de yaklaşık 200 milyon dolara Google’a satılması söz konusu olan sosyal medyanın ilk örneklerinden olan Digg , Facebook ve Twitter’ın popülerliğini arttırması ile kullanıcı kaybetmeye başlamıştır. Mayıs 2012 itibarıyla kullanıcı sayısı 7 milyon kişi olan sitenin bir zamanlar değeri 160 milyon doları bulurken 500.000 dolara link kısaltma servisi Bitly’nin de sahibi New York’lu

Betaworks'e satılmıştır (<http://www.samanyoluhaber.com/teknoloji/Sosyal-Haber-Sitesi-Digg-satildi/796085/>) Erişim Tarihi: 20.11.2012.

#### 4.4.10 RSS

RSS (Rich Site Summary); Zengin Site Özeti kelimelerinin baş harflerinden oluşan ve kullanım kolaylığı nedeniyle "Really Simple Syndication" olarak ifade edilen yeni dosya formatlarıdır. Genellikle haber sağlayıcıları, bloglar ve podcastler tarafından kullanılan ve siteye yeni ilave edilen içeriğin kolay takibini sağlayan özel bir XML dosya formatıdır. RSS özelliğine sahip olan web siteleri kullanıcılara sitenin özetini sunduklarından siteyi ziyaret etmek gerekmeksizin yeni yazılardan haberdar olunabilmekte ve kısa özet bilgiler ya da yazının bütünü okunabilmektedir (Sayımer, 2008:151-152).

RSS, alternatif medya olarak kullanıcı karşısına çıkan, farklı mesaj kaynaklarındaki güncel içeriklerin (haber, makale, bilgi vb.) başlık ve özetlerini ilgililer için bir araya getirip sunan bir standarttır. Temel fonksiyonu haberlerin, e-posta karmaşasından ve siteleri dolaşma stresinden kurtararak en kısa yoldan en fazla kişiye ulaştırılabilmesidir (Aşman Alikılıç, 2011:114). E-postaya benzetilse de temel farklarından biri, RSS'in kullanıcılara gelecek olan bilginin içeriğini kontrol olanağı vermesidir. Kullanıcılar tam olarak hangi bilgilerin kendilerine ulaşmasını istediklerini kontrol edebilmekte ve ulaşan bilgilerden memnun kaldıklarında da aboneliklerine devam etmekte ya da üyeliklerini iptal edebilmektedirler. Diğer bir fark ise, kullanıcıların RSS'lerin tamamını okumak zorunda olmamalarıdır yani, sadece başlıklara göz atma yoluyla içeriği anlayabilmektedirler (Kantemir Toros, 2012:60). Kullanıcılar, RSS teknolojisini kullanarak, web sitelerine abone olabilmekte ya da RSS takipçileri sayesinde içerikteki değişiklikleri takip edebilmektedir. Günümüzde, RSS sadece blog içeriklerinin takibinde değil pek çok farklı içeriğin de takibini olanaklı kılmaktadır (Uluğ Yurttaş, 2011a:24).

RSS teknolojisindeki amaç, kullanıcının istediği içeriği ve haberi istenen zamanda görme olanağı sağlamaktır. RSS'lerin kullanılmasının sağladığı faydalar şunlardır (Zafarmand, 2010:36, 37);

1. Web sitelerinin ziyaretçi sayısında artış,
2. Bilgilerin tam metin şeklinde ve doğru kaynaklarla okuyuculara verilmesi,
3. RSS yoluyla bilgilenmede masrafın yok denecek kadar az olması,
4. Web sitelerinin yöneticilerinin site güncellemesi konusunda zaman kazanmaları,
5. Kullanıcıların istek ve ilgilerine göre web sitesine uğramadan haberlerin kendilerine en kısa sürede gönderilmesi ve binlerce haber arasından ilgilendikleri haberleri aramak zorunda kalmamaları. Böylelikle, zaman ve maliyet avantajı kazanmaları,
6. Web sitelerindeki en son haberlerin site açılmadan en kısa sürede okuyucuya ulaşması,
7. Bilgilendirmeyi arttırmak için yöneticilerin daha fazla insan kaynağına ihtiyaç duymaması,
8. Kullanıcıların isteklerine göre bir RSS okuyucuya üye olarak, haberlerinden yararlanabilmeleri ve istediklerinde üyeliklerini iptal yoluyla haber alma ya da almamaya karar verebilme imkanına sahip olabilmeleri,
9. RSS yoluyla reklam ya da spam gönderilememesi,
10. RSS'lerin kullanıcıları dünyadaki en son gelişmelerden haberdar etmeleridir.

RSS esas olarak bloglarla birlikte ortaya çıkan bir yeniliktir. Aynı anda çok sayıdaki bloğun takibinin zor olması sebebiyle blog okuyucuları RSS'i benimsemiştir. Bunun sonucunda blog yazarları RSS beslemesi yaratmaya, yazılım geliştiriciler de bunun en pratik şekilde nasıl sağlanacağına odaklanmışlardır. Günümüzde blog yazılımlarının tamamı bloglar için otomatik RSS beslemesi oluşturmakta ve yayınlamaktadır. Ayrıca büyük haber siteleri başta olmak üzere birçok web sitesi de kullanıcılarına RSS

ikonlarına tıklamaları suretiyle kolaylıkla kaydolabilecekleri RSS beslemeleri sunmaktadır (Çevikel, 2010:67).

#### **4.5 SOSYAL MEDYANIN KULLANIM ALANLARI**

Sosyal medya, bireylerin yer ve zaman sınırlaması olmaksızın görüşlerini paylaşabildikleri aynı zamanda sınırsız multimedya olanaklarının kullanılabilirdiği, interaktif iletişim imkanı tanıyan önemli bir platform olması sebebiyle son yıllarda iş dünyasında da pazarlama, halkla ilişkiler, tanıtım, iletişim, bilgi-belge yönetimi ve insan kaynakları yönetimi alanlarında da etkin şekilde kullanılmaktadır. Günümüzde siyasette, eğitimde, basın-yayın ve gazetecilikte de kendisine geniş kullanım alanı bulan popüler sosyal medya araçları kurumlar için vazgeçilmez hale gelmektedir.

Bireylerin etkin şekilde birbirleriyle paylaşım içinde olduğu sosyal medya araçlarının kullanımının artışı sonucu bugün Facebook, Twitter, Youtube, Flickr, Wikipedia vb. pek çok web sitesi hem etkili birer pazarlama ve halkla ilişkiler-tanıtım ortamı hem de bilgi-belge paylaşımı ile çalışanların işe alımında sıkça kullanılan ortamlar olarak dikkat çekmektedir.

Kişilere ve kurumlara sağladığı faydaların yanında, yanlış kullanım sonucu zararları da olabilen sosyal medya araçlarının gerek öğrenci gerekse de kurum çalışanlarının eğitimi konularında da kullanımı gün geçtikçe yaygınlaşmaktadır.

##### **4.5.1 Sosyal Medyanın (Web 2.0) Eğitimde Kullanımı ve Faydaları**

Web 2.0 araçları eski öğrenme metotlarını değiştirmiş yenilerini ortaya çıkartmıştır. Birincisi, kişiler artık öğrenmek istedikleri konuları öğrenmek için çevrimiçi arama yapmakta yani web kaynaklarını birincil kaynak olarak kullanmaktadır. İkincisi ise, informal öğrenme yöntemlerindeki artış ile bilgiyi arayan kişiler uzman kişilere e-posta, anlık mesajlaşma, wikiler ya da web

günlükleri aracılığıyla ulaşıp bilgi edinebilmektedir. Üçüncüsü de, Web 2.0 araçlarının kolay kullanılabilir olması sonucu kişiler hem öğrenci hem de öğretici rolünü üstlenmektedir. Web 2.0 araçlarının eğitime getirdiği en önemli katkı, katılımcıları olan öğretmen ve öğrencileri sınıf dışına çıkararak dünya çapında bilgi paylaşımcıları haline getirmesidir. Eğitimde yapılandırmacı öğrenme etkinliklerini gerçekleştirme olanağı veren Web 2.0 araçlarını öğrenme amaçlı kullanan öğretmenler, öğrencilerin bir kavramı, olayı ya da problemi nasıl anladığı, yapılandığı ve çözdüğü ile ilgili süreci bütünüyle görebilmektedir. Bu da öğrenmelere tümüyle hakim olmayı sağlamaktadır. Böylece öğretmen eksikliklerini giderebilmekte ve düzeltmeler yapabilmektedir (Horzum, 2010:613).

Web 2.0 uygulamalarının işbirlikli, paylaşımlı ve sosyal etkileşimli ortam olma özellikleri sonucu informal öğrenme, işbirlikli öğrenme, sosyal öğrenme ve problem tabanlı öğrenme mümkün olmaktadır. Öğrenciler Web 2.0 uygulamaları ile informal öğrenme süreçlerine dahil olabilmekte, öğrenmek için yeni yollar bulmakta ve kendi problemlerini çözme konusunda denetimi ellerinde bulundurmaktadır. (Atal ve Koçak Usluel, 2011:24).

Web 2.0 araçları daha çok Fen ve Sosyal alanların öğretiminde kullanılırken dil öğretiminde de kullanımı az değildir. Bununla birlikte öğretmen eğitiminde de etkin şekilde kullanılmaktadır. Literatür incelendiğinde Web 2.0 araçlarının eğitime katkıları şu şekilde ifade edilmektedir; grup çalışması alışkanlığı, etkili öğrenme, üst düzey düşünme becerileri, bilgi okur-yazarlığı, yapılandırmacı problem çözme, öğrenciye uygunluk (ilgi çekme), bireysel gelişim ve sorumluluk alma (Karaman, Yıldırım ve Kaban, 2008:38,39).

E- öğrenmede de, Web 2.0 destekli ve öğrenci katılımlı olan araçlar wikiler, bloglar, sosyal imleme siteleri, sosyal paylaşım siteleri, medya paylaşım siteleri vb. etkin şekilde kullanılmaktadır. Bu araçlar bireylere kişisel öğrenme olanağı tanırken, etkileşimler sonucu oluşan ağ da bireyin öğrenmesi ve problem çözmesine yardımcı olmaktadır. E- öğrenme 2.0 araçları formal öğrenmede özellikle işbirlikli öğrenmede yararlı özelliklere sahiptir. Örneğin, wikiler grup projesinin, sosyal imleme siteleri işbirlikli

araştırmalarının birer parçası olarak kullanılabilir. Aynı şekilde bloglarda yazılı çalışmaların sunulmasına ve akranların dönüt vermesine imkan veren işbirlikli öğrenme ortamlarıdır. Bunların yanı sıra, Web 2.0 araçları yayıncılığın kolay hale gelmesini, öğrencilerin çalışmalarıyla ilgili dönüt alınabilmesini sağlamaktadır (Atıcı ve Yıldırım, 2010:370-372).

Yapılan bir araştırma ile Web 2.0 araçlarıyla bir öğrencinin sınıf ortamı dışında gerçekleştirilen örnek bir öğrenme yaşantısının, öğrencinin öğrenme faaliyetleri ve alışkanlıkları üzerindeki etkileri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Buna göre (Deperlioğlu ve Köse, 2010:339-340); *“Söz konusu ğrenci öğrenme yaşantısına, bilgisayarında kurulu olan, günlük ders faaliyet planlarını gösteren, “etkinlik” widget aracını kontrol ederek başlar. Bu widget, dersin ğretmeni tarafından belirli aralıklarla güncellenmekte ve böylece ğretmen, widget aracını kullanan öğrencilerine, ders faaliyet planlarını istediği zaman ulaştırabilmektedir. Günlük ders faaliyetini inceledikten sonra ğrenci, planda yer alan ilk etkinlik olan, dersiyile ilgili podcast servislerinden güncellemeleri alma işlemine geçer. Öğrencinin ye olduğu podcast servislerinden birisi ders öğretmenine aittir. Öğrenci bu servisten, öğretmenin hazırladığı ses kayıtlarını alır. Ardından, ğretmenin ders notlarını sınıfı ile paylaştığı dosya paylaşım sitesine girer ve en güncel ders notlarını bilgisayarına indirir. Ses kayıtlarını dinleyerek ders notlarını inceler, gerekli notları alır. Bu faaliyet sona erdiğinde, öğretmenin ve sınıf arkadaşlarının blog sayfalarından ve ayrıca ders ile ilgili seçilmiş kaynak web sitelerinden, son güncellemeleri almak amacıyla RSS Okuyucu programını çalıştırır. Kaynak sitelerde ilgisini çeken güncellemeleri, daha sonra incelemek üzere, RSS programının sunduğu “bookmark” işlevi ile işaretler. Ders ğretmeninin blog sayfasında gerçekleşen güncellemeleri inceler. Eğer varsa, dersle ilgili duyuruları veya not ilanlarını bu şekilde öğrenmiş olur. RSS yardımı ile son olarak arkadaşlarının blog sayfalarındaki güncellemeleri inceler. Arkadaşları blog sayfalarında, gerçekleştirdikleri ders faaliyetleri ile ilgili raporlar sunabileceği gibi, dersle ilgili kişisel metinler veya materyaller sunabilir. Öğrenci bunları inceleyerek gerekli grdğu yerlerde blog sayfalarına*



yorumlar ekler. Öğretmenin yayınladığı ders faaliyet planına bağlı olarak öğrenci çalışmalarına kısa bir süreliğine ara verebilir.

Aradan sonraki öğrenme süreci, bütün sınıf üyelerinin üye olduğu sosyal etkileşim sitesine girişle başlar. Öğrenci sitede arkadaşlarıyla ders ile ilgili bilgi alışverişinde bulunur. Açılan tartışma başlıklarını yorumlar. Gerekliğinde, video konferans görüşmeleri yapılır. Söz konusu bu görüşmelere ders öğretmeni de uygun zamanlarda katılabilir. Sosyal etkileşim sitesinde gerçekleştirilen faaliyetler sonrası, öğretmen tarafından verilen proje çalışmasını gerçekleştirmek üzere, ders için kurulmuş olan Wiki veya işbirlikçi düzenleme servisine giriş yapılır. Projelerin konusu ve proje çalışmalarında bulunacak öğrenci grupları daha önce, ders öğretmeni tarafından belirlenmiş olabilir. İlgili servise bağlandıktan sonra, projenin son hali öğrenci tarafından gözlemlenir. Öğrenci, proje ile ilgili gerekli gördüğü yerleri düzenler, yorumlarda bulunur ve eğer varsa, kendi sorumluluğunda olan kısımları hazırlar. Bu çalışmadan sonra, gün içerisinde gerçekleştirdiği faaliyetleri, edindiği tecrübeleri ve varsa diğer kazanımları, öğretmen ve diğer arkadaşları ile paylaşmak üzere, kişisel blog sitesine giriş yapar. Gerekli girdileri yayınladıktan sonra, önceden yayınlamış olduğu girdilerle ilgili yapılan yorumları inceler ve değerlendirir. Normalde, bu faaliyet ile birlikte, öğretmenin belirlediği günlük faaliyet planı bitirilmiş olur. Ancak öğrenci, arta kalan vaktini dinlenmek için kullanabileceği gibi, yine dersle ilgili çalışmalarına devam etmek amacıyla da kullanabilir. Bu süreç esnasında yine Web 2.0 teknolojilerinden, bu sefer kendi istekleri doğrultusunda faydalanabilir.”

Oluşturulan bu öğrenim sürecinin sonucunda ise şu bulgular elde edilmiştir;

1. Web 2.0 teknolojileri, yüksek etkileşimli ve çok yönlü eğitim süreçleri oluşumu konusunda etkili olmaktadır.

2. Web 2.0 teknolojileri ile oluşturulacak çevrimiçi faaliyet, yüz yüze eğitim ile birleştirildiğinde, güçlü ve etkili bir öğrenme modeli oluşmaktadır.

3. Web 2.0 teknolojileri ile gerçekleştirilecek eğitim çalışmaları, ders amaçları bir kenara bırakılırsa, bilişim çağına uygun, bilgiyi etkili kullanabilen, işleyen, nitelikli bireyler yetiştirilmesini sağlamaktadır.

### **Web 2.0 Araçlarının Eğitimde Kullanımının Sağladığı Faydalar:**

Web 2.0 araçları öğrencileri 21. yüzyılın iş ve eğitim hayatına hazırlamada kritik bir rol üstlenmenin yanı sıra yaratıcı ve kritik düşünme becerilerini de desteklemektedir. Aynı zamanda öğrencilerin ileride daha aktif ve katılımcı olmalarına olumlu katkı sağlayarak, teknolojik okuryazarlık düzeylerini pozitif etkilemektedir. Web 2.0 araçlarının eğitimde kullanımının verimlilik, motivasyon, öğrenme ve öğrenmeyi öğrenme gibi faydaları bulunmaktadır. Bu faydalar öğretmene, öğrenciye ve sınıf ortamına göre sınıflandırılmaktadır. Bu sınıflandırmaya göre (Elmas ve Geban, 2012:250,251);

#### **1. Öğretmen Açısından Web 2.0 Araçlarını Kullanmanın Faydaları**

- Web 2.0 araçlarını kullanan bir öğretmen sınıfına getirdiği farklı aktivite, programlar ve ürünler sayesinde sınıfına canlılık ve hareket katar.
- Öğretmenin değerlendirme anlayışı çeşitlenir ve yazılı notlarının ötesinde öğrenciler tarafından ortaya konan ürünleri de değerlendirir.
- Öğretmen derslerinde daha güncel ve işlevsel içerikleri kullanır. Günlük hayattan güncel sorun ve problemler üzerinden rahatlıkla örnekler verebilir.
- Öğretmen ortaya konan bir ürünün izini internet üzerinden rahatlıkla sürebilir, çünkü hazırlanan ürünlerle ilgili alıntı yapılan yerler ve kullanılan araçlar detaylı olarak bağlantılarla (hyperlinklerle) belirtilmektedir.

#### **2. Öğrenci Açısından Web 2.0 Araçlarını Kullanmanın Faydaları**

- Devamlı farklı web 2.0 araçlarını kullanan öğrenci daha aktif ve zinde kalmaktadır. Aynı zamanda, öğrencileri ileriki hayatlarında teknoloji okuryazarı, aktif ve katılımcı bireyler olmaya itmektedir. Bu da onları ilerdeki meslek yaşamlarına hazırlamaktadır.

- Web 2.0 araçları ile ürün odaklı çalışan öğrenci gösterdiği çaba ve gayretin karşılığını somut olarak görmektedir.

- Ürün üzerinde esnek çalışma saatlerinde ve sınıf dışı ortamlarda da rahatlıkla çalışabilmesi, farklı öğrenme tarzları olan öğrencileri desteklemektedir.

- Bilgiye en güncel ve işlevsel hali ile ulaşmaktadır.

- Öğrenciler web bağlantıları (hyperlink) mantığı ile öğrendikleri bilgilerin kaynağına gidebilmekte ve rahatlıkla istedikleri kavramlar hakkında daha derinlemesine araştırma yapabilmektedir.

- Öğrencilerin daha çok duyu organı ile eğitim ortamına katılmalarını sağlamaktadır. Bu da onların daha akılda kalıcı bilgiler edinmelerini ve bilişsel olarak da gelişmelerini sağlamaktadır.

- Öğrencilerin bu farklı web araçları ile geliştirdikleri ürünler ile sınıfa gelmeleri aktivitelere katılmak için motivasyonlarını da artırmaktadır.

- Öğrenciler hazırladıkları ürünle ilgili eleştiri aldıklarında bu eleştirilere göre rahatlıkla ortaya koydukları ürünü geliştirebilmektedir. Bu şekilde öğrenciler üzerlerinde çalıştıkları akademik konularla daha çok iç içe olmakta ve kendi öğrenmeleri üzerinde kontrolleri artmaktadır.

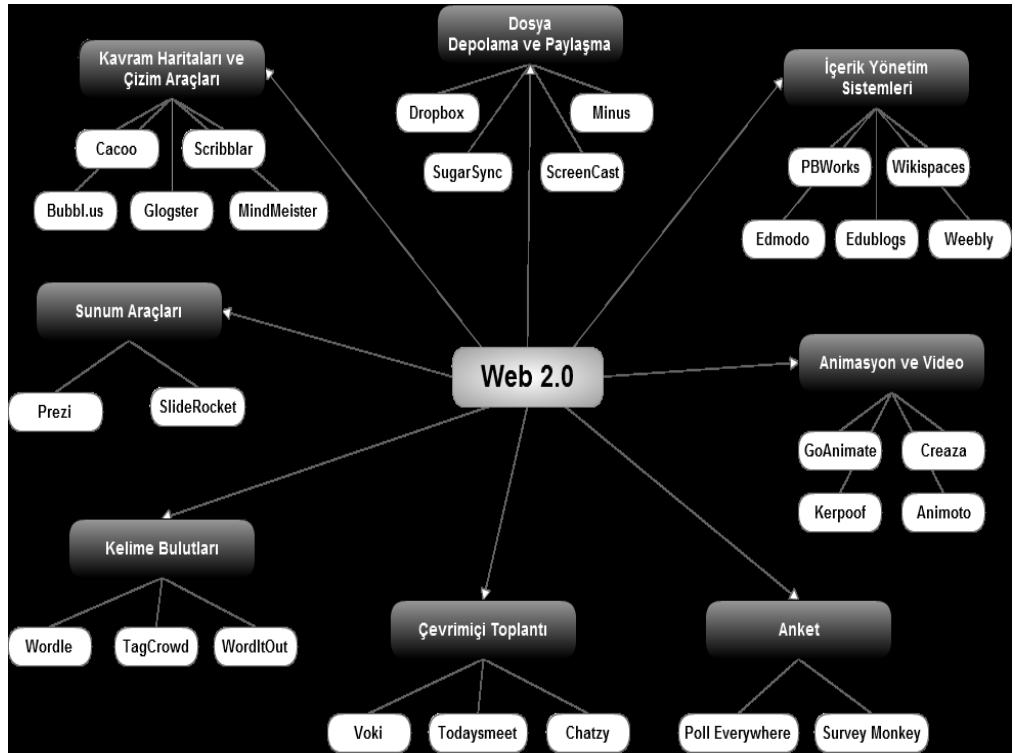
- Öğrencilerin, genellikle web 2.0 araçlarını kullanırken gruplar halinde çalışması teşvik edilmektedir. Bu da sosyalleşmelerini ve birbirlerinin tecrübe ve bilgilerinden olabildiğince faydalanmalarını sağlamaktadır.

- Öğrencilere ders kitaplarının ötesine geçme, içerik oluşturma ve içeriği manipüle etme hakkı tanımakta; bu da öğrencilerin özgüvenlerinin gelişmesini sağlamaktadır.

### 3. Sınıf Ortamı Açısından Web 2.0 Araçlarını Kullanmanın Faydaları

- Daha aktif ve katılımcı bir sınıf ortamı sağlamaktadır.
- Sınıf ortamında öğrencilerin birbirine karşı tutum ve davranışlarını olumlu yönde etkileyeceği düşünülmektedir.

Aşağıdaki şekilde gösterilen sınıflandırma, Web 2.0 araçlarının eğitimdeki kullanım alanları düşünülerek yapılmıştır. Bu sınıflandırmada yer alan her web adresi eğitime katkı sağlayıcı ve destekleyici niteliktedir.



Şekil 7 Web 2.0 Araçlarının Kullanım Alanlarına Göre Sınıflandırılması

Kaynak: (Elmas ve Geban, 2012:249)

#### 4.5.1.1 Wikilerin Eğitim Alanında Kullanımı

Wikiler eğitim faaliyetlerinde oldukça yararlı olan Web 2.0 araçlarındandır. Wikilerle, yapılan çalışmalar belli konu başlıkları altında

arşivlenebilmektedir. Böylece öğrencilerin belli konular üzerinde bilgi paylaşımında bulunabilecekleri bir platform ortaya çıkmaktadır. Bunun yanı sıra bilgilerin konu başlıkları altında arşivlenmesi sonucu bilgiye erişimde kolaylaşmaktadır. Tüm bunlara ilaveten wikilerin en önemli getirisi, öğrencilerin ve öğretmenlerin işbirlikçi çalışmaları sonucu oluşan nitelikli bilgiler sunmasıdır ve sunulan bu işbirlikçi çalışma ortamı öğrencilerin birbirleriyle etkileşimi açısından büyük önem arz etmektedir (Deperlioğlu ve Köse, 2010:338).

Wikiler genellikle bilgi depolama ortamları olarak kullanılmaktadır. Wikilerdeki kişisel sayfalar ve tartışma alanları öğrenmeyi insancillaştırmaya ve öğrenciler arası sosyal etkileşimi sağlamaya yardımcıdır. Aynı şekilde, işbirliği, bilgi oluşturma, arşivleme ve öğrenci etkileşimi için etkili, esnek, kullanıcı dostu ve uygun maliyetli arayüzler sağlamaktadır. Çok az teknik beceri gerektirmesi de kullanıcının yazma ile ilgili teknik içerikle uğraşmasındansa içeriğe yoğunlaşmasını sağlamakta ve öğrenci desteği ihtiyacını azaltmaktadır (Horzum, 2010:609).

Herhangi bir kullanıcı tarafından değiştirilebilen ve işbirliği sağlayan sosyal medya araçlarından wikilerin özellikle okuma yazma gibi yabancı dil derslerinde faydalı olacağı ortaya konulmuştur. Popüler wiki portallarından Pworks ile, eğitimciler, öğrencileri ve iş arkadaşlarıyla işbirliği yapabilmekte, Google araçları, Youtube ile TeacherTube sitelerinin videolarını, sunum dosyalarını ve diğer dosyaları içeren sınırsız sayfa oluşturabilmekte, video animasyon ve kaynak paylaşımını kolayca gerçekleştirmektedirler. Wikilerin kullanım alanları eğitimcilerin ve kullanıcıların yaratıcılıklarına bağlı olmakla birlikte özellikle dil öğreniminde pek çok olanak sağlamaktadır. Bu olanaklar (Kılıçkaya, 2010:19, 28, 29);

1. Deyimsel ifadelerle ilgili çalışma ortamı oluşturulabilmektedir yani, öğrenciler ikili ya da grup halinde çalışarak yeni deyimleri ekleyebilmekte ve liste oluşturabilmektedirler.
2. Sınıf içinde yapılan çalışmalar sunulabilmektedir yani, genellikle öğrenci çalışmaları sadece öğretmence değerlendirilebilirken, Wiki

sayfalarına yerleştirildiğinde diğer öğrenciler ya da öğretmenler de çalışmalar hakkında dönüt/öneri sunabilmektedir.

3. Ortak hikaye yazılabilmektedir yani, öğrenciler ikili ya da grup halinde çalışıp yeni hikaye oluşturabilmektedir. Bunu gerçekleştirirken de dilbilgisi ve anlam hatalarını bulup düzeltebilmektedir. Böylece yazma yeteneklerini geliştirmektedirler.

4. Tanınmış/ünlü kişiler hakkında yazı yazılabilmektedir yani, öğrenciler ülkelerindeki ya da dünyadaki bilinen kişiler hakkında bilgi edinerek yazı yazabilmekte ve grup çalışmasıyla da aralarında bu bilgileri çocukluk, eğitim gibi sınıflandırarak ortak çalışma alanı yaratabilmektedir. Öğrencilerin verdiği bilgiler de hata olasılığına karşın diğer öğrencilerce kontrol edilerek düzeltilebilmektedir.

Wikilerin ilköğretimde etkisini ölçmek için yabancı dil sınıfında okuyan 32 öğrenciyle yapılan bir araştırmada, öğrencilerin beraber bilgi oluştururken ders konularıyla ilgili ayrıntılı araştırma yaptıkları ve kişisel deneyimleriyle ders konusu arasında bağ kurabildikleri ortaya konulmuştur (Aşan, 2012:131).

Wiki ortamındaki öğrenmeler, öğrenci ve öğretmenin birlikte öğrenmesini sağlayıcı olması sebebiyle farklılık arz etmektedir. Wikiler, eğitim amaçlı projelerde, beyin fırtınası yapma, dil öğretimi ve yaratıcı yazma amaçlı olarak kullanılmaktadır. Kolay kullanılabilen arayüzleri öğrencilerin web sayfaları oluşturmalarını kolaylaştırmakta, sınıf ya da okul gazetesi oluşturmalarını sağlamaktadır. Öğrenciler hazırladıkları ödev, araştırma ve projeleri wikilerde yayınlanabilmekte, ders konularıyla ilgili tartışma soruları ya da okumaları bir hafta öncesinden paylaşabilmektedir. Wikileri öğrenciler de, derslerle ilgili etkinlikler hazırlamada, kaynak, bağlantı, proje bilgileri ve sık sorulan soruları sunmada kullanabilmektedir. Aynı şekilde, yapılan bilgi paylaşımlarını ve tartışmaları öğrencilerin problem alanlarını tespit için izleyebilmektedirler (Horzum, 2010:609).

Eğitimde wiki uygulamalarının kullanımı sonucu öğrenci çalışma dosyaları oluşturulabilmekte, mesleki gelişim sağlanmakta, ders ve sınıf içi iletişim ortamı zenginleşmekte, topluluk ilişkileri ile sanal topluluklar

oluşturma mümkün olabilmekte ve bilgi yönetimi sağlanabilmektedir. Ayrıca wiki ortamları, grup çalışmalarında grup üyeleri arasındaki bilgi paylaşımını desteklemekte, işbirlikli öğrenme ortamı oluşturarak grup içindeki bireylerin birbirlerinden bir şeyler öğrenmelerini ve bilgi oluşturabilecekleri tartışma ortamları sağlamaktadır (Altun, 2008:128).

#### 4.5.1.2 Podcastlerin Eğitim Alanında Kullanımı

Podcasting eğitimsel olmayan amaçlar için yayınlanan MP3 formatındaki ses kayıtları iken günümüzde, videoların MP4 formatı sayesinde eğitim amaçlı da kullanılan yeni bir mobil öğrenme aracı haline almıştır. Podcastler, internetten mobil araçlara yüklendikten sonra internet bağlantısı gerekmeksizin istenilen yere aktarılabilen ve istenildiğinde de kolayca dinlenebilmektedir. Bu da Podcast'leri yaygınlaştırarak sadece müzik amaçlı kullanılmaktan çıkartmış şirketler açısından bilgilendirme ve eğitim amaçlı da kullanılabilen bir sosyal medya aracı haline getirmiştir. Podcasting uygulamalarının eğitimde sağladığı avantaj ve dezavantajlar şunlardır; (Aslan, 2011:30).

Avantajları:

1. Podcast, dinleyiciye kayıtları isteğine bağlı olarak, istediği yerde ve zamanda dinleme olanağı vermektedir.
2. Podcast ürünleri az masraflı olup genellikle ücretsiz abonelik mümkün olmaktadır.
3. Dijital olmaları çevrimiçi erişilmelerini olanaklı kılmaktadır.
4. Basit kullanımlı ve kullanıcı dostu araçlardır.
5. Derslerde not tutamayan ya da derse katılamayan öğrencilerin endişelerini azaltmaktadır (Gülseçen vd., 2010:798).
6. Taşınabilir çoklu ortam aygıtları üzerinde de çalıştırılabilmeleri eğitimin sınıf dışına da taşınabilmesini sağlamaktadır (<http://ozqeinci.blogcu.com/bloglar-ve-egitimde-kullanimi/9343647>)

Erişim Tarihi: 21.11.2012.

7. Laboratuvar ve kütüphane gibi belli saatlerde açık olan ortak alanlarda çalışma zorunluluğunu ortadan kaldırmaktadır (Gülseçen vd., 2010:798).

8. Genellikle 3-5 dakikalık kayıtların sunulduğu podcastler, ders öncesi hazırlık, kaçırılan ders konularını telafi etme ve bir konu hakkında bilgi ve kaynak sahibi olma amaçlarıyla da eğitimde kullanılabilir (Karaman, Yıldırım ve Kaban, 2008:36).

9. Dersleri tekrar etme şeklinde kullanılabilirliği kalıcılığı sağlamaktadır (Gülseçen vd., 2010:798).

10. Öğrencilerin ve öğretmenlerin her zaman her yerde bilgiyi paylaşmalarını sağlamaktadır. Bu özelliği dolayısıyla uzaktan eğitimde oldukça önemli bir yere sahiptir (<http://ozgeinci.blogcu.com/bloglar-ve-egitimde-kullanimi/9343647>) Erişim Tarihi: 21.11.2012.

11. Sesli materyallerle öğrenen öğrenciler açısından tercih edilebilecek bir içerik sunmakta ve sözlü sunumlara göre daha etkili olmaktadır. (<http://ozgeinci.blogcu.com/bloglar-ve-egitimde-kullanimi/9343647>) Erişim Tarihi: 21.11.2012.

Dezavantajları (Aslan, 2011:30):

1. Mevcut teknolojik altyapı ile bütünleşme sorunları
2. Ticari kaynaklardan lisans anlaşmalarının zor oluşu ve kullanılan akademik içeriğin eksik olması
3. Eğitim kaynaklarının eksikliği ile teknik sınırlamalar
4. Podcast'lerin işlevselliğinin fakültelerce ve öğrencilerce tam olarak bilinmemesi yani bilinç ve bilgi eksikliği
5. Podcast kayıtlarının kaliteli olmaması (Gülseçen vd., 2010:798).
6. Derse aktif katılımın olmaması (Gülseçen vd., 2010:798).
7. Podcast yayınının uzun sürmesi halinde dikkatin dağılarak istenilen verimin elde edilememesi (Gülseçen vd., 2010:798).
8. Podcastlere ulaşmada sıkıntı yaşanması (Gülseçen vd., 2010:798).

Podcastler, sesli materyallerle öğrenen öğrenciler için tercih edilebilecek olan bir içerik sunan, sözlü sunumlara göre daha ekonomik olan



ve eğitimde en çok faydalanılan teknolojilerdendir. Podcastlerin otomatik, kolay kontrol edilebilir, taşınabilir, her zaman erişilebilir, az ve öz olma gibi faydaları bulunmaktadır (Horzum, 2010:610).

Podcast teknolojisi, e-öğrenme faaliyetlerinin gerçekleştirilmesine de uygun bir Web 2.0 aracıdır. Podcast yardımıyla, öğrencilerin ve öğretmenlerin ihtiyacı olan eğitim materyalleri kısa sürede görsel ya da işitsel olarak hazırlanabilmektedir. Podcast'ler ayrıca, uzak mesafedeki öğrencilere ulaşılabilmesi ve sınıf içindeki öğrenciler arasında da etkileşimi sağlama açısından önem arz etmektedir (Deperlioğlu ve Köse, 2010:338).

Podcastler, eşzamanlı bir etkinlik olmasa da öğrencinin kendisini öğrenme ortamıyla ilişkili hissetmesini sağlayacak şekilde bilgi ile etkileşim sağlamaktadır. Bazı derslerde öğrencilerin sınıf içinde kendi podcastlerini bile oluşturmaları mümkün olabilmektedir. Podcastler, öğrencilerin ders içeriğine uygun konu başlıklarından başlayarak takımlar halinde konu araştırmalarına, bilgi ekleme ve yazmaya, gösterilerini kaydetmelerine kadar bütün aktif katılımlı süreçlerinde etkili bir araçtır (Horzum, 2010:610).

Dersle ilgili içerikler (şiiirler, ödevler, deney raporları, panel tartışmaları vb.) öğrenciler tarafından podcast haline getirilip, arkadaşlar ya da öğretmenlerle paylaşılabilir. Böylelikle öğrencilerin ortak çalışma yapmaları teşvik edilmekte ve yeni teknolojiler kullanmalarına da imkan tanınmış olmaktadır. Eğitimciler, yabancı dil çalışmalarını, sınav sonuçlarını ya da anlatacakları ders içeriklerini podcast haline getirerek öğrencileriyle paylaşabilmektedir. Böylece, konular daha kalıcı olmakta ve öğrencilere diledikleri yerde ve diledikleri zamanda eğitim olanağı sağlanmış olmaktadır. Günümüzde Sorbonne, University of California, Berkeley, Stanford University, Anadolu Üniversitesi (Anapod) internet üzerinden çeşitli dersleri ücretsiz olarak podcast şeklinde yayınlamaktadır (<http://ozqeinci.blogcu.com/bloglar-ve-egitimde-kullanimi/9343647>) Erişim Tarihi: 21.11.2012.

ABD'de West Cost Üniversitesi'nde yapılan bir araştırmada, öğrencilerin yüzde 84'ünün Podcastleri çok gerekli bir araç olarak gördüğü tespit edilmiş çalışmada Podcastler'in avantajları; "spor yaparken, alışveriş yaparken ya da farklı bir aktivite esnasında dinleyerek öğrenme",

“aynı dersi defalarca dinleyebilme”, “duraklatma şansı ile not alma sıkıntısını ortadan kaldırma”, “sınıfın dışında öğrenebilme şansı tanıma”, “sınav öncesi ders notlarını tekrarlamada kullanışlı olma” olarak ifade edilmiştir (Gülseçen vd., 2010:796-798).

Her düzeydeki eğitim kurumlarında aktif bir eğitim aracı olarak kullanılan Podcast, dersle ilgili içeriklerin sınıf arkadaşlarıyla ya da öğretmenlerle paylaşımına olanak tanımakta ve öğrenci ile öğretmenin sınıf dışı iletişimde de kullanılmaktadır. Videocast yazılımıyla öğretmen ve öğrenciler eğitimle ilgili videolara erişebilmekte, yeni videolar yükleyebilmekte ve mevcut videolar üzerinde değişiklikler yapabilmektedir. Bu yolla ders içerikleri güncel olarak takip edilebilmekte ve farklı içerikteki videoların eklenmesiyle bilgiye erişim mümkün olabilmektedir. Dersle katılmayan ve dersi tekrar etmek isteyen öğrenciler için geliştirilmiş olan Podcastler, öğretmen ve öğrencilerin akıllı telefonlarıyla da bağlantı yaparak istedikleri işlemleri yapabildikleri, istedikleri her yerde takip edemedikleri derslerin tekrarını yaparak öğrenmede sürekliliğin sağlandığı sosyal medya araçlarındandır. Podcast’lerle öğrenme, ülkemizde hem üniversitelerde hem de özel eğitim kurumlarında kullanılmaktadır (Tarımer, Şenli ve Doğan, 2010:2-4).

#### **4.5.1.3 RSS’in Eğitim Alanında Kullanımı**

RSS yayınları, eğitim faaliyetlerinde, yeni ders içeriklerinin ve duyurularının öğrencilere ulaştırılabilmesi amacıyla kullanılabilen basit ancak etkili Web 2.0 araçlarındandır (Deperlioğlu ve Köse, 2010:338).

RSS’le öğrencilerin ürünleri tek bir sayfada toplanabilmekte, farklı araştırmaların sonuçları kolay inceleme yapmak amacıyla bir araya getirilebilmekte, oluşturulan içeriğin parçaları bütünleştirilerek sınıf sitesi yapılabilmekte, işbirlikli proje grupları için siteler oluşturulabilmekte, öğretmenlerin ders planları ya da düşünceleri bir sayfada sunulabilmektedir. RSS ayrıca, öğrenme materyallerinin bileşenlerini ve farklı kurumlarda

çalışan eğitimcilerin üzerinde çalıştıkları benzer konuları ve projeleri bir araya toplamak için de kullanılabilir. RSS sayesinde, öğrencilerin web siteleri tek tek kontrol edilmektense aynı anda hepsi kullanılabilir yani RSS web sitelerindeki ve sayfalarındaki değişimi görme olanağı tanımaktadır (Horzum, 2010:611).

Yurtdışındaki bazı üniversitelerde; burslar, sınavlar, dil okulları ile kursları, master, doktora, online eğitim, sertifika programları, üniversiteler, orta öğretim kurumları konularında RSS hizmeti verilmektedir.

#### **4.5.1.4 Sosyal Paylaşım (Ağ) Sitelerinin Eğitim Alanında Kullanımı**

Sosyal paylaşım siteleri öğretmen ve öğrencilerin ihtiyaç duydukları çevrimiçi iletişim ve bilgi paylaşımını güçlü özellikleri sayesinde kolaylıkla sağlayabilmektedir (Deperlioğlu ve Köse, 2010:338). Sosyal paylaşım siteleri yükseköğretimde işbirliği ve dayanışmayı geliştirmede kullanılabilir ve sosyal ağların eğitimde kullanılmasıyla öğrenci- öğretmen arasında daha etkili iletişim sağlanmakta ve öğretmenler öğrencilerini daha iyi tanıyabilmektedir. Sosyal paylaşım siteleri aktif öğrenme, sosyal öğrenme, uygulama ve öğrenme toplulukları gibi pedagojik yaklaşımları da desteklemektedir (Keleş ve Demirel, 2011:2).

Sosyal ağların sahip olduğu özellikler ve kullanıcılara geniş imkanlar sunması, öğretmen ve öğrencilerin eğitim-öğretim süreçlerini etkin, yaratıcı, işbirlikli öğrenme ile desteklemelerini sağlamaktadır. Ayrıca, öğrenci-öğrenci, öğrenci-içerik ve öğretmen-öğrenci etkileşimini arttırmakta, öğrencilerin araştırma, sorgulama ve problem çözme becerilerini kullanmalarına ve geliştirmelerine de yardımcı olmaktadır. Öğrenciler sosyal ağları yeni ve bağımsız öğrenme ortamları olarak ya da dersleriyle bağlantılı şekilde kullanabilmektedir. Bununla birlikte, gruplar oluşturarak veri toplayabilmekte, tartışma başlatabilmekte, öğretmenlerini arkadaş olarak ekleyip kendilerini rahatça ifade edebilmektedir (Koç ve Karabatak, 2011:2).

Yüz yüze ya da elektronikte olabilen eğitimsel sosyal ağların amacı, gelişme için kurumlar ya da kişiler arasında esnek etkileşim imkanı sunmaktır. Özellikle örtük bilgi denilen ve geleneksel sistemdeki bilgi transfer sistemiyle aktarılamayan aynı zamanda okul gelişimi açısından büyük önemi olan bilgi türünün aktarılmasında kullanılmaktadır. Sosyal ağların eğitime sağladıkları faydalar ile ilgili pek çok araştırma ve çalışma yapılmıştır. Bu araştırmalardan bazıları şunlardır (Akt., Özmen vd., 2011:42-45);

(Muijs vd, 2010), sosyal ağların okul geliştirme, fırsatları artırma ve kaynak paylaşımı gibi yararları olduğunu ortaya koymuştur. (Yuen ve Yuen, 2008) yaptıkları çalışma ile sosyal ağların öğrencilerin dijital medya paylaşımı, ortak fikir ve görüş çerçevesinde soru sorma, derse dair kaynak paylaşma, çalışma grupları oluşturma ve sınıf arkadaşlarıyla iletişim kurma amaçlı kullanılabileceğini ortaya koymuşlardır. (Ajjan ve Harsthone, 2008) ise, sosyal ağları eğitsel olarak kullanım açısından uygun bulmakta ve sosyal ağların öğrencilerin öğrenmelerini arttırdığını, okul-öğrenci ve öğrenci-öğrenci arasında etkileşim sağladığını, öğrencilerin dersle ilgili memnuniyetlerini arttırdığını, yazma becerilerini geliştirdiğini ve derslere uyumu kolay araçlar olduğunu ifade etmektedirler. (Selwyn,2007), sosyal ağların özellikle öğrencilerin akademik çalışmalarında içine düştükleri rol karmaşasının üstesinden gelmelerine yardımcı olduğunu ileri sürmüştür.

McLoughlin ve Lee, (2007)'e göre, pedagojik araçlar olarak düşünülebilecek olan sosyal ağların eğitime sağlayabileceği faydalar; sosyal destek ve bağlanabilirlik, işbirlikli bilgi keşfi ve paylaşımı, içerik oluşturma, bilgi ve enformasyon kümelemesi ile içerik modifikasyonu' dur (Akt., Koç ve Karabatak, 2011:2).

Yapılan bütün bu araştırmalar göstermektedir ki, sosyal ağlar eğitimde öğrenci açısından motivasyon, etkililik ve iletişim gibi olumlu avantajlar sağlarken, özellikle gençleri çok cezbetmesi sebebiyle gençlerin elde ettikleri bu yeni sosyal çevrenin bir öğrenme ortamı olarak sakıncalı durumlar da doğurabilmesi mümkün olabilmektedir. Örneğin, bilgisayara aşırı düşkünlük, zararlı yayınların paylaşılması, sanal taciz vb. (Özmen vd., 2011:45).

Sosyal paylaşım sitelerinin eğitimde kullanılmasının öğrenci, öğretmen ve öğretim kurumları açısından faydalarını sıralamak gerekirse (Öztürk, 2011:49,50);

- **Sosyal paylaşım sitelerinin yükseköğretimde okuyan öğrenciler açısından faydaları:** Öğretim ve öğrenme deneyimlerini zenginleştirmek, iletişim becerilerini geliştirmek, katılımı ve sosyal bağlılığı genişletmek, akran desteğini güçlendirmek ve işbirliğine dayalı öğrenmeyi mümkün kılmaktır.

- **Sosyal paylaşım sitelerinin öğretmenler açısından faydaları:** Kullanım kolaylığı, basit işlem adımları, hızlı bilgi paylaşımı ve harmanlanmış (blended) öğretime uygunluk olarak sıralanabilmektedir.

- **Sosyal paylaşım sitelerinin öğretim kurumları açısından faydaları:** Öğretim kurumlarına düşük maliyetli altyapı sunmaları, mevcut sistemlerine kolayca entegre edilebilmeleri ki bu öğretim kurumunun harcayacağı maliyetleri büyük oranda düşürmektedir, kolay içerik oluşturma ile bu içerikleri hızlıca güncelleyebilme ve veri tabanı kota kullanımının sınırsız oluşunun kurumlara ek maliyet gerektirmeksizin kullanılması aynı zamanda kullanılırken de hiçbir ücret talep edilmemesidir.

Sosyal paylaşım siteleri içinde en çok kullanıcıya sahip olan ve popülerliği her geçen gün artan Facebook, işbirlikli öğrenme, araştırma, sorgulama, tartışma becerileri, eleştirel düşünme ve problem çözme becerilerini geliştirmek konusunda materyalleri (video dosyaları, ses dosyaları, resimler, kelime işlemci, tablolar, sunu, veri tabanı ve diğer türdeki belgeleri içeren web siteleri) paylaşmak, gündelik olayları, haberleri, kişileri ya da grupları takip etme ile tartışma ortamlarına dahil olmak için kullanılabilir (Gülbahar, Kalelioğlu ve Madran, 2010:4).

Öğrenciler Facebook'u dersleriyle ilgili kitapları alıp vermek, kulüpler, grup ödevleri ve uygulamalar için kullanmakta, öğretmenlerini arkadaş olarak ekleyebilmekte, çalışma konularıyla ilgili gruplar oluşturarak veri toplamakta

ve tartışma başlatabilmektedir. Facebook ayrıca, Tarih ve Edebiyat derslerinde, kültürel rehberlerin hazırlanmasında, programlama uygulamalarında da kullanılmaktadır. Öğretmenler Facebook aracılığıyla web site adreslerini ve videoları gönderebilmekte, Google belgeleriyle bağlantı oluşturmak suretiyle öğrencilerin sunularını, ödevlerini ve diğer ürünleri paylaşabilmektedir. Bunların yanı sıra, grup etkinlikleri ve uygulamaları ekleyerek içerik, tartışma grupları ve güncel bilgi etkinliklerinde bulunabilmektedirler (Karademir ve Alper, 2011:2).

Yapılan bir araştırmanın sonuçlarına göre, en popüler sosyal paylaşım sitesi olan Facebook'un yükseköğretimdeki öğrenme –öğretme süreçlerinde sağladığı avantaj ve sınırlılıklar şu şekilde sıralanmaktadır (Kalafat ve Göktaş, 2011:5);

#### Avantajları:

1. Ücretsiz olması
2. Çok fazla ön bilgi gerektirmemesi
3. Öğrencilerinin çoğunun zaten Facebook kullanıcısı olması
4. İşbirlikli öğrenme ortamı sunması
5. Akran öğretime imkan vermesi
6. Öğrencilerin zamandan ve mekandan bağımsız soru sorabilmeleri
7. Paylaşılan multimedya içerikle etkili öğrenme ortamı sağlaması
8. Paylaşılan eğitsel oyunlarla eğlenerek öğrenme ortamı sağlaması
9. Çekingen öğrencilerin aktif katılımına imkan vermesi
10. Yapılan yorumların ve paylaşımların paylaşımı yapan kişice silinmediği sürece silinmemesi sebebiyle süreç sonunda süreci gözden geçirme imkanı sağlaması
11. Öğrencilerin kendi sorularının yanında arkadaşlarının sordukları sorulardan da öğrenebilecekleri bir öğrenme ortamı sunması

#### Sınırlılıkları:

1. Bilgisayar ve internet bağlantısı gerektirmesi
2. Her öğrencinin Facebook üyesi olmaması

3. Gereksiz ya da istenmeyen yorumların yapılması
4. Gereksiz ya da istenmeyen paylaşımların yapılması
5. İstenmeyen yorum ve paylaşımları önlemek için eğitimcilerin sayfayı ya da grubu sürekli kontrol altında tutmasının gerekliliği

#### **4.5.1.5 Mikroblogların Eğitim Alanında Kullanımı**

Twitter daha ziyade çevrimiçi öğrenme, mobil öğrenme, durumlu öğrenme, sosyal bilişsel öğrenme, bağlantıcı öğrenme, işbirlikli öğrenme ve ekran öğrenme kuramlarıyla ilişkili bir sosyal medya platformudur. Yapılan çalışmalar Twitter'ın öğrenme ve öğretme süreçlerinde; içerik oluşturma ve bilgi paylaşımı, iletişim ve sosyal bağ kurma ile işbirlikçi ve katılımcı ortam oluşturma gibi amaçlarla kullanıldığını kanıtlamaktadır. Twitter'ın eğitim ortamlarında eğitim amaçlı kullanılmasının en önemli nedenlerinden biri günümüz kullanıcılarının (dijital yerliler) teknolojiyi kullanarak eğitim görmek istemeleridir. Öğretmenin sınıfa gelmeden işleyeceği konuyla ilgili bir problemi tweetleyerek öğrencilerin dikkatini çekmesi konunun ders öncesi araştırılmasını ya da konu üzerinde düşünülmesini sağlamaktadır. Bununla birlikte, öğretmenin öğrencilere vereceği projeleri öğrencilerin grup çalışmasıyla Twitter üzerinden yapması, tartışması, fikir alışverişinde bulunması ve konuyla ilgili düşüncelerini aktarması mümkün olabilmektedir. Böylelikle süreç kayıt altında tutulabilmekte ve öğrencilerin kendilerini değerlendirmelerine imkan tanınarak işbirlikli öğrenme gerçekleştirilebilmektedir. Tüm bunların yanı sıra, bir öğretmenin öğrenci gelişim dosyalarını Twitter üzerinde tutması, öğrencinin tweetlerinden gelişimini takip edebilmesi ve bunlarla ilgili bilgileri grafiğe dökebilmesi gibi olanaklar da gerçekleştirilebilmektedir (Odabaşı vd., 2012:95-99).

Bir mikroblogging aracı olan Twitter, çevrimiçi öğrenme süreçlerinde ve geleneksel sınıf ortamlarında mobil teknolojilerle birlikte kullanılabilir. Eğitim sürecinde, ders içeriği ya da tarihleriyle ilgili değişiklik bildiriminde, bir makalenin ya da bölümün özetini paylaşmada, web

adreslerini yayınlamada, belirlenen bir kişiyi takip yoluyla olayları izlemede ve rapor hazırlamada, tarihten belirlenen ünlü bir kişinin adına açılan hesabın yönetilmesinde, tüm takipçilerin tartışmalarını saklamada, hikaye oluşturma gibi farklı işbirlikli etkinliklerin düzenlenmesinde, dil öğrenimi ve çeviri becerilerinin geliştirilmesinde, diğer sosyal ağlarla bağlantı kurmada ve öğrencilerle düzenli tartışmalar gerçekleştirme amacıyla bilgi paylaşımında kullanılabilir. Bunların yanı sıra, Twitter'dan 140 karakter dahilinde, kitap önerilerini paylaşma, güncel konularda sorular yöneltilme, alanla ilgili önemli kişi ve uzmanları takip etme, CNN kanalındaki güncel olayları izleme, diğer haber alanlarını takip etme ve diğer sınıflarla Twitter üzerinden tartışma konularında yararlanılabilmektedir. Özetle, Twitter eğitim ortamlarında güncel olayları ve haberleri öğrenmek, web site adreslerini paylaşmak, bir olay ya da kişiyi takip, dil öğrenmek, başkalarıyla tartışmak ve işbirliği yapmak için kullanılabilir (Gülbahar, Kalelioğlu ve Madran, 2010:4).

(Grossec ve Holotescu, 2008) Twitter'ın eğitim amaçlı nasıl kullanılabileceğini şu şekilde ifade etmektedir (Akt., Karademir ve Alper, 2011:3);

1. Sınıf topluluğu için sınıfta ve sınıf dışında öğrenmenin devamını sağlar.
2. İşbirlikçi öğrenmeyle ilgili yazma becerisini geliştirir.
3. Yazma becerisine bağlı olarak öğrenci kendi tweetlerinin düzeltmelerini yaparak imla ve yazımını düzeltebilir.
4. Kendini ifade yeteneğini geliştirir.
5. Konuyla ilgili gelen tweetlere anında cevap verebilmekte ve yeni sorular yöneltebilir.
6. Resmi ve resmi olmayan ya da eşzamanlı olmayan konularla ilgili olarak öğrenciler fikir belirtebilir, tartışma oluşturabilir ve buluşmalar planlayabilir.
7. Öğrenciler konularıyla ilgili başka bir okulda, başka bir ülkede tecrübe edinirse telefon aracılığıyla tweet yollayıp konularını geliştirebilirler.



8. Öğretmenler ya da öğrenciler, bir projenin liderliğini yapmaları gerektiğinde haberleşme ve paylaşımları e-posta yerine Twitter aracılığıyla yapabilirler.

9. Twitter, bir fikrin değerlendirilmesinde, geliştirilmesinde ve önemli bölümlerin altının çizilmesinde kullanılabilir.

Twitter eğitimde bunların yanı sıra, günlük etkinliklerin takibi, bilgi arama ve paylaşma, mobil cihazlardan çevrimiçi öğrenme ortamların takibi suretiyle mobil destekli öğrenmenin gerçekleştirilmesi, ders tarih ve saat bilgileri değişiklikleri, içerik özetlerinin paylaşımı, belirli kişilerin/kurumların/etkinliklerin izlenmesi ve raporlaştırılması, hesap yönetimi, diğer sosyal paylaşımlarla bağlantı kurma, çeviri becerilerini geliştirmesiyle yabancı dil öğretimi desteği sağlaması ve alandaki önemli kişilerin ve uzmanların takibi gibi amaçlarla da kullanılabilir (Öztürk, 2011:51).

#### **4.5.1.6 Medya Paylaşım Sitelerinin Eğitim Alanında Kullanımı**

Medya paylaşım siteleri eğitim sürecinde, bilgiye erişim ve bilgiyi paylaşım açısından öğrencilere oldukça yararlı kaynaklar olarak görülmektedir (Deperlioğlu ve Köse, 2010:338). Medya paylaşım siteleri içinde en bilinen fotoğraf paylaşım sitesi Flickr iken en çok kullanılan video paylaşım sitesi ise Youtube'dur.

Medya paylaşım siteleri içinde önemli bir yere sahip olan fotoğraf paylaşım sitelerinin, en bilinen ve tercih edilen örneği Flickr, yaratıcı bir şekilde bir öğrenme aracı olarak kullanılabilir. Siteyi öğrenci ve öğretmenler, çeşitli şekillerde değerlendirerek bu fotoğraf arşivinde arama yapabilmekte ve etiketleri ya da anahtar kelimeleri kullanabilmektedir. Flickr dijital okuryazarlık, görsel sanatlar ve dil becerileri gibi pek çok becerinin kazandırılmasına da yardımcı olmaktadır (Gülbahar, Kalelioğlu ve Madran, 2010:4,5).

Fotoğraf ve kısa video paylaşımının gerçekleştirildiği Flickr, eğitim amaçlı olarak şu şekilde kullanılabilir (Karademir ve Alper, 2011:4);

1. Eğitimin her kademesinde Flickr'ın uçsuz bucaksız resim arşivi kullanılabilir. Öğrenciler pek çok dersi için resim edinebilmekte ve bu resimleri paylaşabilir.

2. Paylaşılan resimler üzerinden tartışmalar başlatılabilir ya da ders anlatılabilir.

3. Öğretmen ya da öğrenciler kendi resimlerini, fotoğraflarını ya da resim formatındaki elektronik kaynaklarını Flickr aracılığıyla paylaşabilir.

4. Grup kurma özelliği sayesinde öğrenciler kendilerini sosyal bir ağın parçası olarak görebilmekte ve resimlerle, mesajlarla çevrimiçi öğrenme gerçekleştirebilirler.

5. Flickr ile sınıf içi ya da sınıf dışı etkinlikler de yapılabilir. Bunlar; sanal müze turları oluşturulması, kelimelerin öğretilmesi, dijital öykü oluşturma ve boyamalarla ilgili beyin fırtınası yapılması ve dijital fotoğraf makinasının kullanımının öğretilmesidir.

Flickr eğitimde ayrıca, içerik yönetimi ile paylaşımı, koleksiyon yönetimi, e-portfolio oluşturulması, görsel üzerinden gerçekleştirilen farklı öğrenme etkinlikleri (beyin fırtınası ve dijital öykü oluşturulması) ve etiketleme- üst veri oluşturma şeklinde de kullanılmaktadır (Öztürk, 2011:51).

Flickr'daki etiketleme özelliği sayesinde "Google Earth" kullanılabilir. Ayrıca görsel tartışmaların oluşturulmasında, bir şiirin görselleştirilmesinde, okuldaki olayların görselleştirilmesinde ve e-portfolio oluşturmada da Flickr etkin bir araçtır. Özetle, Flickr görsel sunuların, koleksiyonların ve videoların hazırlanmasında, bütün konularda tartışmada, beyin fırtınası amaçlı tüm etkinliklerde, öğrenme için görsellerin oluşturulmasında, öğrenme ve değerlendirme amaçlı e-portfolio oluşturmada etkili şekilde kullanılmaktadır (Gülbahar, Kalelioğlu ve Madran, 2010:4,5).

Kişilerin kendi imkanlarıyla oluşturdukları hareketli görüntüleri paylaşma fikrinden ortaya çıkan video paylaşım siteleri de, bütün dünyada

ziyaretçilerine sunduğu videoları arama ve gösterme özellikleri nedeniyle popüler olmuş ve günümüzde eğitsel amaçlı da kullanılır hale gelmiştir.

Video paylaşım siteleri, işbirlikli öğrenmede ve kanıta dayalı tartışmada öğrenciye katkı sağlamaktadır. Mobil cihazlara da uyumlu olarak geliştirilen siteler her zaman her yerde öğrenme ve ihtiyaç anında öğrencilere sunulan eğitimin kişiselleştirilmesine olanak tanımaktadır (Yıldırım ve Özmen, 2011:5). Bu siteler aynı zamanda, görsel, işitsel öğrenmeler sunmayı arzu eden eğitimcilerin etkin şekilde kullanabilecekleri sitelerdir. Eğitsel amaçlı olarak öğrenci ve öğretmenlerce kullanılan bu sitelerden dersin tamamının paylaşımı, ders için örnekler sunma, proje aşamalarını görme ve süreç konusunda bilgi paylaşımı gibi amaçlarla faydalanılabilmektedir (Horzum, 2010:610).

Youtube, eğitimciler açısından dünyanın dört bir yanından gelen yeni bilgileri öğrencilere videolar aracılığıyla öğretmek amacıyla kullanılan pedagojik bir kaynaktır. Öğrencilerin pasif öğrenme yerine, katkısının, değerinin olduğu, öğrenmede birbirlerine destek oldukları bir site olarak öğrencilerin aktif katılımını sağlamaktadır. Youtube eğitimde, öğrenme topluluğu oluşturmada, öğrencilerin videolara ulaşmasını sağladığı için de öğrencilerin derslerini desteklemede bir sanal kütüphane olarak kullanılabilmektedir. Aynı zamanda öğrencilerin dil gelişimini de desteklemektedir (Yıldırım ve Özmen, 2011:2-5).

Kullanıcı sayısı oldukça yüksek bir rakama ulaşan video paylaşım sitesi Youtube'un eğitimde kullanılabilecek temel özellikleri şunlardır (Karademir ve Alper, 2011:3,4);

1. Sahip olduğu geniş video arşivi nedeniyle eğitimde kullanılabilecek çevrimiçi bir değerdir.

2. Playback kontrolü nedeniyle sınıf ortamında kullanımı avantajlı ve verimlidir.

3. Youtube'da olan videolar Powerpoint vb. yazılımlara eklenebilmektedir. Böylece öğrenci ya da öğretmen sunumunda içerikle ilgili olan görselleri aktif bir şekilde kullanabilmektedir.

4. Youtube EDU kategorisine kayıtlı bir üniversitenin derslerine kayıtlı olmayan bir üniversite erişerek eğitim alma olanağına sahip olabilmektedir.

5. Youtube EDU kategorisine üye bir eğitim kurumu öğrencilerine eğitim döneminde işlenen bir içeriği farklı şekilde de sunma olanağına sahip olabilmektedir.

6. Sınıf ortamında kendilerini ifade etmekte zorlanan öğrencilerin derse katılımını güdüleyen bir araç olarak kullanılabilir.

7. El becerisi gerektiren derslerde öğretmenler, öğrencilerden uygulamalarını istedikleri ve işlem basamaklarını anlatan bir videoyu Youtube'a yükleyerek öğrencilerine kılavuzluk edebilmektedir.

8. Youtube'da bir video izlendikten sonra ilgili bir başka videoyu izlemek için sağ taraftaki tavsiyeler sütunundaki videolara tıklanabilmektedir. Daha fazla seçenek içinde liste sonundaki "Daha fazla video göster" bağlantısına tıklanabilmekte ve eklenmiş olan ilgili eğitsel videolara da kolaylıkla erişilebilmektedir (Yıldırım ve Özmen, 2011:2). Böylelikle, bir video gösterimi esnasında, önerilen videoların da sayfa içinde görünmesi, öğrencilerin o an düşünemedikleri ya da bilmedikleri bir içeriğe sahip olmasını sağlamaktadır (Karademir ve Alper, 2011:3,4).

9. Bir video beğenildiğinde diğer öğrencilerinde izlemesi için videonun altındaki "Beğen" butonuna tıklanabilmesi işbirlikli öğrenmede öğrencilerin eğitsel videoları önerme ve paylaşımlarında bir araç olarak kullanılmasını sağlamaktadır (Yıldırım ve Özmen, 2011:2).

10. İzlenen videoyla ilgili yorum eklenebilmekte böylece kanıta dayalı tartışma sağlanabilmektedir. Aynı zamanda yapılan yorumların kalitesi de yorumun sağındaki "Vote Up" ya da "Vote Down" butonlarıyla değerlendirilebilmektedir böylelikle en yüksek oy alan yorum en üstte kalmaktadır. Faydalı bir yorumun oylar sonucu en üstte yer alması da öğrencinin öğrenmesine artı sağlamaktadır (Yıldırım ve Özmen, 2011:3). Aynı şekilde uzaktan eğitim verilen bir ortamda da öğrenci ve öğretmen gösterilen videonun altında yorum yaparak

birbirleriyle fikir alışverişinde bulunabilmekte, soru sorabilmekte ve içeriğe katkı sağlayabilmektedir (Karademir ve Alper, 2011:3,4).

11. Youtube, internet ulaşımli telefonlardan “m.Youtube.com” sayfası ziyaret edilerek kullanılabilir. Yani mobil öğrenme ile her zaman her yerde öğrenme anında ya da ihtiyaç duyulduğunda öğrenme gerçekleştirilebilmekte ve öğrencilere verilen eğitim kişiselleştirilebilmektedir (Yıldırım ve Özmen, 2011:3). Bu mobil özelliği sayesinde aynı zamanda öğretmen, öğrencileriyle sınıf dışında edinmelerini istediği görsel bir içeriği de paylaşabilmekte ve öğrenciler sınıf dışında da derslerini takip edebilmektedir (Karademir ve Alper, 2011:3,4).

12. Youtube’da video oynatıcısının sağ köşesindeki çeviri başlıkları seçeneği ile altyazılar için dil seçilebilmektedir. Bu özelliğin geliştirilmesi sonucu öğrenci yabancı dil bilmesede dahi yabancı eğitsel videolardan da yararlanabilmektedir (Yıldırım ve Özmen, 2011:3).

13. Youtube’a yüklenebilen ve 3D gözlükleriyle izlenebilen 3D videolar eğitimde kullanıldığında görsel olarak da gerçekçi bir ortam sunmakta ve öğrenmeyi kolaylaştırmaktadır (Yıldırım ve Özmen, 2011:3).

14. Youtube, EDU kategorisi sayesinde sadece eğitim içerikli videolar görüntülenebilmekte ve videoların diğer sosyal ağlarda paylaşılmasına imkan verilmektedir (Karademir ve Alper, 2011:3,4). Bazen, milyonlarca video içinden istenen sonuca ulaşmak öğrenci açısından zor olabilmektedir. Ancak, Youtube’un arama, araştırma, filtreleme ve süzme seçenekleri sayesinde öğrenci doğru videoya yönlendirilebilmektedir (Yıldırım ve Özmen, 2011:3).

15. Youtube’un paylaşma ve video embed özellikleri sayesinde öğrenciler eğitsel web sayfalarında ya da bloglarda kolaylıkla video paylaşabilmektedir (Yıldırım ve Özmen, 2011:3).

16. Çok beğenilen bir video olunca yayınlayanın Youtube kanalına abone olunabilmekte ve “Katıl” butonuna tıkladığında kişinin en son videoları otomatik olarak ana sayfasında görünebilmektedir.

Aynı şekilde bir öğretmenin kanalına katılan öğrencilerde onun yayınladığı güncel eğitim videolarından haberdar olabilmekte hatta bu şekilde düzenli ders takibi yapabilmekte ve videolara yorum yaparak bir sosyal ağ oluşturabilmektedir (Yıldırım ve Özmen, 2011:3). Bununla birlikte, öğrenci ya da öğretmen kanal sayesinde yükledikleri videoları internette yayımlayabilmekte, favori listesi oluşturabilmekte, ilgi duydukları konularda yayın yapan kanallara abone olabilmekte, kişisel listeler oluşturabilmekte, harici bir sitede videolarını embed kodları sayesinde paylaşabilmektedirler (Karademir ve Alper, 2011:3,4).

17. Öğrenciler, Youtube hesaplarını Twitter, Facebook, MySpace, Orkut ve Google Reader hesaplarıyla birleştirerek hangi Youtube aktivitelerini paylaşmak istediklerini seçebilmekte ve dersle ilgili olan bu videoları sürekli bağlantı içinde oldukları bu sosyal ağlarda paylaşıp, takip edebilmektedir (Yıldırım ve Özmen, 2011:4).

18. Youtube'da videolar yazılım yüklemesi gerekmeksizin düzenlenebilmekte ve video klipler birleştirilebilmektedir. Ayrıca AudioSwap kullanılarak müzik ilave edilebilmekte, klipler arasına geçişler eklenebilmekte böylece öğrenciler kendi eğitsel videolarını kolaylıkla hazırlayabilmektedir (Yıldırım ve Özmen, 2011:4).

#### **4.5.1.7 Sosyal İmler Sitemlerinin Eğitim Alanında Kullanımı**

Sosyal imlemler ile beğenilen web siteleri ya da kaynaklar sadece bilgisayarda tutulma yerine diğer insanlarla da paylaşılabilir. Başka bilgisayarlardan da kolaylıkla ulaşılabilen imlemler konusunda terimin ilk kullanıldığı site olan Delicious, kullanıcılarına imlemlerini yayınlama, anahtar kelimelerle imlemleri gruplandırma ve diğer kullanıcıların imlemlerine ulaşma gibi olanaklar sağlamaktadır. Sosyal imlemler dil eğitiminde de uygulanabilmekte ve kelime, dilbilgisi, okuma ve yazma ile ilgili kaynaklara ait web sitelerinin, videoların ya da animasyonların imlemleri Delicious gibi sosyal imlemler siteleri

aracılığıyla oluşturulabilmektedir. Öğrencilerde grup halinde ya da bireysel olarak bu listelerden yararlanabilmektedir. Aynı şekilde öğrenciler arasında imleme ağı oluşturularak da bu imler paylaşılabilir. Bunların yanı sıra öğretmenler, kısa hikaye, oyunlar ya da aktiviteleri içeren güncel siteleri belirleyerek öğrencilerle paylaşabilmekte ve öğrenciler de bu imleri gözden geçirmek suretiyle faydalı buldukları yer imlerini seçebilmekte aynı zamanda da neden bu siteleri seçtiklerine dair yorumlarda bulunabilmektedirler (Kılıçkaya, 2010:18).

#### **4.5.1.8 Sanal Dünyaların Eğitim Alanında Kullanımı**

Sanal dünyaların günümüzde en popüler eğlence araçlarından olması oyunlara dikkat çekilmesine bu konuda akademik çalışmalar yapılmasına yol açmıştır. Sanal oyun siteleri sahip oldukları zengin görsel içerikle öğrencilerin öğrenme süreçlerini kısaltan, anlamlı öğrenmeyi gerçekleştirmelerine olanak sağlayan özelliklere sahiptir. Aynı şekilde sanal dünyaların özellikle de gençler arasında popüler oluşu önemini arttırmış sadece eğlence amaçlı değil eğitim amaçlı da kullanılacak etkin bir sosyal medya aracı olduğunu göstermiştir (Aslan, 2011:37).

Dünya çapında pek çok üniversite (Open University, Harvard, Texas State ve Stanford) Second Life'da sanal bir kampüs kurarak gerçek hayatta yürüttükleri eğitim programlarının parçası olarak sanal dünyaları kullanmaktadır. Second Life'da eğitimciler gerçek dünyaya eş zamanlı şekilde seminer, konferans, eğitim sempozyumları gibi yollarla iletişimlerini gerçekleştirebilmektedir. Aynı şekilde pek çok eğitim kurumu da Second Life içinde benzer çalışmalar yapmaktadır. Ohio State Üniversitesinde Şehir ve Bölge Planlaması dersi veren Prof. Dr. Jack Nassar sanal ortamın öğrencilere deneyimsel öğrenme, kontrollü gözlem ve müdahale fırsatları sağladığını belirterek öğrencilerin öğretilenleri deneyimleyebildiğini savunmaktadır. Türkiye'de de ODTÜ üç boyutlu öğrenci çalışmalarına dahil olarak 2010 yılı Sonbahar dönemi, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi

Bölümü üçüncü sınıf öğrencileri Özel Öğretim Yöntemleri dersini Second Life içinde gerçekleştirmiştir (Uluğ Yurttaş, 2011a:130,131).

(Wang ve Branman, 2009) tarafından, İkinci Hayat'ın (Second Life), öğrenci başarısına etkisi araştırılmış ve uygulamanın öğrencilerin öğrenme deneyimlerini zenginleştirdiği, heves ve başarılarının kontrol grubu öğrencilerine oranla daha yüksek olduğu ortaya konulmuştur (Asan, 2012:130).

#### **4.5.1.9 Blogların Eğitim Alanında Kullanımı**

Bloglar, sahip oldukları işlevler aracılığıyla kullanıcıların karşılıklı birbirlerinin girdilerini görüntülemelerine ve yorum yapabilmelerine bununla birlikte fikir alışverişinde bulunabilmelerine imkan vermektedir. Aynı şekilde eğitim sürecinde de öğrencilerin fikirlerini özgürce yayınlayabilmelerine, arkadaşlarıyla bilgi paylaşımında bulunabilmelerine olanak sağlamaktadır. Bloglar suretiyle web üzerinde öğretmen ve öğrencilerden oluşan bir blog topluluğu oluşturabilmelerinin mümkün oluşu sonucu öğrenciler, blog ortamında ilgilendikleri konuları arayabilmekte, sunulan bilgileri yorumlayabilmekte ve bu bilgilere ilaveler yapabilmektedir. Bu olanaklar, öğrencilerin öğrenme süreçlerini kendilerinin yönlendirmesinde ve kendilerine olan güvenlerinin artmasında etkili olmaktadır (Deperlioğlu ve Köse, 2010:338).

Bir sonraki bölümde ayrıntılı olarak değinilecek olan bloglar günümüzde gerek eğitim gerekse de başka amaçlarla kullanılabilen oldukça etkili bir sosyal medya aracıdır.

#### **4.5.2 Web 3.0 Eğitim Alanında Kullanımı**

Semantik web ile ilgili teknolojiler yeni nesil e-öğrenme ortamlarını büyük ölçüde etkileyecektir ve semantik web sayesinde oluşturulacak olan



zeki web sistemleri öğretmen ve öğrencilere daha esnek ve etkili içerikler sağlayabilecektir. Bu sayede e-öğrenmede roller, amaçlar, gereksinimler ve görevler yeniden sorgulanacaktır (Şendağ, 2008:999).

Semantik web bilgileri toplama, sentezleme ve sonuçlar için çapraz referans sağlama olanağı sunacak, yazılım ajanları da pek çok kaynaktan edindiği bilgiyi anlamlı hale getirerek diğer yazılım ajanlarıyla paylaşacaktır. Semantik web'in bilgi inşa etme, kişisel öğrenme ağları ve kişisel eğitim yönetimi bakımından eğitime çeşitli katkıları olacaktır. Bu katkıları açıklamak gerekirse (Gökçearslan, 2011:8-10);

- **Bilgi inşa etme:** Öğrenci bir konuda araştırma yapmak istediğinde arama motorundan konuyu arayınca var olan sayfalardan en hit olanlara ulaşmaktadır. Ancak semantik web ile aramada, konuyla ilgili anlamlandırılmış kaynaklardan; web sayfaları, blog diyalogları, makaleler, kitap bölümleri, youtube videoları, cep telefonlarında depolanmış bilgiler vb. kaynakları içeren bir çoklu ortam raporu gelecektir. Web, kişiler hakkında bilgi sahibi olacağından kaynaklarda oluşan gelişme ve güncellemeden semantik web ile cep telefonundan dahi uyarı alınabilecektir. Böylece bilgi toplama için daha az vakit harcanacak, bilgiyi soğurma, düşünme ve bilgi üretmeye daha fazla vakit bulunacaktır.

- **Kişisel öğrenme ağları:** Kişisel öğrenme ajanları bir konu araştırılmak istenildiğinde genel bilgi yerine kişinin hedeflerini gerçekleştirecek bilgiye ulaşmayı sağlayacaktır. Böylece vakit kaybı önlenecek, kişi daha fazla hedeflediği alanla ilgili bilgiyi içselleştirebilecek ve düşünmeye daha fazla zaman ayıracaktır.

- **Kişisel eğitim yönetimi:** Bir kurs ya da üniversite eğitimi alınırken birden fazla kaynaktan ya da eğitim veren kurumdan ders almak semantik web ile mümkün olacaktır. Ders tanımlarının ve kredilerin anlamlı şekilde tanımlanmasıyla hangi dersi hangi kurum daha iyi sağlıyorsa o kuruma erişmek olanağı bulunacaktır. Özellikle de uzaktan eğitimde birden fazla kurumdan diploma derecesi

alınabilecektir. E-öğrenmedeki öğrenme araçları; semantik etkileşim çevreleri, dijital kütüphane servisleri, hızla kişiselleştirilebilen kurslar, otomatik sonuç alma ve yayınlar semantik web ile farklılaşacaktır.

#### 4.6 SOSYAL MEDYA KULLANIMININ YARARLARI VE ZARARLARI

Sosyal medya günümüzde gerek kurumları gerekse de kullanıcıları olumlu ya da olumsuz şekilde etkilemektedir. Sunduğu sınırsız imkanların yanı sıra ortaya çıkabilecek tehlikeli durumlara da uygun platformlar olması sebebiyle sosyal medya araçları kullanıcı potansiyelleri açısından önemsenmesi gereken alanlardır. Sosyal medyanın mevcut yararlarını ve zararlarını sıralamak gerekirse;

##### **Sosyal Medyanın Yararları:**

- Sosyal medya, medyayı demokratikleştirerek herkesin içerik üretmesine imkan tanımaktadır yani internet kullanıcılarını enformasyon tüketicileri (consumer) olmaktan çıkararak hem enformasyon üreten hem de enformasyon tüketen kişiler (prosumer) olarak değiştirmektedir (Zafarmand, 2010:41,42). Sosyal medyada her kullanıcı aynı zamanda içerik yayıncısı yani paylaşımcısıdır (Bostancı, 2010:45).

- Sosyal medya hızlı ve günceldir yani resmi bir duyurunun yayınlanması ya da bir şikayete cevap haftalarca sürebilecekken Twitter gibi sosyal medya araçlarıyla bu eylem dakikalar içinde gerçekleştirilebilmektedir (Bostancı, 2010:44).

- İki yönlü ilişki ve iletişim fırsatı sunmaktadır (Zafarmand, 2010:41). Tüketiciler artık tek yönlü iletişim yerine bloglama, sms, mms, viral pazarlama, mikrobloglar ve sosyal ağlar gibi tüketiciden tüketiciye iletişimi tercih etmektedirler (Durmuş vd., 2010:32). Sosyal medya iletişimi kolaylaştırmaktadır yani, müşterilerin uyarı ve eleştirileri direkt işleme konularak daha iyi ürün ve hizmet sunulabilmektedir (Bostancı, 2010:45). Aynı şekilde ünlü kişilere, siyasetçilere, firmalara ve kamu

organizasyonlarına da kendi kitleleriyle aracısız ilişki kurma fırsatı tanımakta böylelikle her soru ve eleştirilerine hızlı ve rahatça yanıt verme imkanı tanımaktadır (Zafarmand, 2010:42).

- Topluluklara ve paylaşımlara yol açmaktadır (Zafarmand, 2010:41). Sosyal ağların çok sayıda insanı bir araya getirebilme gücü kurumlara avantaj sağlamaktadır. Ticari kuruluşlar, devlet kuruluşları ve diğer kuruluşlar Twitter'ı acil durumda iletişim hatta trafik raporları oluşturmak için kullanabilmektedir (<http://www.manpower.com.tr/raporlar.asp>) Erişim Tarihi: 25.11.2012. Sosyal medya ortamları işletmelerce, hedef kitlelerine ulaşmada, ürün ve hizmetlerini tüketicileriyle buluşturmada, müşterilerine deneyimsel farklı tecrübeler yaşatmada, farkındalık ve sadakati arttırmada önemli fırsatlar sunmaktadır (Durmuş vd., 2010:13).

- Kullanıcılara istedikleri içeriği seçme şansı vermektedir (Zafarmand, 2010:42). Kullanıcılar, sosyal medya ortamlarında kendilerini tanıtılabilmekte, iletişim kurabilmekte ve bu iletişimi sürdürebilmekte, içerik oluşturabilmekte ve bunu paylaşabilmektedir (Karal ve Kokoç, 2010:252).

- Sosyal medya ucuzdur yani geleneksel medyada gerekli olan milyon dolarlık yatırım bedelleri sosyal medyada çok küçük rakamlarla gerçekleştirilebilmektedir. Örneğin, Facebook, Twitter vb. ağlarda hesap açmanın hiçbir maliyeti yoktur (Bostancı, 2010:45).

- Sosyal medya güvenilirdir yani, herkes kendisini dolayısıyla da çalıştığı kurumu sempatik hale getirici olan kişisel bakışını dile getirmektedir. Bu da tüketiciyle güvenilirliği baz alan kurumlara müşterileriyle yakın ve uzun vadeli bir bağ kurma şansı vermektedir (Bostancı, 2010:45).

- Sosyal medya araçları üretkenliği arttırmaktadır. Halkla ilişkiler firması Burson-Marsteller'e göre, Fortune 100 şirketlerinin yarıdan fazlası Twitter kullanmakta ve bunların üçte ikisi hesaplarını müşteri

hizmetleri gibi üretkenliği arttırıcı işlerde kullanmaktadır (<http://www.manpower.com.tr/raporlar.asp>) Erişim Tarihi: 25.11.2012.

- Sosyal medya firmaların imajını iyileştirir yani günümüz kullanıcıları olan dijital yerlilerin ikinci vatani olan sosyal medya platformlarında faaliyet göstermek kurumların tanınma oranlarını arttırmakta ve itibar kazanmalarına neden olmaktadır (Bostancı, 2010:46). Sosyal medya araçlarıyla şirketler müşterilerinin ihtiyaçlarını tanıyabilmekte onlarla göz göze iş yapabilmekte ve doğrudan bağlantılar sonucu müşteriler şirketteki insanlara güvenip onlarla gerçek ilişkiler kurabilmektedir (Jarvis, 2012:201).

- Sosyal medya bilgi edinme ve bilgi aktarımı konusunda önemlidir. Zira şirketler, çalışanlarının bilgi ve fikirlerinden yararlanmak için sosyal ağları kullanmaktadır. Örneğin, bilişim teknolojileri ve danışmanlık firması olan Capgemini, blogları ve wikileri kullanarak 90.000 çalışanını birbirine bağlayan bir projeye imza atmıştır (<http://www.manpower.com.tr/raporlar.asp>) Erişim Tarihi: 25.11.2012.

- Devlet yetkilileri sosyal paylaşım siteleri aracılığıyla toplum hakkında stratejik bilgiler toplayabilmektedir. Örneğin, Facebook'taki aktif hesapları yüzünden pek çok asker kaçağı hatta katil ele geçirilmiştir (Gümüş, 2011:304).

- Yeni fikirler bulma konusunda şirketler açısından sosyal medya ortamları avantaj sağlamaktadır. Şirketler erişmekte güçlük çektikleri müşterilere, akademisyenlere ve yatırımcılara daha kolay ulaşarak yenilikler konusunda destek elde etmişlerdir. Örneğin, IBM, çalışanlarının, ortaklarının ve müşterilerinin katıldığı bir çevrimiçi beyin fırtınası olan "Innovation Jam" oturumuyla mevcut uygulama ve hizmetlerini iyileştirme konusunda yeni fikirler bulmuştur (<http://www.manpower.com.tr/raporlar.asp>) Erişim Tarihi: 25.11.2012.

- Sosyal medya araçları kurumlar için vazgeçilmez olanaklar sunmaktadır. Bunlar; kamuya açık bilgilerin yönetilebilmesi, potansiyel müşterilere ve ürün sağlayıcılara rahatça ulaşım, ürün ya da hizmet

hakkında tavsiyelere erişim kolaylığı, projeler konusunda işbirliği fırsatları, kolay dosya ve veri paylaşımı, yeni iş fırsatları ve ortakların bulunabilmesi, yetenekli çalışanların tespiti vb.dir (Karakullukçu, 2012:28).

- Sosyal medya ortamları çalışanların uyumlaştırılması ve katılımı konularında da kullanılabilir. Yani, liderler çalışanlarıyla iki yönlü diyalog kurmak ve birlikteyiz hissi uyandırmak için sosyal ağlardan yararlanmaktadır. Örneğin, Manpower Global Yönetim Ekibi toplantılarını sanal ortamda gerçekleştirmekte ve katılımcıların nerede olurlarsa olsunlar sadece bilgisayarları aracılığıyla gerçek zamanlı bir araya gelmelerini sağlayarak stratejik tartışmalar yapabilmektedir (<http://www.manpower.com.tr/raporlar.asp>) Erişim Tarihi: 25.11.2012.

#### **Sosyal Medyanın Zararları:**

- Geleneksel medyaya göre hızlı viral yayılım fırsatı sunan sosyal medyada negatif haber ya da yorumlar hızlıca yayılmakta hatta krizlere dahi yol açabilmektedir. Söz konusu durum kurum ya da kişilerin imajının kötüleşmesine neden olmakta ve itibarlarını zedelemektedir (Zafarmand, 2010:42). Örneğin, 2008 yılında Virgin Atlantic, şirketle ilgili fikirlerini Facebook sayfasında açıkça belirten 13 uçuş görevlisini işten çıkartmıştır (<http://www.manpower.com.tr/raporlar.asp>) Erişim Tarihi: 25.11.2012. Türkiye’de ise, Mayıs 2010’da ana muhalefet liderine ait olduğu öne sürülen birtakım özel görüntülerin çeşitli video paylaşım sitelerine yüklenip dağıtılması kişinin itibarını zedeleyerek parti genel başkanlık makamından istifa etmesine neden olmuştur (Gümüş, 2011:299).

- Sosyal medyada faaliyet yürütmek yoğun çalışma gerektirmektedir. Çünkü, herhangi bir aksaklık kötü sonuçlar doğurabilmekte ve kurulmaya çalışılan ilişki anında verilemeyen cevaplar nedeniyle tam tersi hal alabilmektedir.

- Herkesin her konuda içerik üretebilmesi nedeniyle içerikle ilgili uygun filtreler mevcut olmadığında kullanıcılar aşırı ya da yanlış bilgilere maruz bırakılabilmektedir (Zafarmand, 2010:43).

- İnternet bağlantısı, bilgisayar ya da akıllı cep telefonlarının mevcut olduğu her ortamda sosyal medya faaliyeti yapılabilmesinin sonucu olarak aslında avantaj olan bu durum çok çalışma odaklı olan kişilerin iş ve yaşam dengelerini bozucu etki yaratarak dezavantaj halini alabilmektedir (Zafarmand, 2010:43). Özellikle genç çalışanların sosyal ağların iş amaçlı kullanımı ile kişisel kullanımı arasındaki ayrımı yapamaz hale geleceği düşünülmektedir (<http://www.manpower.com.tr/raporlar.asp>) Erişim Tarihi: 25.11.2012.

- Çalışanların işleri ile ilgilenmek yerine sosyal medya ortamlarında başka eğlencelerle meşgul olmaları mesai saatlerinde zamanlarını boşa harcamalarına neden olabilmektedir (Zafarmand, 2010:43). Yakın tarihli bir çalışma, Birleşik Krallık'ta sosyal ağların yıllık 1.38 milyar sterlinlik bir üretkenlik kaybına neden olduğunu ortaya çıkarmıştır (<http://www.manpower.com.tr/raporlar.asp>) Erişim Tarihi: 25.11.2012. Aynı şekilde sosyal medyanın sık kullanımı, elektrik akım hızı, karşılıklı yazılan mesajların uzunluğu, mesajların ve linklerin sıralı olmayışı kullanıcıların aşırı bilgi yüklenmesine ve çok yorulularak dikkatlerinin dağılmasına neden olmaktadır (Ruskin, 2012:58).

- Sosyal medya araçlarını sohbet, oyun, fotoğraf ve video gönderme ve görüntüleme, profil oluşturma amaçlarıyla kullanan çocukları yayımladıkları bilgiler kimlik avı dolandırıcılığına, siber kabadayılık ve çeşitli internet saldırılarına maruz bırakabilmektedir (<http://www.manpower.com.tr/raporlar.asp>) Erişim Tarihi: 25.11.2012.

- Sosyal medya araçlarının kullanımı ile “ani kitle” yani “flash mob” denilen birbirini tanımayan birçok kişinin grup olarak ya da bir e-mail mesajıyla halka açık bir yerde ya da mekanda belli bir tarih ve saatte ani bir şekilde toplanabilmesi sonucu internette koordine edilen olumsuz kitlesel eylemler de gerçekleşebilmektedir. Örneğin,

Almanya'da küçük bir kasabadaki fast food lokanta zincirini 10.000 kişi aynı anda basarak aynı hamburger menüsünü sipariş etmiş ve mevcut depo kapasitesinin bunu karşılayamaması sonucunda yetkililer zor durumda kalmıştır (Gümüş, 2011:302). Başka bir örnek ise, 2006 yılında CBS'te yayına başlayan ve 11 Eylül sonrası Amerikan halkının paranoyasını anlatan ve Jericho adlı kasabada patlayan nükleer bomba ile ilgili olan dizinin yayından kaldırılmasını protesto için insanlar Nuts Online adlı kurye servisini kullanarak CBS'e fıstık göndermiş ve gönderilen fıstıkların yirmi tonu bulması sonucu da CBS diziyi tekrar yayına sokmuştur (Sözen, 2012:26).

- Sosyal medya platformlarında gerçekleştirilen sanal sohbetlerde kullanılan kısaltmalar, yanlış yazım ve noktalama işaretlerinin ihmali sonucu Türkçe yozlaşmakta ve iletişim süreci gittikçe sakatlanmaktadır (Karakullukçu, 2012:17).

- Sosyal medyada harcanan zamanın artması sonucu okumaya ayrılan zaman düşmekte ve bununla orantılı bir şekilde gençlerin okuma kavrayışları ve okul notları da düşüş göstermektedir. 15-18 yaş arası gençlerin günde sadece 33 dakika okudukları ve 8-10 yaş arası gençlerin okumasında da keskin düşüşler olduğu gözlenmektedir. Ayrıca, yapılan okumaların çoğunun da ödev içerikli olduğu görülmektedir (Ruskin, 2012:74).

## 5. WEBLOG KAVRAMI VE EĞİTİMDE WEBLOG KULLANIMI

### 5.1 WEBLOG KAVRAMI VE TANIMI

Bilgisayar profesyonellerinin bilgisayar sistemleri üzerinde yaptıkları değişiklikleri kayıt altına aldıkları günlüklerden, “log”lardan türetilmiş bir terim olan (Çevikel, 2010:81) blog (web günlüğü), çevrimiçi günlükleri ya da sıkça güncellenen kişisel web sayfalarını içeren bir web (günüğü) log’udur (Gilchrist, 2007:142). Webster’ın New Millenium Dictionary of English sözlüğünde weblog (ağ günlüğü), başka sitelerde yayınlanmış, günlük yazarının ilgisini çeken güncel konu başlıklarına ve haberlere yer veren kişisel sanal sayfa şeklinde tanımlanırken “sanal ortam günlüğü” olarak da adlandırılabilmekte ve “web log” ya da “weblog” şeklinde de yazılabilmektedir (Aydede, 2006:31).

Herkesin görüş ve düşüncelerini kolaylıkla açıklayıp yayabildiği, uzman oldukları konularda içerik geliştirebildiği ve takip grubu oluşturabildiği bloglar en yaygın kullanılan sosyal medya araçlarındandır (Odabaşı ve Odabaşı, 2010:218). Teknik bilgi gerekmeksizin istediği şeyi istediği biçimde yazan insanların oluşturduğu ve günlüğe benzeyen web siteleri olan bloglar, kişisel ilgi alanlarına yönelik olarak web sitesi sahiplerinin çeşitli konular hakkında fikir ve gözlemlerini aktardıkları, internet kullanıcılarının da bu bilgilere yorum ekleyebildiği sitelerdir (Eldeniz, 2010:23,196).

Weblog kavramının kısa adı olan blog sözcüğü Türkçe’ye “web günlüğü”, “internet güncesi”, “ağ günlüğü”, “internet günlüğü” ve “çevrimiçi günlük” şeklinde çevrilmektedir (Çelebi, 2009:57). Blog kavramının Türkçe karşılıkları olarak en sık kullanılanlar “ağ güncesi”, “günlük”, “günce” kavramlarıdır (Avcı, 2009:3). Bunların yanı sıra, “açıkgünlük”, “ağ günlüğü” ve “e-günlük” kavramları da weblog kelimesini açıklamada kullanılmaktadır (Çetin, 2010:41).

En son gönderilenin rahatça görünmesi için içeriğin ters kronolojik dizinle sergilendiği, yazar ile okuyucunun görüşlerini rahatça dile getirebildiği



bir yapıya olanak sağlayan serbest kürsü platformları şeklinde de tanımlanan bloglar sanal ortam günlükleri olarak da adlandırılmaktadır (Akbayır, 2008:50).

En basit şekilde blog, bireyin kişisel ilgi alanına giren materyalleri, bilgi ve makale yoluyla biraraya getirdiği ve çeşitli kaynaklardan topladığı bilgiyi sıraya koyupta derlediği kişisel bir web sitesi olarak açıklanmaktadır (Sevimli, 2007:33).

İnternet günlüğü/e-günlük olarak da ifade edilen bloglar, teknik bilgi ve donanım gerektirmeyen, kullanımı ve yönetimi kolay, zengin fonksiyonlu kişisel web alanları olan ve sahiplerinin yazılı ve görsel üretimlerini internet ortamında tüm dünyaya ulaştırmalarını mümkün kılan araçlardır (Aslan, 2011:16). Aynı zamanda, internette bireylerin ya da işletmelerin günlük ya da haftalık yorumlar gönderebildikleri ve okuyucularından da online cevaplar alabildikleri interaktif sitelerdir (Sevimli,2007:33).

Dünyada binlerce blogcunun yayın yaptığı Blogger adlı site ise blog'u şu şekilde ifade etmektedir (Çelebi, 2009:57);

*“Blog kişisel bir günlüktür. Günlük bir kürsü. Paylaşımçı bir ortam. Politik bir nutuk alanı. En son haberlerin çıktığı yer. Bir bağlantılar koleksiyonu. Sizin kendi özel düşünceleriniz. Dünyadan hatıralar. Blogunuz sizin istediğiniz şey olur. Blogların milyonlarcası, her boyutta ve şekilde vardır ve hiçbir gerçek kuralı da yoktur.”*

En genel tanımıyla, kullanıcıların tasarım bilgisine sahip olmadan web sayfaları oluşturabilmelerine, bu sayfalarda çeşitli konularla ilgili yazılar yazabilmelerine ve diğer kullanıcıların yazılara yorum ekleyebilmelerine olanak sağlayan bir araç olarak ifade edilen blog (Çuhadar, 2008:29) en fazla kullanılan sosyal medya araçlarından biridir.

## 5.2 WEBLOG'UN TARİHÇESİ

“Web’de oluşturulan günlük” olarak tanımlanan blog kelimesi, “web (internet)” ve “log (kayıt)” sözcüklerinin birleştirilmesiyle oluşturulmuştur (Öz, 2011:58).

İlgi alanına yönelik bilgi paylaşımının bir yolu olarak ortaya çıkan ilk bloglar; kronolojik olarak düzenlenmiş, webde bulunan ilgi alanındaki sitelere linkler içeren ve linklerde yorumlara da yer veren siteler şeklindeydi aynı zamanda ilk bloggerlar da web tabanlı anlayışa sahip, genellikle teknoloji endüstrisinde çalışan tasarımcılar ya da programcılardan oluşmaktaydı (Sevimli,2007:36).

Bloglar, kişilerin ilginç ve paylaşmaya değer gördükleri web sitelerine verdikleri bağlantıları listeledikleri sayfalarla başlayan, zamanla kişisel günlüklere, görüş ve yorum sayfalarına dönüşen bir evrim geçirmiştir (Çevikel, 2010:92).

Kendisini ifade etmek isteyen bireylerle teknolojik olanakların kesiştiği noktada çıkış bulan bloglar (Öz, 2011:58), ilk olarak 1997’de Robot’s Wisdom’un editörü John Barger “weblog” kelimesini türetmesiyle ortaya çıkmıştır. Peter Merholz da 1999’da bu kelimeyi “we blog (blogluyoruz)” şeklinde bölerek “blog” kelimesine dönüştürmüştür. Evan Williams ise Ağustos 1999’da bloglamayı basit, havalı, ücretsiz ve popüler hale getiren Blogger.com hizmetini başlatarak “blogger” kelimesini ortaya atmıştır (Jarvis, 2012:174-175). Pyra Labs adlı şirket tarafından başlatılan blog servisi [www.blogger.com](http://www.blogger.com)’dan sonra blog kavramı yaygınlaşarak, web günlüğü yayınlayanlara “blogger” denilmeye başlanmıştır (Aslan, 2011:17). Böylelikle internette içerik üretmenin basit yoluna yayınlamanın da basit yolu ilave edilmiştir. 2003 yılında “blogger”ın Google tarafından satın alınması sonucu da Google’ın araç çubuğuna “blog this” adlı seçenek eklenmiş, pek çok kişi blog kavramıyla tanışmış ve blog kullanımı artmıştır (Eldeniz, 2010:24). Bloglar o kadar popüler olmuştur ki, Google özellikle blogları arayan bir

arama motoru oluşturmuştur. 2001 yılında yaşanan iki olay ise, blogların gelişimini daha da hızlandırmıştır. Bu olaylar 11 Eylül 2001 terörist saldırısı ve Amerika'nın Afganistan'ı işgalidir. Pek çok blogger olaylarla ilgili en son gelişmelerle ilgili fikirlerini dile getirmiş hatta bazıları bloglarını terörizmle savaşa adanmıştır (Öz, 2011:59). 2003'te Irak işgali esnasında da bloglar, alternatif haber kaynakları olarak dikkat çekmiştir (Sevimli,2007:36).

Beş ayda bir sayısı ikiye katlanan blogların yaygınlaşmasında internetin yaygınlaşması, kullanıcıların blogları keşfetmesi ve yeni teknolojiler ile mobilite kavramı gibi üç temel sebep rol oynamaktadır (Öz, 2011:61). Blogların popüler olmasının başlıca sebepleri şunlardır (Uluğ Yurttaş, 2011b:112);

- Ucuz ya da ücretsiz olma,
- Kurulumunun özel bir yazılım gerektirmeme,
- Uzmanlık seviyesinde bilgisayar bilgisi gerektirmeme,
- İçeriğin kolaylıkla güncellenebilmesi ve yayılabilmesi
- RSS kullanılarak takip edilebilme,
- Yorum eklenebilmesi sonucu okuyucu ile yazar arasında diyalog oluşturması.

Bilginin demokratikleşmesi ve ulaşılır olması, geleneksel basında yer alamayacak olan fikirlerin internette cirit atması ve okurların daha aktif ve talepkar hale gelmeleri de blogların yaygınlaşmasında oldukça etkili olmuştur (Öz, 2011:60).

Günümüzde blog mantığının temeli günlük tutmaya dayanmaktadır yani bloglar, bireylerin kişisel yaşantılarını aktardıkları günlüklerin online şeklidir (Akbayır, 2008:52).

Blog izleme siteleri içinde en fazla bilinen ve verileri en fazla kullanılan site technorati.com'dur. Technorati, Ekim 2004'ten beri blogküreye ilgili kapsamlı istatistiklere yer verdiği "State of the Blogosphere" başlığıyla çeşitli raporlar yayınlamaktadır (Çevikel, 2010:97). Technorati'nin en son yayınladığı 4 Kasım 2011 raporuna göre (<http://technorati.com/social->

[media/article/state-of-the-blogosphere-2011-introduction/](http://media/article/state-of-the-blogosphere-2011-introduction/)) Erişim Tarihi: 28.11.2012.; blogkürenin %60'ını temsil eden hobiciler grubu, blog yazmayı kendilerine hobi edindiklerini, sadece kişisel düşüncelerini paylaşmak için eğlence amaçlı blog yazdıklarını, haftada en az üç saatlerini blog yazmaya ayırdıklarını ve tek tek okuyucuların yorumlarına yanıt verdiklerini ifade etmektedir. Toplam blogcular içinde %18'i temsil eden profesyonel blogcular ise, blog yazmayı ek gelir amaçlı ve tam zamanlı bir iş olarak gerçekleştirmektedir. Kurumsal blogcular da blogküre içinde %8'lik bir paya sahip bulunurken, bu grubun % 70'i uzmanlıklarını paylaşmak, %61'i tanınmak ve %52'si de yeni müşteri çekmek için blogları tercih etmektedir. Bununla birlikte kurumsal blogcuların %63'ü başarılarını ölçmede ziyaretçi sayılarını esas almaktadır. Blogkürenin %13'ünü teşkil eden girişimciler grubu ise, bir şirket adına ya da kendi sahip oldukları şirket için bloglama yapmaktadır.

### **5.3 WEBLOGLARIN TEMEL ÖZELLİKLERİ**

Sosyal medya araçları içinde en popüler olanlardan biri olan blogları diğerlerinden ayrıcalıklı kılan pek çok özellik bulunmaktadır. En önemli özellikler (Tekinarslan ve Gürer, 2011:888), kişisel editörlük, birbirine bağımlı metin yapısı, sürekli güncellenme, internetle ücretsiz erişim ve arşivlemedir.



## Şekil 8: Blogların Özellikleri

Kaynak([http://www.slidefinder.net/h/hafta/06\\_hafta\\_egitimdeyeneiteknolojiler/22857814](http://www.slidefinder.net/h/hafta/06_hafta_egitimdeyeneiteknolojiler/22857814)) Erişim Tarihi: 01.12.2012.

Blogların mevcut en temel özelliklerini sıralayacak olursak;

1. Sanal ortam günlüklerinde her giriş ya da gönderi tarih ve saat belirtilerek yapılmaktadır. Blogları farklılaştıran da bu zamana dayalı sınıflandırma özelliğidir (Aydede, 2006:29). Her gönderinin sonunda yazarın adı ve yazının gönderilme zamanı belirtilmektedir (Öz, 2011:60). Aynı zamanda bloglardaki her yeni bilgi girişi tarih bilgisiyile birlikte verilmektedir (Avcı, 2009:4). Ters kronolojik sırayla sıralanan blog gönderileri en son giriş en üstte olacak şekilde sıralanmakta ve en yeni içerik ilk sırada görünerek eski içerikler kaybolmayacak şekilde arşivlenmektedir (Çetin, 2010:42). Sanal ortam günlüğü yayını, birkaç satır ya da bir paragraftan ibaret olup etkin olan günlükler, günde birden fazla gönderi çıkartabilmekte ve faal olan günlükçüler de bütün gün yayın yapabilmektedir (Aydede, 2006:29). Eklenen yazılar kronolojik sırayla saklanarak sonrasında aylara ve yıllara göre arşivlenebilmektedir. RSS besleme özelliğiyle de okurlar yeni yazıları

kolayca takip edebilmekte ve tek tek ziyaret etmeksizin güncellemelere ulaşabilmektedir (Demirel, 2010:11). Bu da okuyucuların blogları takip edebilmesini kolaylaştırarak tekrar ziyaret edilmelerini sağlamaktadır (Çevikel, 2010:85). İnsanlar bloğun önce HTML versiyonunu ziyaret etmekte ve takip etmeye karar verdiklerinde de bir Atom ya da RSS beslemesiyle blog'a abone olabilmektedirler. Pek çok blog bu abone olabilmek özelliğini kullanıcıya sunmaktadır (Çetin, 2010:42).

2. Blog ortamı (blogosphere), ağ oluşturma özelliği göstermektedir ve blogcular bu sayede diğer bloglara link verebilmektedir. Link verme ya blog yazarının seçtiği blogları favori listesinde göstermesiyle ya da ilgili blogların uzantılarının gönderilerin içine yerleştirilmesiyle mümkün olmaktadır. Böylece bir kullanıcı tek bir bloga girerek farklı linklerden diğer bloglara yönlendirilebilmektedir. Daha çok bağlantı toplayabilen bloglar arama motorlarında daha fazla bulunabildiği için de daha çok tanınmaktadır (Çelebi, 2009:60).
3. Blog içeriğinin büyük bir bölümünü yazarın hayatında olup bitenler oluşturmaktadır. Okurlar da ya konuya ya da yazara ilgi duyduklarından dolayı günlüğü tekrar tekrar ziyaret etmektedir (Aydede, 2006:30). Blog içeriklerini kişisel, siyaset ve görüşler, din, eleştiri, iş ve iş hayatı, enformasyon teknolojisi, yaratıcı işler, çeşitli sanat dalları, uğraş ve hobiler, seyahat, yerel haberler ve medya gibi konular oluşturabilmektedir (Çelebi, 2009:60).
4. Bloglar, genellikle tek bir konu, tema ya da konsept üzerine odaklanmaktadır. Tipik bir blog, metin, görüntü, fotoğraf, diğer blog ve web sayfalarına verilen bağlantılar bunların yanı sıra konuyla ilgili diğer araçlardan oluşmaktadır (Çelebi, 2009:59,60).
5. Bloglar, katılımcılarla/okuyucularla etkileşim özelliğine sahiptir yani, okuyucular bloglarda yer alan yazılar hakkındaki düşüncelerini ifade edebilmekte ve bir anlamda arka plandaki ikincil içerik sağlayıcı haline gelebilmektedir (Çuhadar, 2008:30). Blogun en önemli özelliği karşılıklı görüşme sağlamasıdır. (Aydede, 2006:34). Blog yazarları, bloglarında

e-posta adreslerine, iletişim formlarına ya da anlık mesajlaşma uygulamalarına yer vererek okuyucuların kendileriyle doğrudan iletişim kurabilmelerine olanak sağlamaktadır (Çevikel, 2010:86). Yazılara yorum yapılması blogger'ın iznine bağlıdır ve yapılan yorumlar tek tek incelenip cevaplandırılabilen şekilde böylelikle, mesajı gönderen ile alıcı arasında geri bildirim dayalı bir iletişim sağlanabilmektedir. Blogların bu özelliği okuyucuların daha fazla ilgisini çekmede önemli bir etken olmaktadır (Öz, 2011:60). Ancak, zaman zaman yorumlara izin verilmemektedir. Çünkü, spam saldırısı olabilmekte ve yapılan yorumlar yapıcı olmayabilmektedir. Bununla birlikte, geri bildirim olmadan yazıların gönderilmesi, blogun değerini azaltabilmektedir (Çetin, 2010:42).

6. Bloglar web sitelerine göre daha sadedir yani, ziyaretçi defteri, arama motoru ve reklamlar gibi unsurlara daha az rastlanmaktadır (Çelebi, 2009:59).
7. Bloglar, kolayca oluşturulabilen ve güncellenebilen web sayfalarıdır (Avcı, 2009:4). Blog sayfaları, kullanıcılara hazır tasarım şablonları ve yönetim araçları aracılığıyla kolayca kendi bloglarını oluşturabilme imkanı tanımaktadır yani bloglar web sayfalarından farklı olarak HTML (Hypertext Markup Language) bilgisine ihtiyaç duyulmaksızın kolaylıkla güncellenebilmektedir (Çuhadar, 2008:30). Basit ve yeni olan içeriği etkili şekilde sunacak şekilde tasarlanan bloglarda yeni bir yazı oluşturmak sadece birkaç tıklamayla mümkün olabilmektedir (Çetin, 2010:42). Kısacası bloglar, webde yayın yapmanın kolay yollarından birisidir (Avcı, 2009:4). Web siteleri birkaç ayda bir güncellenirken bloglar haftada birkaç kez güncellenmektedir (Çelebi, 2009:59).
8. Bloglar kolayca yeni gönderi yazılabilecek şekilde tasarlanmıştır ve bu da blogun içeriğinin dinamik olmasını sağlamaktadır (Çetin, 2010:42). Kullanıcının alışkanlığına göre kısa ve düzenli aralıklarla güncellenebilen bloglar yazma süreciyle eş zamanlı şekilde yayınlanmaktadır. Yeni ilave edilen yazılar ve resimler de sayfanın en

üst kısmına yerleşmektedir (Demirel, 2010:11). Blog kullanımının bu denli pratik oluşu da istenen sıklıkta güncellenebilmesini sağlayarak daha çok gönderi oluşturulabilmesine olanak sağlamaktadır (Çevikel, 2010:85). Bu olanak okuyucuların blogları takip etme nedenlerindedir.

9. Blogların web sitelerinden farklı olarak geçişken özellikleri bulunmaktadır yani, bloglardaki gönderilerle okuyucu yorumları her an değişebilmektedir (Çelebi, 2009:59).
10. Bir blog sağlayıcı aracılığıyla ücretsiz ya da az bir ücret karşılığı blog sahibi olabilmek mümkün olmaktadır. Alınan bloğu tasarlamak ve devamlılığını sürdürmek de hızlı ve kolay bir işlem olmakla birlikte, 3-4 adımda ve 10 dakikadan kısa bir sürede yapılabilir (Demirel, 2010:11). Üstelik bu işlem dünyanın her yerindeki bir bilgisayardan ya da bir mobil telefondan gerçekleştirilebilmektedir (Çevikel, 2010:84).
11. Ana sayfadaki kenar çubukları ya da tek tek gönderilerin içinde bulunan bağlantılar bloglar için büyük önem arz etmektedir. Kalıcı bağlantılar, blog yazılımlarının her bir gönderi için ayrı olarak ürettiği kalıcı URL adresleridir. Bu adresler, gönderiler arşive taşındığında, içerikleri değiştiğinde ya da yeniden adlandırıldıklarında dahi değişmeden kalmaktadır (Çevikel, 2010:87). Permalinkler olarak adlandırılan bu URL'ler belli bir blog gönderisine eklenen sürekli linklerdir (Çetin, 2010:42). Diğer bir bağlantı türü olan geri izleme (trackback) ise, bir blog yazarının kendi bloğunda başka bir blog yazarının gönderisiyle ilgili (ona atıfta bulunan) bir gönderi oluşturduğunda onu uyarmasını sağlamaktadır (Çevikel, 2010:87) yani, diğer bloggerların alıntı yapmak için kullandıkları gönderi ya da gönderi parçası olan URL'lerdir (Çetin, 2010:43). Bir başka bağlantı türü de Blogroll'dur. Blog yazarlarının kayda değer gördükleri diğer bloglara verdikleri dış bağlantılardan oluşan bir liste olan blogroll, blog ana sayfasında, gönderilerden bağımsız şekilde ve yazarın format ve amaç olarak kendine yakın bulunduğu ya da beğendiği bloglardan oluşmaktadır (Çevikel, 2010:87). Bloggerlar genellikle ilgilendikleri



konularla ilgili blogları okumaktadır ve blogroller da yazarın sıkça okuduğu bu blogları listelemektedir (Çetin, 2010:42).

12. Bloglar, stil ve içerik bakımından daha informal olmalıdır yani, dinamik, sıkça güncellenen bir içerik dikkatli düzenlenmemiş hissi uyandırabilmektedir. Ayrıca, okuyucular blogların açık ve dürüst olmalarını ummaktadır (Çetin, 2010:42).

#### 5.4 WEBLOG TERİMLERİ VE WEBLOG OLUŞTURMA AŞAMALARI

Bir bloğu güncelleme, yeni yazı ya da bağlantı ekleme işlemine “blogging”, blog tutan kişiye ise blog yazarı yani, “blogger” denilmektedir. “Blogosphere” terimi ise, bütün bloglar ve onların kendi aralarındaki bağlantıları için kullanılan bir sözcüktür (<http://tr.wikipedia.org/wiki/Blogosfer>) Erişim Tarihi: 01.12.2012.

İlk ortaya çıkışı yaklaşık 20 yıl öncesine dayanan bloglar bütün dünyada her geçen gün daha da popüler hale gelmektedir (Sayımer, 2008:19). Bunun sonucunda, kullanıcılar günümüzde kendilerini ifade etmenin kolay yolu olarak blog oluşturmayı tercih etmektedir. Blog sayfası oluşturma, blog sağlayıcılar sayesinde basit bir işlem haline almıştır ve bu zevkli uygulamanın ücretsiz oluşu da kullanılabilirliğini arttırıcı bir unsur olmuştur.

Blog sağlayıcılar içinde en popüler olan ve en sık kullanılan site Google’ın destek verdiği [www.blogger.com](http://www.blogger.com)’dur. Ayrıca, pek çok kişinin Windowslive şifresi olması sebebiyle <http://spaces.live.com>. da oldukça kullanılan bir blog sistemidir. Bunların yanı sıra içinde eğitim amaçlı kullanım içinde bir takım eklentilere sahip olan [www.wordpress.com](http://www.wordpress.com). ve Türkçe blog sayfası oluşturma imkanı veren [www.blogcu.com](http://www.blogcu.com). ’da yaygın şekilde kullanılan içerik yönetim siteleridir.

Bir blog açma işleminin sadece birkaç tıkla ve bir iki işlem basamağı ile gerçekleştirilebilmesi bugün blog kullanımının profesyonel olmayan kullanıcılarca da tercih edilmesinin en büyük nedenlerindedir.



### Şekil 9 Nasıl Blog Kurabilirim?

Kaynak:([http://www.slidefinder.net/h/hafta/06\\_hafta\\_egitimdeyeniteknolojiler/22857814](http://www.slidefinder.net/h/hafta/06_hafta_egitimdeyeniteknolojiler/22857814))  
Erişim Tarihi: 01.12.2012.

Blog sayfası oluşturma, kullanılan site aracılığıyla şekilde de gösterildiği gibi belli temel adımların izlenmesiyle bilgisayar ve internet kullanan herkesin kolayca gerçekleştirilebileceği bir iştir.



## Şekil 10 Blog Oluşturma Aşamaları

Kaynak: ([http://fbe.atauni.edu.tr/BilimEtik/2008\\_2009\\_Guz/8\\_Hafta-Blog\\_Hazirlama\\_Rehberi\(Y\\_Goktas\).pdf](http://fbe.atauni.edu.tr/BilimEtik/2008_2009_Guz/8_Hafta-Blog_Hazirlama_Rehberi(Y_Goktas).pdf)) Erişim Tarihi: 01.12.2012.

Blog oluşturmak ve sürdürmek kolay bir işlem olmanın yanında herhangi bir yazılım da gerektirmemektedir. Mevcut blog oluşturma siteleri aracılığıyla kullanıcı kolaylıkla bloguna resim, müzik, video, yazı ya da diğer dosya formatlarını yükleyebilmektedir.

Bir blog kaydı (entry) şunlardan oluşmaktadır (Demirel, 2010:12);

- **Başlık (title):** Başlık, kaydın başlığı
- **Gövde (body):** Kaydın temel içeriği
- **Yorumlar (comments):** Okurlar tarafından yapılan yorumlar
- **Kalıcı bağlantı (permalink):** Eklenen blog kaydının URL'si
- **Kayıt tarihi (post date):** Kaydın yayınlandığı tarih ve zaman

Bir blog kaydı isteğe bağlı olarak ayrıca şunları da içerebilmektedir:

- **Kategoriler ve etiketler (categories-tags):** Yazının konusu

- **Geri izleme (trackback):** Diğer ziyaretçilerin yorum yapmasına imkan sağlamak için sayfaya yönlendirmeyi sağlayıcı bağlantıyı içeren bir yorum köprüsü.

**Blogcu85's Blog**  
Just another WordPress.com weblog

**blogun başlığı**

**kendimi tanıtıyorum** **son blog kaydı** **arama**

Ocak 25, 2010 yapan blogcu85

**kayıt arşivleri** **kategoriler** **bağlantılar**

**Sayfalar**  
= About

**Arşivler**  
= Ocak 2010

**Kategoriler**  
= Uncategorized (2)

**Blogroll**  
= WordPress.com  
= WordPress.org

**Meta**  
= Site Yönetimi  
= Çıkış yap  
= Geçerli XHTML  
= XFN  
= WordPress

Uncategorized kategorisinde yayınlandı | [Düzenle](#) | [» yorum bırak;](#)

**Hello world!** **kayıt başlığı**  
Ocak 24, 2010 yapan blogcu85 **kayıt tarihi**

Welcome to WordPress.com. This is your first post. Edit or delete it and start blogging!

Uncategorized kategorisinde yayınlandı | [Düzenle](#) | [1 Yorum](#) **yorum okuma ve ekleme**

**RSS besleme bağlantısı**

WordPress.com'dan blog alın.  
Yazılar (RSS) ve Yorumlar (RSS).

## Şekil 11 Örnek Blog Sayfası

Kaynak: (Demirel, 2010:13).

## 5.5 WEBLOG TÜRLERİ

Blog, internet sitesinden başka bir şey olmayan ancak, bir konu hakkında tutkulu ve dünyaya uzmanlık alanını anlatmak isteyen kişilerce oluşturulan ve devam ettirilen bir tür sitedir (Scott, 2010:68).

Bloglar, kullanım amaçlarına göre, içeriğin oluşturulma şekli bakımından (teknik açıdan) ve içerdiği medya türüne göre üç değişik şekilde sınıflandırılmaktadır.

### 5.5.1 Kullanım Amaçlarına Göre Webloglar

Kullanım amaçlarına göre bloglar kişisel, topluluk, basın-yayın, sahte, temasal, proje yönetimi, kütüphane, kurumsal ve eğitim blogları olarak değişik amaçlara yönelik olarak oluşturulmaktadır.

#### 5.5.1.1 Kişisel Webloglar

Kişisel bloglar, içeriği doğrudan blog yazarının kendisiyle yani, içsel dünyasıyla ilgili olan bloglardır (Çevikel, 2010:105).

Yazarların kişisel duygu ve düşüncelerini ifade ettikleri elektronik günlükler (Sayımer, 2008:120) olan kişisel bloglar hobi ya da kişisel ilgi alanlarına odaklıdır ve konusunda uzman olmayan kişilerce bile kolaylıkla yazılabilmektedir.

Kişisel bloglar, bireysel düşünce ve deneyimleri yansıtan çalışmalar olduklarından günlük, anı defteri ya da kişisel arşiv niteliğindedirler (<http://bto401mmsi.blogspot.com/2006/12/eitimde-blog-ve-wiki-kullanmlar.html>) Erişim Tarihi: 02.12.2012. Bireyler için dijital hafıza ve arşiv niteliği taşıırken kullanıcının da konu sınırlaması olmaksızın düşüncelerini

ifade etmesine olanak sağlamaktadır (Öz, 2011:66). Aynı zamanda bireysel bloglar ile blog yazarları, üzerinde çalıştıkları konuyla ilgili birbirinden farklı katmanlardaki insanlardan geribildirim alabilmektedir (Akbayır, 2008:60).

### **5.5.1.2 Topluluk Weblogları**

Birden fazla yazarın bir araya gelmesiyle oluşturulan ve okuyucularına farklı bakış açılarını bir arada yansıtan topluluk blogları, gerçek gruplarca oluşturulabileceği gibi sanal olarak birkaç kişinin bir araya gelmesiyle de oluşturulabilmektedir (Akbayır, 2008:55).

Topluluk blogları, herhangi birinin bir link ile katkı sağlayabileceği ya da yorum gönderebileceği şekilde topluluklarca da kullanılan, üyelik sistemine sahip bulunan ve üyelerin yazdığı gönderilerden oluşan bir blog türüdür (Sevimli, 2007:48). Topluluk blogları, aynı zamanda ortak özelliklere sahip insanlara yönelik olan; tartışma gruplarını, okul mezunlarını, meslek topluluklarını ve programcılıkla ilgilenen insanları vb. bir araya getirmektedir (<http://bto401mmsi.blogspot.com/2006/12/eitimde-blog-ve-wiki-kullanmlar.html>) Erişim Tarihi: 02.12.2012.

### **5.5.1.3 Basın Yayın Weblogları**

Gazetelerin okuyucuları için oluşturdukları ve okuyucularca eklenen yorumların bulunduğu bloglardır. Bu bloglar ile, makaleler, haberler, röportajlar okuyucuya iletilirken okuyucu da haberlere yorum için teşvik edilmektedir (Akayır, 2008:56). Basın yayın bloglarında yapılan yorumlar reklam içermemeli, alıntı yapılan kaynaklar belirtilmeli, yorumlar konu başlığıyla alakalı olmalı ve bununla ilgili bağlantılar içermelidir (<http://bto401mmsi.blogspot.com/2006/12/eitimde-blog-ve-wiki-kullanmlar.html>) Erişim Tarihi: 02.12.2012.

Bu tür bloglar daha ziyade geleneksel medyanın yan kuruluşu gibi hizmet veren, yayınevleri ve medya kuruluşlarınca yön verilmekte olan sayfalardır (Alikılıç ve Onat, 2007:906).

Bloglar, büyük çapta bilgiyi barındırabilme, başlıkların tarihe, konulara göre düzenli arşivlenebilmesi ve kolay güncellenebilme özellikleri sebebiyle gazetecilik alanında da kullanılmaktadır (Bodur, 2010:30). Pek çok gazete en iyi online haberleri, makaleleri ve analizleri kendi bloglarında yayınlamakta ve gönderilen makalelerle ilgili okuyucuların yorum yapmalarını teşvik edici katılım kuralları tanımlamaktadır (Sevimli, 2007:48). Günümüzde, The New York Times ve The Guardian gibi dünyaca ünlü gazeteler blogger istihdam ederek web siteleri üzerinden faaliyette bulunan bloglarını güncel tutmaktadır (Öz, 2011:67).

Haber blogları, kendi aralarında politika, ekonomi, bulvar ve günlük haber blogları şeklinde sınıflandırılmaktadır (Öz, 2011:67).

#### **5.5.1.4 Fake (Sahte) Webloglar (Flogs)**

Kurumlar tarafından ürünlerinin ya da hizmetlerinin tanıtımını yapmak için kullanılan bloglardır. Flog yazarı, kurumun çıkarları için sahte bir isim kullanarak blog yazmakta ve sanki kurumla hiçbir ilgisi yokmuşcasına söz konusu kurumun ürün ve hizmetlerinin reklamını yapmaktadır (Akbayır, 2008:59).

Flogların amacı, şirketlerin geleneksel reklam kampanyalarına ayırdıkları bütçenin çok daha azını kullanarak ürünle ilgili viral pazarlama oluşturmak ya da ürüne ilgi ve trafik sağlamaktır (Öz, 2011:67). Floglar, bir ya da daha fazla kişi tarafından zevk için ya da ilgi duyulan bir konuda bilgi verme amaçlı yazılmış gibi görünen ancak, bütünüyle özenle hazırlanmış bir reklam ürünü olan bir blogdur (Sevimli, 207:50).

### 5.5.1.5 Temasal Webloglar

Sadece belli bir alanda yazılan gönderilen olduğu ve belli konudaki uzman kişilerin yazdıkları ve düzenledikleri bloglardır (Sevimli, 2007:47). Kullanımı yaygın olan ve belli bir temaya, konuya ya da endüstriye dayalı özgün içerikli bloglar olan temasal bloglar, pazarlama, iletişim, otomobil, eğlence sektörü, bilgi işlem, ekonomi, yemek, bilgisayar ve internet teknolojisi gibi pek çok farklı temayı kapsayabilmektedir (Alikılıç ve Onat, 2007:906). Temasal blog yazarları, içinde buldukları sektörün uzmanları arasından çıkmakta ya da blog temasıyla paralel çalışmalar yapmaktadır (Aşman Alikılıç, 2011:25).

Türkçe olarak yayınlanan temasal bloglarda en fazla ilgiyi yemek konulu bloglar çekmektedir. Sayı bakımından ise en fazla sayıda olan bloglar bilgisayar bloglarıdır (Sevimli, 2007:47).

### 5.5.1.6 Proje Yönetimi Weblogları

Proje takımlarının, proje geliştirilmesi esnasında, grup üyelerinin proje gelişimi hakkında birbirlerinden haberdar olmaları, karşılıklı fikir alışverişinde bulunmaları, gerekli doküman ve materyalleri paylaşmaları açısından uygun olan bloglardır (<http://bto401mmsi.blogspot.com/2006/12/eitimde-blog-ve-wiki-kullanmlar.html>). Erişim Tarihi: 02.12.2012.

Proje takımını oluşturan üyeler, e-posta ya da bloglar ile aralarında iletişim kurabilmektedir (Bodur, 2010:30).

### 5.5.1.7 Kütüphane Weblogları

Yazarların eserlerini okuyucularla paylaşmasına ve kaynaklar hakkında yorumlar yapmasına olanak sağlayan bloglardır



(<http://bto401mmsi.blogspot.com/2006/12/eitimde-blog-ve-wiki-kullanmlar.html>) Erişim Tarihi: 02.12.2012.

Kütüphanecilikte blog kullanımı, her gün yeni eklenen kaynaklara erişim kolaylığı sağlaması bakımından yararlı olmaktadır (Bodur, 2010:30).

### 5.5.1.8 Kurumsal Webloglar

Profesyonel bloglar olarak da adlandırılan kurumsal bloglar, şirket çalışanının ev sahipliğini yaptığı ve çalışanın iş arkadaşları, tüketiciler ve üçüncü şahıslarla iletişim kurarken diğer şirket çalışanlarına kurum içindeki ürün, kişi, ve hizmetlere dair olumlu ve olumsuz yorum olanağı tanıyan bloglardır (Sayımer, 2008:120). Bunun yanı sıra, kurumların hedef kitlelerine insani yüzlerini göstermelerine yardımcı olmakta ve konusunda uzman kişilerin deneyimleriyle farklı bakış açılarındaki kişilerin görüşlerini bir araya getirmekte olan kurumsal blogların kurum dışı ve kurum içi bloglar olmak üzere iki farklı türü bulunmaktadır (Akbayır, 2008:58,59);

**Kurum içi bloglar:** Hiyerarşik yapıda kendini ifade edemeyen çalışanın blogosferde kendisini daha rahat açıklamasına yardımcı olmakta ve iki yönlü simetrik iletişim kurulmasını sağlamaktadır.

**Kurum dışı bloglar:** Kurumların dış hedef kitleleriyle iletişimlerinde kullanılmaktadır. Bu blogların yazarları kurum çalışanı olabileceği gibi kurum CEO'su da blogunda hedef kitle ile iletişim kurabilmektedir.

Kurumsal bloglardan beklenen, çalışanlardan ya da yöneticilerden bir kesimin kurum adına yazılar yazması, bilgileri hedef kitleye sunması ve hedef kitleden geri bildirim ilk olarak kurumsal iletişim süreci oluşturmaktır (Aşman Alikılıç, 2011:25). Kurumsal bloglar sayesinde, üst düzey yöneticiler şirket ortakları, müşteriler ve çalışanlarla açık bir iletişime girmeyi tercih etmektedir (Aydede, 2006:74).

Kurum içi iletişimde farkındalık oluşturan ancak, temelde kurum dışı iletişimi güçlendirme ve kurumsal itibara yatırım yapma amacı taşıyan kurumsal bloglar kendi aralarında işletme (kurum) blogu, çalışan blogu,

marka odaklı bloglar ve CEO (yönetici) blogları olarak sınıflandırılmaktadır. Bunları sırasıyla açıklayacak olursak;

- **İşletme (Kurum) Blogu:** Şirketin içinde olup bitenler hakkında işletmenin lehine yazılan ve sadece şirketi temsil eden bloglardır (Çetin, 2010:45). Web sitelerine oranla, okuyucuları ve kullanıcılarıyla etkileşim imkanı veren kurum blogları, şirket içinde geleneksel metotlar ile fikirlerine ulaşılması zor olan yöneticilerin fikirlerini sunmalarına olanak sağlamaktadır. Aynı şekilde şirketler bloglarını farklı pek çok hedef kitle ile iletişim için de kullanabilmektedir (Öz, 2011:70).
- **Çalışan Blogu:** Şirket ya da iş ile ilgili yapılan bloglar olup (Çetin, 2010:46), çalışanlar arasında daha iyi ilişkiler geliştirilmesini sağlamaktadır. Bu bloglar iletişim ve bilgi iletme açısından güçlü araçlar olup oluşturulma amacı, çalışanları motive etmek ya da özendirmektir. Çalışan blogları ayrıca, toplantılara da alternatif oluşturmaktadır. Özellikle büyük şirketlerde, mesafe ve farklı programlar toplantıların yapılmasını güçleştirmektedir ancak, bloglar çalışanları bir araya getirerek toplantıların yerini alabilmektedir (Sevimli, 2007:50).
- **Marka Odaklı Bloglar:** Belirli markaların iletişim çalışmalarını desteklemek ve okuyucuların markayla ilişkili görüşlerini almak için hazırlanan bloglardır. Özellikle yeni bir ürünün piyasaya çıkışından önce kullanılan bu bloglar aracılığıyla, kulaktan kulağa pazarlama etkisi yani WOMM (Word of mouth marketing) oluşturulmaya çalışılmaktadır (Öz, 2011:71).
- **CEO (Yönetici) Blogları:** Oldukça yaygın bir kurumsal blog türü olan bu bloglarda, yöneticiler, şirketin karşı karşıya olduğu konular üzerinde kendi bakış açılarını sunmaktadır (Çetin, 2010:45). Kurumların üst düzey yöneticilerince yazılan bu günlükler, büyük bir hedef kitle tarafından takip edilmekte ve okunmaktadır. Kurum dışı iletişime açık olan CEO blogları dış

hedef kitle ile diyalog geliştirmeye odaklanmışken, kurum içinde oluşturulan CEO blogları, daha ziyade bilgi yönetim amaçlı olarak kullanılmaktadır (z, 2011:73).

#### **5.5.1.9 Eğitim Weblogları**

Bilgi oluşturmanın ilişkilendirici, iletişimsel ve etkileşimli bir yapısı olması nedeniyle eğitim içerikli bloglar, öğrencilere öğrendikleri bilgileri yayımlayabildikleri, paylaşabildikleri ve tartışabildikleri bir ortam sağlamaktadır (Bodur, 2010:31). Böylece, ğrencilerin sosyal etkileşimine olanak sağlanmakta, işbirliğine dayalı öğrenme ortamları oluşmakta ve düşünce paylaşımı ile öğrenciler seslerini duyurabilmektedir Bu bloglar, öğrencilere aktif iletişim imkanı sağlamanın yanı sıra, ders içi notların tutulması, ödevlerin duyurulması, ve ödevler için geri bildirim sunulması, danışmanlık ve rehberlik hizmetlerinin sağlanması amaçlarıyla da kullanılmakta ve öğrencilere her zaman her yerden ulaşılabilen bir sanal sınıf ortamı sunmaktadır. Eğitim içerikli blog oluşturma sadece öğrencilere değil ailelere ve öğretmenlere de kolaylık sağlamaktadır. Aileler, çocuklarının blogta tutulan çalışmalarını izleyebilmekte, okulda yaptıkları hakkında bilgi alabilmekte ve bu sistem aracılığıyla da ğretmen ile görüşmeler yaparak işbirliğini sağlayabilmektedir (<http://bto401mmsi.blogspot.com/2006/12/eitimde-blog-ve-wiki-kullanmlar.html>) Erişim Tarihi: 02.12.2012.

#### **5.5.2 İçeriğin Oluşturulma şekline Göre Webloglar**

İçeriğin oluşturulma şekline göre bloglar filtreleme özellikli ve dergi tipi bloglar olarak ikiye ayrılmaktadır.

### 5.5.2.1 Filtreleme Özellikli Webloglar

İnternette bulunan pek çok kaynak içinden işe yarayan sayfalara linkler içeren web sayfaları şeklinde tasarlanan ve blog yazarının yararlı, önemli ve ilginç bulduklarını seçerek yayımladığı bloglar filtreleme özellikli bloglardır (Babur, 2010:433). Bu bloglarda, her gönderi başka web sitelerine bağlantılar içermekte ve bu bağlantılara bağlantı verilen sayfada ne olduğuna dair blog yazarının yorumu da bulunmaktadır. Bu tür bogların yazarlarının temel amacı, dış bağlantılar aracılığıyla okuyucularını web'den seçtikleri içeriğe yönlendirmek ve onlara kendi kişisel filtrelerinden geçmiş olan web'i göstermektir (Çevikel, 2010:106).

Gelişen teknoloji sayesinde bu filtreleme işlemi RSS uygulamalarıyla gerçekleştirilmektedir (Bodur, 2010:29). Örneğin, <http://instapundit.com>. filtreleme özellikli bir blogdur.

### 5.5.2.2 Dergi Tipi Webloglar

Dergi tipi bloglar, içerik ve tasarım açısından filtreleme özellikli bloglara göre daha sınırsız bir formda olan ve blog yazarının görüş ve düşüncelerini daha açık yapıda sunan bloglardır. Örneğin, <http://www.lileks.com/bleats> bu yapıda bir blogdur (<http://bto401mmsi.blogspot.com/2006/12/eitimde-blog-ve-wiki-kullanmlar.html>) Erişim Tarihi: 02.12.2012.

### 5.5.3 İçerdiği Medya Türüne Göre Webloglar

Bloglar sadece yazılı metinlerden oluşan ortamlar değil mesajların kodlanışına göre de farklı türleri bulunan ortamlar haline gelmiştir (Alikılıç ve Onat, 2007:907). Teknolojinin gelişmesi sonucu blog yazarları, blog sayfalarına artık çoklu ortamı da dahil etmeye başlamış ve fotoğraf, video, ses v.b eklentilerle bloglar içerdikleri medya türüne göre değişik isimlerle anılır olmuştur (Bodur, 2010:31).

### **5.5.3.1 Mobil Webloglar (Moblog)**

Yayınlanma şekline göre farklılık arz eden ve doğrudan bir GPRS destekli telefonda giriş yapılarak yayım yapılabilmesine imkan veren uygulamalar olan moblogların amacı, olay meydana geldiği an gönderileri daha hızlı yapmayı olanaklı kılmaktır (Akar, 2010:54). Mobloglarda girişler genellikle akıllı cep telefonlarının kullanımıyla gerçekleştirilmektedir (Aşman Alikılıç, 2011:26). Bunun yanı sıra, haberler ve metinler de cep telefonları ile blog sayfasına eklenebilmektedir (Alikılıç ve Onat, 2007:907). Bu gönderilerin anında ve her yerden yapılabilmesi özellikle canlı olaylarla ilgili olan gönderilerde oldukça etkili ve yararlı olmaktadır (Akar, 2010:54).

### **5.5.3.2 Metin Weblogları**

Çoğunlukla yazılardan ve yazılara ilave edilen resimlerden oluşan metin blogları bütün bloglar içinde en geniş kullanıma sahip olan blog türlerindedir (<http://bto401mmsi.blogspot.com/2006/12/eitimde-blog-ve-wiki-kullanmlar.html>) Erişim Tarihi: 02.12.2012.

### **5.5.3.3 Ses Weblogları (Audioblog)**

Yazılı ve sesli günlük kayıtları gibi düşünölebilen bu bloglara gönderilmek istenen ses kayıtları cep telefonu, e-posta, mp3 çalar ve dijital ses kayıt cihazları aracılığıyla gönderilebilmekte ve ziyaretçilerin erişimine sunulabilmektedir (Bodur, 2010:32). Konuya özel radyo yayınlarının yapılabildiği ses blogları (audioblog) günümüzde oldukça popülerdir (Aşman Alikılıç, 2011:25).

#### **5.5.3.4 Fotoğraf Weblogları (Fotoblog)**

Fotoğrafların konularına göre saklandığı ve paylaşıldığı (Babur, 2010:433) bir çeşit fotoğraf paylaşım servisi olan fotoblogların getirdiği büyük avantajlar sayesinde insanlar istedikleri zaman istedikleri yerde serbestçe fotoğraf çekebilmekte ve bunu da profesyonel fotoğraf bilgisi gerekmeksizin gerçekleştirebilmektedir (Alikılıç ve Onat, 2007:907). Dolayısıyla fotobloglar normal yazı bloglarından gerek görüntüleri gerekse de blog sahiplerinin hayatlarını gözler önüne serme bakımlarından daha avantajlı olmaktadır (Aşman Alikılıç, 2011:26).

Bir fotoblog, vlog ile benzerdir ancak, video yerine resimlerden oluşmaktadır. Fotoğraflar bir olayın enstantane resmini göstermektedir ve kelimelerden hatta videolardan bile daha etkili olabilmektedir (Akar, 2010:54). Bu bloglara fotoğraflar elektronik posta ya da web sayfası aracılığıyla aktarılabilir gibi fotoğraf makineleri ve cep telefonlarından da gönderilebilmektedir (Bodur, 2010:31).

#### **5.5.3.5 Video Weblogları (Vlog)**

İçinde videoların bulunduğu, “vlog” ya da “vlogging” olarak da bilinen video bloglar (Babur, 2010:433), ses bloglarına benzer video kayıtlardan oluşan bloglardır (<http://bto401mmsi.blogspot.com/2006/12/eitimde-blog-ve-wiki-kullanmlar.html>) Erişim Tarihi: 02.12.2012. Video bloglarda metin yoluyla

paylaşmaktansa video kullanılarak aynı amaca ulaşılmaya çalışılmaktadır (Akar, 2010:53). Gönderilmek istenen videolar web kamerası, fotoğraf makinesi ve cep telefonu aracılığıyla kaydedilerek eklenmektedir. Kullanılan servis sağlayıcı görüntüyü kaydetme ve kaydedilen görüntüyü blog sayfasına eklemeye yardımcı olan çeşitli uygulamalara sahip olduğu için videolar kolaylıkla eklenebilmektedir (Bodur, 2010:32).

Vloglar, kişilerin ya da işletmelerin sanal günlüklerini videolarla tutmalarına imkan sağlayan bir blog uygulamasıdır (Alikılıç ve Onat, 2007:907). Bloggingten daha kapsamlı olan vlogging, daha masraflı donanım, video kurgu becerisi ve video yüklemeye ihtiyaç duyulan teknik kapasiteyi gerektirmektedir (Akar, 2010:53).

## **5.6 WEBLOGLARIN KULLANIM ALANLARI**

Blogların pek çok kullanım alanı bulunmaktadır. Genel kullanım alanlarının başında da bilgi paylaşımı, bilgi yönetimi, pazarlama iletişimde müşteri ilişkileri, etkileşimli habercilik, iletişim, kendini ifade etme, öğrenme, pazarlama, kampanya yapma, sosyal reform ve topluluk oluşturma gelmektedir. Bloglardan ayrıca, kütüphanecilik hizmetlerinde de kütüphane hizmetlerinin okuyucuya etkin şekilde sunulması amacıyla yararlanılmaktadır (Karaçor, 2009:90,91).

### **5.6.1 Pazarlama Aracı Olarak Webloglar**

Günümüzde bloglar kurumlar için, fikirlerini hitap ettikleri pazara ulaştırmada kullanılan en temel araç olmakta ve blog yazma ile mikro-blogging araçlarını kullanma iş dünyasında bir gereklilik halini almaktadır (Öz, 2011:77).

Blog ile, iş dünyasında, pazarlamada, müşteriye teknik destek sağlamada, şirket içi iletişimde, ürün geliştirme de hatta Ar-Ge çalışmalarında devrim niteliğinde sonuçlar elde edilebilmektedir. İş dünyası blogları, kurum içi bilgi paylaşımı, bilgiyi şirkette yaygınlaştırma ve proje yönetimi amaçlarının yanı sıra iş dünyasında; çalışanlardan gelen notlar için, iletişimin merkezileştirilmesi için, toplantıların-onay ve fikirlerin kaydını tutmak için, proje, dökümantasyon ve iletilerin tek kaynaktan yapılmasını sağlamak için kullanılmaktadır. Blog oluşturmak bir markanın yerleştirilmesi ve savunulması, yeni ürünlerin pazara sunulması ve bunların tekrar tekrar yapılabilmesi açısından hiçbir maliyet gerektirmeyen bir fırsat niteliği taşımaktadır (Aydede, 2006:82, 88, 97)

Kısaca bloglama, bir iletişim aracı, pazarlama tekniği, karşıdakini dinleme aracı ve global ölçekte müşteriye etkileme yoludur. Aynı zamanda şirketler için bir halkla ilişkiler ve markalarına da yatırım için etkili bir araç niteliği taşımaktadır (Öz, 2011:78).

## **5.6.2 İletişim Aracı Olarak Webloglar**

Bir kitle iletişim aracı olarak bloglar, işletmeler açısından yeni fırsatlar sunmakta, işletmeleri yeni operasyonlara cesaretlendirmekte, yeni ürün geliştirme ve kalite kontrol konularında yeteneklerini sürekli geliştirmelerini sağlamaktadır. Bununla birlikte, iletişimciler için en temel öge olan geri bildirim sağlayan bloglar aynı zamanda karşılıklı-iki yönlü iletişimi de mümkün kılmaktadır (Alikılıç ve Onat, 2007:905).

Bloglar kurumsal iletişime, karşılıklı konuşmaya dayalı yeni bir şekil kazandırmaktadır yani, daha fazla ses, kaynak ve işbirliği sağlayarak iki yönlü bir iletişim sunmaktadır. Karşılıklı konuşma tarzında iletişimi olanaklı kılması nedeniyle kullanılmaya başlanan bloglar giderek yaygınlaşmış ve interaktif özelliğiyle de bilginin hızlı yayılmasına olanak sağlamıştır (Sevimli, 2007:54).

Blogların geniş ve etkileşimli bir iletişim ağı oluşturmasında etkili olmasının asıl nedeni linkler açısından zengin oluşudur yani bloglar, sahip



olunan bloğun başka bloglara link oluşturması hem de başka blogların şirket bloğuna link oluşturması yoluyla iletişim ağının görünür olmasını sağlamaktadır. Buna ek olarak, blog yazılarının Twitter, Facebook gibi sosyal paylaşım sitelerinde anında paylaşılabilmesi özelliği de kurumlarla hedef kitleleri arasındaki etkileşimi derinleştirmektedir. Bloglar katılıma olanak sağlayan iletişim araçları olduklarından şirketlerin iletişim ağını geliştirirken şirketlerin iletişim halinde oldukları kişilerin de birbirleriyle iletişim halinde olmasını sağlamaktadır. Kısaca, blogging şirketlerin güvenilirliklerini artırırken müşterinin de söz sahibi olmasını kolaylaştırmaktadır (Öz, 2011:75,76).

Çalışanların özellikle de CEO'ların blog sahibi olması kurumsal itibar ve iletişimi olumlu etkilemekte, markalar, şirketler, ürün ve hizmetler hakkında birinci elden bilgi almak da iletişimin aracısız gerçekleşmesini sağlamaktadır. Bloglar, şirketler açısından özellikle kriz dönemlerinde büyük önem arz etmektedir. Kriz anında oluşan sorunların liderce yanıtlanması ve sürekli bilgi güncellemesi yapılabilmesi oluşabilecek olan panik ortamını engellemektedir (Aslan, 2011:66)

Blogların iletişimde sağladığı avantajları sıralayacak olursak (Aydede, 2006: 64-93);

- Blog, basit bir görüşmenin anında küreselleşmesini sağlayan ilk teknolojidir.
- Şirket iletişimini yıllardır denetimde tutanlardan kopararak merkezilikten uzaklaştıran ilk yöntemdir.
- Benzer konulara ilgi duyan insanlar arasındaki ilişkileri sınırlayıcı olan coğrafi engelleri ortadan kaldırmaktadır.
- Bloggerlar çok güvenilir ve kuvvetli bir market oluşturarak bir şirketin imajını oluşturabilecek ya da yıkabilecek duruma gelmektedir.
- Şirket blogları sayesinde üst düzey yöneticiler ile şirket ortakları, müşterilerle ve çalışanlarla açık iletişime girebilmektedir.

- Blog, yetenekli yöneticilere, ekiplerine akıl hocalığı yapmak, bilgi vermek, onları bir konuya dair ikna etmek, ricada bulunmak için iletişim imkanı tanımakta ve genellikle de bilgilendirme amaçlı kullanılmaktadır.
- Bloglar, bilgi ve deneyimi sadece çalışanlarla değil, müşteri ve potansiyel pazarla da paylaşmanın bir yolu haline gelmektedir yani bloglar her iş kolunda yapılan yatırımın masrafsız getirisi olmaktadır.
- Bloglar müşteri ile iletişimi geliştirmekte, şirket çalışanlarıyla ortaklar arasındaki ilişkileri şeffaflaştırmakta, şirketlerin soğuk web sitelerine kişisel görünüm ve sohbet sıcaklığı ile insan ögesini eklemektedir.
- Bloglar, ucuza mal edilen, uygulanması ve kullanımı kolay bir araç olarak arama motorlarında üst sıralarda yer almayı sağlamaktadır.
- Bilgilendirici e-postalar, e-bültenler gibi “push” tekniğiyle değil, müşterilerin en çok rağbet ettiği “pull” tekniğiyle çalışmaktadır.
- Bloglar, e-posta gönderen her tür araçla yani anlık ileti, telefon ve kamera ile çalışabilmektedir. Bu sebeple her yerde rahatça kullanılabilen ve kolay ulaşılabilir oluşu sebebiyle de dünyanın en iyi iletişim seçeneklerinden biri olmaktadır.
- Bloglar, işletmelerin e-posta yığılmasını engelleyerek çalışanların beyin fırtınası seanslarını arttırmakta ve yaratıcı yeni fikirlerin oluşmasına öncülük etmektedir (Çetin, 2010:48).

Blogları diğer iletişim araçlarından ayıran en önemli özellikleri şunlardır (Karcioğlu ve Kurt, 2009:4);

- Yayınlanabilirlik (Publishable)
- Bulunabilirlik (Findable)
- Sosyallik/Topluluk olma (Social)
- Sözel olma (Viral)
- Toplayarak bir araya getirebilme/birleştirme (Syndicable)

- Birbirine bağlanabilme (Linkable)

Günümüzde insanlar bloglarda ifade ettikleri fikirler ile rüya işlere giden yolları açmakta, rock grupları sadık takipçiler edinerek kayıt anlaşmaları yapmakta, politik adaylar kendilerini ön plana çıkarmakta ve şirketler çok daha büyük ve daha iyi fonlara sahip şirketler karşısında bile rekabette etkili bir konuma ulaşmaktadır. İlk CEO blogcularından Steve Goldstein Mart 2004'te AlacraBlog'u müşterileri, müşteri adayları, çalışanlar ve ortaklarıyla iletişim kurmak için kullanmış ve bloğu aracılığıyla herkesle hızlı ve resmi olmayan bir iletişim gerçekleştirmiştir (Scott, 2010:80). Bloglar aracılığıyla içsel iletişimde bilgi yönetimi sağlanırken dışsal iletişimde de marka tanıtımı, iş geliştirme, kriz yönetimi, medya ilişkileri ve müşteri ilişkileri gibi işlevler gerçekleştirilebilmektedir (Karcıoğlu ve Kurt, 2009:11).

Blogların, sürekli güncellenmesi ve bilgi alışverişinde en ideal mecralardan olması siyasal iletişim de de değerlendirilmelerine ve seçmen kitlesine doğrudan ulaşmanın en ucuz ve hızlı yolu olarak kullanılmalarına yol açmıştır. Özellikle de 2008 Amerika başkanlık seçimlerinde Obama ve McCain bloglar aracılığıyla fikirlerini yazmış ve tartışmalarını bloglar üzerinden gerçekleştirmiştir. Türkiye'de de 2009 yerel seçimlerinde bazı parti adayları kendi bloglarını oluşturarak seçmenlerine ulaşmaya çalışmıştır. (Akıncı Vural ve Bat, 2009:2747).

Siyasi seçimlerde blog kullanılması ile diğer tanıtımlara ilave destek sağlanmış, seçmenin doğrudan iletişimle anında takibi gerçekleştirilmiştir. Diğer yandan seçmen dilediği bilgi, eleştiri ve düşüncüyü dile getirme yoluyla blogları bir ifade ortamı olarak kullanmış ve ifadelerinin kalıcı nitelik kazanmasıyla da geri dönüşüm fırsatı yakalanmıştır. Aynı şekilde seçmenlerce de kişisel bloglar açılarak bloglar tanıtım mecralarına dönüştürülmüş ve milyar dolarlarca reklam ücretsiz bir şekilde seçmenin kendisine yaptırılmıştır (Akıncı Vural ve Bat, 2009:2756)

### **5.6.3 Basın-Yayın ve Gazetecilik Aracı Olarak Webloglar**

Web 2.0'ın en temel uygulamalarından olan ve doğrudan kullanıcı kaynaklı içerikle oluşturulan bloglar, haber ve enformasyon üretim ve paylaşımında da önemli bir mecra olarak kullanılmaktadır. Önemli politik/kamusal olay ve gelişmelerle ilgili alternatif ve farklı bilgi alma ihtiyacı bloglara yönelik talebin artmasına neden olmuş ve özellikle 11 Eylül saldırısı, Irak Savaşı, 2004 ABD başkanlık seçimleri, Hint Okyanusu tsunamisi, Londra bombalamaları, Katrina kasırgası, Senatör Trent Lott'un istifası, gazeteci Dan Rather ve Eason Jordan olayları gibi gündem oluşturan olaylar web'de bilgi arayan sıradan vatandaşların da bloglar aracılığıyla bizzat haber ve enformasyon üreticisi haline gelmelerini sağlamıştır. Bloglar, kullanıcılara haber ve enformasyonun toplanması, yazılması, düzenlenmesi, analiz edilmesi, yayılması vs. süreçlerde aktif rol vermektedir. Böylelikle blog yazarlığı, haber ve enformasyon üretimini ve paylaşımını profesyonel medyanın tekelinden çıkararak gazeteciliğin sahasına müdahale eder hale getirmiştir (Çevikel, 2010:129,131,132,147)

Bloglar günlük tutmak amacıyla hazırlanmış araçlardan olsa da günümüzde web üzerinde daha ziyade habercilik için kullanılan araçlar halini almış bulunmaktadır. Haber sitelerinden farklı olarak bloglara sadece blog sahibi değil üye olan kullanıcılar da bilgi ve haber girişi yapabildiği için bloglar bu özellikleriyle pek çok haber sitesinden daha etkin olmaktadır (Eldeniz, 2010:24). Bugün bazı popüler blogların büyük bir kentin günlük gazetesinden bile daha fazla okuru bulunmaktadır (Scott, 2010:72).

Kısacası bloglar sadece alternatif yayın siteleri değil, bizzat yayıncılığın alternatifi olmaktadır (Shirky, 2010:62). Bir yayın aracı olarak blogların özellikleri şu şekilde açıklanabilir (Sevimli, 2007:57,58);

- Hiçbir program kodu kullanmadan yazarın webde yayım yapmasını kolaylaştırmaktadır
- Kullanıcının bilgisayarında herhangi bir sunucu kurulumunu gerektirmemektedir
- Kullanıcının, bloğunun görünümü ve nasıl işlem göreceği konusunda kontrolünü gerektirmemektedir

- Kullanıcı bloğunu düzenlediğinde sonuçlar anında güncellenmekte ve kullanıcıların kullanımına açılmaktadır
- Bloglara kolayca bağlanılabilmekte ve gezilebilmektedir

Pazarlama, şirketlerden kitlelere doğru tek yönlü iletişimken teknolojik gelişmelerle kitlelerin kitlelere seslendiği iki yönlü bir iletişim biçimine dönüşmüştür. Yeni pazarlama yöntemi artık dış pazarlama değil iç pazarlamadır yani, verimli bir çalışma ortamı ve üretim kalitesi için şirketin değerinin şirket çalışanlarına doğru pazarlanması gerekmektedir. Şirket yöneticilerinin şirket için duydukları heyecanı çalışanlarla paylaşma zorunluluğunu gerçekleştirmenin yolu da etkin ve doğru blog kullanımı olmaktadır (Aydede, 2006:37,61)

Organizasyonlar, blogları paydaşların neler yaptığını anlamak ve kurumsal ünlerini ölçmek için kullanmaktadır. İtibar yönetimi açısından medyada neler olup bittiğini ölçen şirketler artık bloglarda olup bitenleri de ölçmektedir yani, blogosferi bir pazar istihbarat kaynağı olarak görmek şirketler için yaşamsal bir önem taşımaktadır (Scott, 2010:73,74).

Kurumlar açısından, markaları adına müşterileriyle kolayca ilişki kurabildikleri, onların ihtiyaç ve önerilerini hızlı ve etkin şekilde öğrenip değerlendirebildikleri bir sosyal medya aracı olarak bloglar, sürekli bilgiyi arayan, isteklerini ve sorunlarını ilgili yerlere ulaştırmak isteyen tüketiciler açısından da etkili bir marka iletişim aracı olmaktadır (Uluğ Yurttaş, 2011b:113,114,116).

Blogların, hızlı bilgi yayım ve aktarım konusunda önemli bir kitle iletişim aracı olması pazarlama iletişimi açısından önemini arttırmaktadır. Çünkü bloglar, yazma, fikirlerini beyan etme, fikirlerini tartışmaya açma, görüş ve tutumlarını ifade etme ve aktarma ayrıca ikna etme gibi görevleri barındırdığından yazarları ve okuyucuları güçlü kılmaktadır. İnsanlar artık tanıdıkları ya da tanımadıkları blogcuları güvenilir bir kaynak kabul ederek tavsiye ettikleri ürünleri ya da hizmetleri deneyebilmekte, satın alabilmekte hatta başkalarına da önerebilmektedir.(Aşman Alikılıç, 2011:23-28) Bu da ağızdan ağıza pazarlamanın bloglarda oldukça yaygın olduğunu göstermektedir

Bloglar işletmelerin görünürliğini ve bilinirliğini arttırarak imajlarına katkı sağlamakta, pazar araştırması sürecinde yardımcı bir güç olmakta, işletmeler ile rakipleri açısından araştırma kaynağı olmakta, rekabet avantajı sağlamakta, daha çok müşteriye ulaşarak satışlarını arttırmalarını sağlamakta, işletmelerin markalarını güçlendirmelerine, krizleri yönetmelerine katkı sağlamakta ve yeni iş ortam ve olanaklarını kendilerine çekmelerini sağlamaktadır (Çetin, 2010:46,48).

Tüketicilerin de artık daha bilinçli olmaları, sadece kurumsal mesajlarla yetinmeyerek, ürün ve hizmetler hakkında diğer kullanıcıların görüşlerini de önemseyip satın almadan önce detaylı bilgi edinmeyi arzu etmesi nedeniyle bloglar ve blogların markalar ile ilgili paylaşımları da önemli olmaktadır (Uluğ Yurttaş, 2011b:113,114,116)

Müşterinin düşüncesini yazıya dökmesini sağlayan bizzat her şeyi müşteriden öğrenmeyi garanti eden yeni bir pazarlama aracı olan kurumsal blogları önemli bir marka tutundurma aracı haline getiren özellikleri şunlardır (Akbayır, 2008:119,125,126);

- Bloglar, markaların arama motorlarında üst sıralarda görüntülenmesini sağlamakta ve web sayfalarından daha fazla ziyaret edilmelerine neden olmaktadır.
- Blogların dinamik içeriği okuyucuları siteyi yeniden ziyarete teşvik etmektedir.
- Kurumsal bloglar güncel içeriğin takibini sağlayan RSS besleyicilerle uyumlu çalışmaktadır ve bu da müşterilerin sürekli bilgilendirilmesini sağlamaktadır.
- Kurumsal bloglar ile marka sadakati oluşturulmaktadır.
- İyi yerleştirilen bir blog reklamı kurumun imajını olumlu yönde etkileyebilmektedir.
- Bloglar artık, büyüme hedefleri olan iletişim/halkla ilişkiler ve CEO'ların viral iletişim yoluyla pazarlama programlarının birer parçası olmaktadır.

- Ürün ve hizmetlerin tanıtımının bloglar aracılığıyla yapılması sonucu reklam ve pazarlama maliyetleri azalmaktadır.

Kurumsal bloglarda sadık okuyucu/ziyaretçi kitlesi oluşturularak hem kurumsal/marka bağlılığı yaratılmakta hem de olumlu bir kurumsal imaj oluşturularak öncelikli şekilde halkla ilişkiler amaçları ve beraberinde de pazarlama amaçları gerçekleştirilebilmektedir (Alikılıç ve Onat, 2007:921).

Bloggerlar, kurumsal çıkarlardan bağımsız olmaları sebebiyle marka ile ilgili yorumlarında güvenilir algılanmaktadır. Bu sebeple kurumlar, popüler olan bloglara reklam vermekte, tanınmış ve etkili olan blog yazarlarıyla da iletişim kurarak bu yazarları medya ilişkileri ve reklam süreçlerine dahil etmeye çalışmaktadırlar. Bloglarda başlayan olumlu ya da olumsuz bir tepkinin çok ciddi viral yayılıma neden olması pazarlamacıların özellikle kulaktan kulağa pazarlama konusunda blogların önemini keşfetmelerine neden olmuştur. Bugün blog yazarlarının neredeyse üçte biri bir markanın avukatı haline gelmiş bulunmaktadır (Uluğ Yurttaş, 2011b:113,114,116).

CEO'ların da bloglarında yazdıklarına erişimin kolay olması engellerin ortadan kalkmasını sağlayarak insanları olumlu yönde etkilemekte ve kurumların imaj ve itibarını pozitif yönde etkilemektedir (Aslan, 2011:66).

#### **5.6.4 Halkla İlişkiler Aracı Olarak Webloglar**

Web 2.0 ortamlarından olan kurumsal bloglar, halkla ilişkilerin amaçlarına uygun nitelikte olan bir iletişim kanalı olması sebebiyle kurumlara geniş olanaklar sunmaktadır. Özellikle de maliyetinin düşük oluşu, kullanım kolaylığı ve geri beslemenin kısa sürede alınabilmesi kurumsal blogları diğer iletişim kanallarına göre avantajlı kılmaktadır. Günümüzde özellikle büyük markalar, sosyal paydaşlarını haberdar etmek ve onların ilgisini çekerek farkındalık ve sadakat oluşturmak için blogları etkin şekilde kullanmaktadır.(Aslan, 2011:66)

Bloglar sadece duygu ve düşüncelerin paylaşılmasını sağlayan ortamlar olmayıp halkla ilişkiler aracı olarak da, kurum, ürün, hizmet ya da faaliyet gösterilen pazar hakkında insanların ne düşündüğünü takip amaçlı, kişisel bloglarda yapılan sohbetlere yorum yazma amaçlı ve kurumsal blog oluşturarak hem kendini ifade etme hem de blogtaki yorumları değerlendirme amaçlı olarak kullanılmaktadır (Akbayır, 2008:106).

Etkili iletişim kurma amacına yönelik en etkili ve en önemli ortam olan kurumsal blogların en önemli özelliği ve yararı, anında etkili, ekonomik ve şeffaf iletişim olanağı sunmasıdır. Özellikle geleneksel ast ve üst ilişkileri bloglar aracılığıyla aşılabilmekte ve açıklık, şeffaflık üzerine kurulmaları nedeniyle de kişilerarası ilişkileri iyi yönde geliştirmekte ve güçlendirmektedir. Bunların yanı sıra, yenilikçi ve yaratıcı fikirlerin ortaya çıkması ile değerlendirilmesini mümkün kılarak bilgi paylaşımını ve takım ruhunu teşvik etmektedir. Ayrıca, çalışanlar arası kurum kültürü ve aidiyet duygusunu pekiştirerek, kurum vizyon ve stratejisinin paylaşılmasını, sunduğu açık tartışma ortamı ile de kurum içi problemlerin anında fark edilmesini sağlamakta ve kriz yönetimine katkı sağlamaktadır. Çalışanlar arasında motivasyonu ve özgüveni artırma özelliği de blogların kurumlar açısından tercih edilen sosyal medya araçlarından olmasına neden olmaktadır (Sayımer, 2008:218).

Kurumsal bloglar, ucuz ve teknolojik olarak basit olması ve şeffaflık ve inandırıcılık yönünden de zengin bir paylaşım ortamı sağlaması gibi avantajları sebebiyle etkin kullanıldığında kuvvetli bir halkla ilişkiler aracı olmaktadır. Bloglar sayesinde, kurumlar hem çalışanları hem paydaşları hem hedef kitlelerine karşı şeffaf olabilmekte hem de kurumları sadece tanıtım amaçlı kurulan soğuk, interaktif olmayan web sitelerine karşı da sıcak bir alternatif olabilmektedir. Kurumsal bloglar ayrıca, arama motorlarında da takip edildiklerinden ve güncellendiklerinden dolayı kurumlara ölçülebilir değerler sunmaktadır. Kolay erişim sağlandığında, bilgilendirici, haber verici içerik kısa ve öz sunulduğunda ve farklı iletişim araçlarıyla tanıtım yapıldığında kurumsal bloglar kurumlar açısından vazgeçilmez bir halkla ilişkiler aracı olmaktadır (Alikılıç ve Onat, 2007:923,924)



Halkla ilişkiler aracı olarak, araştırma, bilgilenme, çevreyi tarama, sorunların çözümü için yardımcı olma, halka doğrudan ulaşılabilme gibi güçlü yönleri sahip araçlardan ve bilgi alma kaynaklarından olan blogların kurumlar açısından tercih edilme nedenleri şunlardır (Karaçor, 2009:93,94);

- Bloglar, araştırma ve sorunların ele alınması konularında kurumlara son derece faydalı olmaktadır. Özellikle de beklenmeyen durumlarda interaktif bir iletişim aracı olan bloglar kurumlar için oldukça hızlı ön bilgilendirme sağlayabilmektedir.
- İsteyen herkesin arzu ettiği bilgiye kurumların web sitelerine girerek ulaşabilmesi blogların en kuvvetli yönünü teşkil etmektedir. Bloglar aracılığıyla halka doğrudan ulaşılabilmekte ve bloglar ikna aracı olarak kurumlar tarafından kullanılabilir. Kurumlara bireyler hakkında pek çok özel bilgi sağlama yolunu açan bloglar interaktif yapısı nedeniyle de çift yönlü iletişime olanak sağlamakta ve karşılıklı anlayışın geliştirilebilmesine imkan vermektedir.

Halkla ilişkilerin temel ilkelerinin çoğu aşağıdaki tabloda da görüldüğü üzere blogların temel özellikleriyle aynılık göstermektedir.

**Tablo 3 Halkla İlişkilerin Temel Nitelikleri İle Blogların Ortak Yönleri**

<b>Halkla İlişkilerin Temel İlkeleri</b>	<b>Blogların Temel Özellikleri</b>
Şeffaflık	Şeffaftır
Dürüstlük	Dürüstlük esastır
İki yönlü iletişime dayalı	İki yönlü iletişime dayalıdır
Gerçekleri yansıtmalı	Gerçekleri yansıtır
Süreklilik	Sürekli güncellenen içerik vardır
Bilgi verici olmalıdır	Bilgi kaynağıdır
Etik kurallara uyma	Etik kurallara uyar

Kaynak: (Alikılıç ve Onat, 2007:924)

Kurumlar açtıkları resmi blog sayfalarında, ürün ve hizmetleri hakkında olumsuz tartışmaları takip ederek, hedef kitlelerinden gelen sorulara cevap

verebilmekte, isteklerini göz önünde bulundurarak yeni stratejiler geliştirebilmektedir. Kurumsal blogların etkin kullanımıyla işletmeler daha çok müşteriye ulaşabilmekte, satışlarını arttırabilmekte, yeni iş olanaklarını kendilerine çekeabilmekte, markalarını güçlendirebilmekte ve krizleri yönetebilmektedir yani, kurumsal bloglar aracılığıyla hedef kitleler ile iletişim süreci oluşturulabilmektedir. Sonuç olarak bloglar kurum içi iletişimde olduğu kadar kurum dışı halkla ilişkiler çalışmalarında da faydalanılabilecek en yeni mecralardandır (Aşman Alikılıç, 2011:24-28).

### **5.6.5 Eğitim Aracı Olarak Webloglar**

Pek çok ülkede bloglar günlük hayatı anlatmak, çeşitli konularda yorum yapmak, topluluk oluşturmak ve şirket yönetimi vb. amaçlarla kullanılırken yapılan araştırmalar sonucu eğitim amaçlı da kullanılabileceği ifade edilmektedir. Okur-yazarlık ve internet okur-yazarlığı alanlarında büyük yarar sağlayabilecek olan bloglar, okuma-yazma, oluşturma, yorum yapma ve değerlendirme gibi niteliklerin kazandırılacağı bütün öğretim programlarında kullanılabilmektedir (Babur, 2010:7).

Blogların eğitimde kullanılması son yıllarda artış göstermekte özellikle uzaktan eğitim uygulamalarına geçişte bloglar uygun bir ortam olarak olarak görülmektedir. Diğer web uygulamalarından öğrencilerle iletişim kurma, tartışma ve paylaşım yoluyla birbirleriyle etkileşimini sağlama, öğrenilenleri pekiştirme ve farklı bakış açılarını yakalayabilme avantajlarından ötürü daha ön planda bir araç olan blogların eğitimde kullanımı gittikçe yaygınlaşmaktadır (Baş ve Tüzün, 2007:35).

Bilgi ve iletişim teknolojisindeki gelişmeler öğrenci merkezli olan öğrenme ortamlarında öğrenmeyi desteklemede ve sosyal etkileşimi sağlamada gerek öğrencilere gerekse de öğretmenlere önemli fırsatlar sunmaktadır (Çuhadar, 2008:27) Bu sebeple, bireylerin sanal öğrenme toplulukları oluşturmalarını sağlayan bloglarda, eğitim amaçlı kullanıldıklarında etkileşimli, sosyal süreçleri destekleyen özellikleri

sayesinde kullanıcılara yer ve zaman açısından bağımsız çalışabilecekleri esnek bir ortam sunmaktadır (Demirel, 2010:10).

Sınıf ortamında gerçekleştirilen öğretim etkinliklerini sanal ortama taşıyabilecek, eğitimciler için alternatif bir web tabanlı bir araç olan blogların yaygın kullanılma biçimlerinin sosyalleşme, eğlence odaklı etkinlikler ve öğrenme etkinlikleri olduğu görülmektedir (Çuhadar, 2008:31). Bloglar web ara yüzü yardımıyla kullanıcılara bilgi paylaşımı, işbirliği, tartışma amaçlarıyla kullanılacak bir iletişim ve etkileşim olanağı sağlayarak öğretim ortamlarını desteklemektedir. Kullanımlarında en büyük görev öğretmene düşmektedir. Çünkü, öğrencileri blog kullanmaya teşvik ederek beklentilerine cevap verecek aynı zamanda blog açarken sınıf içi işbirliğini sağlayacak olan kişi öğretmen olmaktadır (Karaman ve Karakuzu, 2006:332).

## **5.7 EĞİTİMDE WEBLOG KULLANIMI VE BİÇİMLERİ**

Günümüzde bloglar, eğitsel çevrelerde pek çok amaç için kullanılmaktadır. Müzik eğitiminden, dil eğitimine, okuma yazma becerileri ile analitik ve eleştirel düşünme becerilerini geliştirmede, bireysel çalışmalarını paylaşma ve yayınlamada kullanılan bloglar aynı zamanda öğrencilerin blog içeriği geliştirirken bilgi tarama ve akademik yazma becerileriyle, grup çalışması ve öğrenme becerilerini geliştirmektedir (Tekinarslan ve Gürer, 2011:889).

Blog aracılığıyla öğrenciler kendi öğrenme süreçlerini takip edebilmekte, derste öğrendikleri ve çalıştıklarıyla ilgili günlük tutabilmektedir. Aynı şekilde birbirlerinden bilgi almak, anlamadıkları yerleri öğrenmek, herhangi bir konu üzerinde tartışma yapabilmek amacıyla da bloglardan yararlanabilmektedirler. Sonuç olarak bloglar, pek çok öğrenme alanında işbirlikli öğrenim aracı, kişisel bilgi yönetim ve yapılandırma aracı olarak da kullanılabilir. Öğrencilerin bir konu hakkında fikirlerini rahatça ifade edebildikleri ortamlar olma sebebiyle bloglar önemli bir eğitim aracı olarak görülmektedir (Avcı, 2009:4).

Weller, Pegler ve Mason'a göre (2005) blogların eğitimde iki temel kullanım biçimi bulunmaktadır. Bunlar (Akt., Horzum, 2010:607 );

**Öğretmen Blogları:** Akademisyen ve öğretmenler kendi bloglarını oluşturarak kendi alanları ve çalışma konularıyla ilgili fikir alışverişinde bulunmakta ya da tartışmaktadırlar. Bu bloglar daha ziyade değişimin hızlı olduğu alanlarda, yeni konularla ilgili bilgi birikimi ve paylaşımını arttırmak için kullanılmakta ve farklı yerlerdeki eğitimcilerle tartışma ve diyalog fırsatı sağlamaktadır.

**Öğrenci Blogları:** Öğrencilerce bilgi, beceri, duygu, düşünce ve bakış açılarını yansıtmaya amaçlı kişisel gelişim dosyası olarak kullanılan bu bloglar dersleri zenginleştirmekte ve desteklemektedir. Öğrencilerin gelişim süreçlerini göstermek ve bilgilerini bir araya getirmek için elektronik kişisel gelişim dosyası şeklinde kullandıkları öğrenci blogları projelerdeki kaynakların ve görüşlerin de paylaşıldığı işbirlikli araçlardandır.

Eğitimde blogların temel kullanım biçimleri olarak çevrimiçi dosyalama platformu işbirlikli öğrenme alanları, çevrimiçi tartışma ortamı, profesyonel gelişim aracı, okul web sitesi, kütüphane portalı ve bilgi yönetimi gibi kullanımlar ön plana çıkmaktadır.

### 5.7.1 Çevrimiçi Dosyalama Platformu

Öğretmen ve öğrencilerin planlarını, ders notlarını, çalışmalarını depolama alanı olarak kullanmalarını sağlaması ile bloglar çevrimiçi dosyalama platformu olarak kullanılabilir. ([http://www.slidefinder.net/h/hafta/06\\_hafta\\_egitimdeyentechnolojiler/22857814](http://www.slidefinder.net/h/hafta/06_hafta_egitimdeyentechnolojiler/22857814)) Erişim Tarihi: 07.12.2012. Öğrenciler çalışmalarını ve alan notlarını yayımlayabilmekte ve kendini sosyal olarak ifade edebilmekte aynı zamanda da gerçekleştirdiği projenin ilerleyişi ve bulgularıyla ilgili süreci kaydedebilmektedir. Öğrenme ve öğretme sürecinde sürecin değerlendirilmesinde çalışma dosyaları önemlidir ve bloglar bu çalışmaların

elektronik ortamda saklanabilmesi, ders içi ve ders dışından öğrencilerin erişimine olanak sağlaması bakımından zengin ve etkileşimli öğrenme ortamı oluşturmaya yardımcı olmaktadır. Böylelikle sayfayı ziyaret edenler, yorum yapabilmekte, geri bildirimde bulunabilmekte, işbirlikli çalışmalar yapabilmekte ve bunları kolayca saklayabilmektedir (Bodur, 2010:33,35).

Blogların evrimii dosyalama platformu olarak kullanılmasının faydaları şunlardır (Durmuş, 2011);

- Öğrenciler çalışmalarını asla kaybetmemektedir
- Öğrencilerin çalışmalarının bir blogta toplanması gelişim sürecinin görülebilmesi açısından iyi bir fırsat sunmaktadır
- Bloglarla ilgili yapılan çalışmalar ilgililerle ve ğrenci velileriyle şeffafa paylaşılabilmektedir.

### 5.7.2 işbirlikli ğrenme Alanları

Öğrencilere sınıf dışı iletişim ve birbirleriyle işbirliği içinde olma imkanı tanınması özelliği bakımından bloglar, işbirlikçi öğrenme alanları olarak kullanılabilir (http://nasuherturan.com/index.php/2011/03/28/bloglar-ve-egitim/) Erişim Tarihi: 07.12.2012. Bloglar hem bireysel hem de işbirlikli araçlardır yani öğrencinin kendisini ifade etmesini ve yüksek düzeyde kişiselleştirilmiş içerik geliştirmesini sağlamaktadır. Bloglar ile öğrenciler araştırdıkları ya da üzerinde çalıştıkları konuyla ilgili çevrim içi topluluklara bağlanarak diğer yazarlara yorum yapabilmekte, geri bildirimde bulunup karşılıklı etkileşimler aracılığıyla işbirliği içinde çalışabilmektedir (Bodur, 2010:33).

Bloglar ayrıca, öğrencilerin birbirleriyle ortak öğrenme amacına yönelik olarak çalışabilecekleri işbirlikçi öğrenme ortamlarına entegre edilebilme özelliğiyle de sıklıkla kullanılan ve işbirliğine dayalı çalışmalara olanak sağlayan araçlardır.

Öğrencilerin birbirlerinden öğrenmelerinin yanında yazarlar, bilim adamları, meslek uzmanları gibi pek çok kişi de bloglar ile yerden bağımsız beraber çalışabilme olanağına sahip olmaktadır (Durmuş, 2011).

### 5.7.3 Çevrimiçi Tartışma

Bloglar öğrenciler ve öğretmenler arasında tartışma grupları olarak çalışmaya olanak sağladığı için çevrimiçi tartışma ortamları olarak da kullanılabilir.

Öğrenme ortamında aynı ortamı paylaşan öğrenciler bloglar aracılığıyla birbirleriyle tanışabilmekte, duygu ve düşüncelerini sınıf ortamı dışında da birbirleriyle paylaşarak ilişkilerini sağlamlaştırabilmektedir (Çuhadar, 2008:33). Blog sayesinde eş zamansız tartışma forumları düzenlenebilmekte sınıf tartışmaları yapılabilmektedir. Bunların yanı sıra, okunanların özetlendiği bir yer olması nedeniyle bloglar öğrencilerin zaman içindeki kişisel gelişimlerini göstermede de kullanılabilir. Bu sebeple bloglar, ders kapsamında kullanılan ders notları, verilen ödevler ve tartışma sorularıyla her tür sınıf içi ve okulla ilgili etkinlik ve duyuruların yayımlanabildiği ortamlar olarak eğitimde tercih edilmektedir (Bodur, 2010:33,36). Öğrenciler okullarda hazırladıkları portfolyoları blog aracılığıyla çevrimiçi ortamda oluşturabilmekte ve seçtikleri çalışmalarını bloglarında paylaşarak yoruma açabilmektedir (Durmuş, 2011).

### 5.7.4 Profesyonel Gelişim

Öğretmenler blogları portfolyolar ya da uzmanlarla tartışma forumları olarak kullanmaktadır. ([http://www.slidefinder.net/h/hafta/06\\_hafta\\_egitimdeyeniteknolojiler/22857814](http://www.slidefinder.net/h/hafta/06_hafta_egitimdeyeniteknolojiler/22857814)) Erişim Tarihi: 07.12.2012. Öğrenciler bloglarda öğrenme süreçlerini paylaşırken, öğretmenler de meslekleriyle ilgili deneyimlerini ve karşılaştıkları sorunları yardımcı olabilmek adına

paylaşmaktadır. Yapılan çalışmaların başkalarının okunacağını bilmek, geri bildirim almak ve başkalarının yazılarına yorumlar yapabilmenin blog vasıtasıyla mümkün olabilmesi bireylerin duyuşsal gelişimi açısından önemlidir yani bloglar hem duyuşsal hem de bilişsel gelişime katkı sağlamaktadır (Bodur, 2010:37).

### 5.7.5 Okul Web Sitesi

Bloglar, okul, öğrenci, öğretmen ve velilere iletişim esnekliği sağladığı için okul web sitesi olarak da kullanılabilir (http://nasuherturan.com/index.php/2011/03/28/bloglar-ve-egitim/) Erişim Tarihi: 07.12.2012. Bloglar aracılığıyla okul ile aile işbirliğinin öğrenme ortamlarıyla birleştirilebilmesi mümkün olmaktadır. Okul etkinlikleri, sınıf içi çalışmalar ya da performansa dayalı öğrenci etkinlikleri bloglarda yayınlanarak ailelere erişilebilmektedir. Aynı şekilde farklı bölgelerde olan, ortak amacı olan kişilerin bir araya gelmesiyle oluşan sanal topluluklar da blogları kullanarak birbirleriyle fikir alışverişi ve bilgi paylaşımında bulunabilmektedir (Bodur, 2010:36).

Blogların kolayca oluşturularak güncellenebilmesi teknik bilgi ve uzman ihtiyacını azaltarak okuldaki tüm aktivitelerin düzenleyen grupça ilk elden kaydedilmesine ve sürekli güncel tutulmasına olanak sağlamaktadır (Durmuş, 2011).

### 5.7.6 Kütüphane Portalı

Öğretmen ve öğrencilerin kütüphane portalı olarak da kullanabileceği bloglarla çevrimiçi kaynaklara verilen köprülerle araştırma tabanlı, projeye dayalı ve keşfederek öğrenmeye dönük etkinlikler de gerçekleştirilebilmektedir (Bodur, 2010:36).

### 5.7.7 Bilgi Yönetimi

Derslerde kullanılan materyallerle derse yardımcı kaynaklar bloglarda yayımlanarak öğrencilerin bilgi ihtiyaçları karşılanabilmektedir (Bodur, 2010:36). Çoklu ortam öğeleriyle desteklenen blog sayfaları, internet üzerindeki sayısız bilgi kaynağına erişimi sağlayan hiper bağlantılar ile ders içeriğinin öğrencilere sunulabildiği ortamlardır (Çuhadar, 2008:32).

Bloglar aracılığıyla, okullarda belli aralıklarla toplanan komitelerin, zümrelerin, okul aile birliklerinin toplantılarının arşivi tutulabilmekte, grupların üyeleri görüşmelerine internet üzerinden devam edebilmekte, grupla ilgili bilgiler paylaşılabilen, dökümanlar ve sunumlar da daha sonra kullanılmak üzere kolayca depolanabilmektedir (Durmuş, 2011).

## 5.8 EĞİTİMDE WEBLOG KULLANIMININ AVANTAJLARI

Kolay kullanıma sahip olma, içeriğinin bireyselleştirilebilmesi, teknik bilgi gerektirmemesi ve pek çok yönden sağladığı esneklik nedeniyle eğitimde de kullanıma uygun araçlar olarak görülen blogların aynı zamanda öğrencilerin düşünme becerileri üzerine de olumlu etkileri bulunmaktadır. İşbirlikli bir ortam oluşu ve öğrencilerin kendi düşüncelerini düzenlemelerinde farklı bakış açıları da görebilmelerini sağlaması sebebiyle yansıtıcı düşünme becerisine de katkı sağlamaktadır. Öğrenme ortamlarında yansıtıcı düşünme becerilerinin gelişmesinin sağlanması sonucu da öğrencilerin öğrenme çıktılarının niteliği artmakta ve yaşam boyu öğrenen özelliği kazanma süreçlerinde blogların oldukça olumlu etkileri olduğu düşünülmektedir (Bayrak ve Koçak Usluel, 2011:94,101).

Blogların eğitimde kullanılmasının pek çok olumlu etkisi bulunmaktadır. Bu avantajlar şunlardır (Tekinarslan ve Gürer, 2011:893, 894).;



1. Blog yayıncılığının öğrencilere sağladığı en büyük avantaj ücretsiz olmasıdır. Başkalarının yorumlarına açık olması, olumlu-olumsuz yorumlara bakılarak blog yayınlarının düzeltilebilmesi, yayınlamanın ve düzenlemenin kolay oluşu, yayınlamada çoklu ortam nesnelere kullanılabilmeleri ve erişimin kolay olması da sağladığı diğer önemli avantajlardır (Tekinarslan ve Gürer, 2011:894).
2. Blog yayıncılığı öğrencilerin düşüncelerini ifade etme, akademik yazma ve tartışma, ses, yazı, görüntü, video gibi çoklu ortam nesnelere web ortamında paylaşma ve web yayıncılığı konusunda teknik becerilerine katkı sağlamaktadır (Tekinarslan ve Gürer, 2011:893).
3. Bloglar aracılığıyla sınıf içi tartışmalarda etkin olmayan ya da kendisini sözle ifade edemeyen öğrenciler düşüncelerini ifade etmede eşit şartlara sahip olabilmektedir (Karaman ve Karakuzu, 2006:332)
4. Kullanıcıların karşılıklı birbirlerinin girdilerini görüntüleyebilmesi ve yorumlayabilmesi hatta fikir alışverişinde bulunabilmeleri özellikleriyle blog öğrencilerin fikirlerini özgürce yayınlatabilmelerini ve arkadaşlarıyla karşılıklı bilgi paylaşımında bulunabilmelerini sağlayıcı ortam sunmaktadır. Aynı zamanda blog kullanarak öğretmen ve öğrencilerden oluşan blog topluluğu da oluşturulabilmekte, öğrencilerin ilgilendikleri konuları aramaları, sunulan bilgiyi yorumlayabilmeleri, ilave yapabilmeleri kendi öğrenme süreçlerini yönlendirmeleri ve kendilerine güvenlerinin artması mümkün olabilmektedir (Deperlioğlu ve Köse, 2010:338).
5. Blog öğrencilerin derse dikkatlerini arttırmakta, önceki konuları hatırlamalarına yardımcı olmakta, konuların pekiştirilmesine ve kritiğinin yapılmasına yardımcı olmaktadır. Bunların yanı sıra, programlama konularındaki kavram yanlışlarının düzeltilmesini, öğrencileri devam edemedikleri dersleri telafi etmelerini ve

öğrenciler arası paylaşımı kolaylaştırmaktadır (Tüzün, 2007:189).

6. Ders içi ve ders dışı etkinliklerde kullanılan bloglar topluluk hissinin güçlendirilmesinde kullanılabilecek önemli araçlardandır. Öğrenciler blog kullanarak diğer kullanıcılardan yardım ve destek alabilmekte bu da öğrencilerin sosyalleşmesini, etkileşimi ve birbirleriyle diyaloga girmelerini desteklemektedir. Ayrıca, blog aracılığıyla kendisini daha rahat hisseden ve çekinmeden iletişim kurabilen öğrencilerin sınıf topluluğu duygusunun daha yüksek olmaktadır (Atıcı ve Özmen, 2012:2,7).
7. Blog kullanılarak yapılan derslerde katılımcılar arasında pozitif dayanışma gözlenmekte, öğrencilerin sosyal becerileri gelişmekte, etkili öğrenme sağlanmakta ve sınıf içi etkileşim artmaktadır. Sınıf blogları yorumların tek noktadan görülebilmesi, yeni yorumlar yazılabilmesi, kolay takip edilebilme özellikleri nedeniyle sınıf içi paylaşımda etkili olmaktadır. Sınıf blogları sınıfın tamamını ilgilendiren duyurular, ödevler, işlenen ders konuları açısından etkili olurken grup blogları da çalışmaların değerlendirilmesi ve işbirlikçi öğrenme etkinlikleri açısından etkili olmaktadır. Buna ek olarak da derse ilgiyi ve motivasyonu arttırarak, öğrenciler arası ders dışı etkileşim ve iletişimi sağlayarak fikir alışverişini desteklemektedir (Karaman, Kaban ve Yıldırım, 2010:2,6,7).
8. Blogların öğrenme ortamında sunduğu diğer avantajlar; hızlı yayım, kullanım kolaylığı, düşük maliyet, dinamik içerik, işbirliği ortamı, yorum yapma, geri bildirimde bulunma, işbirlikli çalışmalar yapma ve bunları saklayabilme, topluluk oluşturarak bilgi ve birikimleri paylaşma, sınıf içi işbirliğini sağlama, farklı bakış açılarını gözlemleyebilme, akran değerlendirmesi yapılabilmesi, bilgi yönetimi yapılması, öğrencilerin proje ya da ödev hazırlarken eşitli bloglara ulaşabilmesi, dersle ilgili

duyuruları postalamak, danışmanlık ve rehberlik hizmetleri, sınıf içi uygulamalar ve okulla ilgili etkinliklerden haberdar edilme, öğrencilerin düşünce ve başarılarını paylaşacakları okur grubu oluşturma, ailelerle iletişim kurulması ve başka okullarla işbirlikli projeler geliştirme gibi avantajlardır (Babur, 2010:434).

9. Blog kullanımı öğrencilere öğrendikleri bilgileri paylaşabilecekleri ve tartışabilecekleri aktif bir iletişim ortamı sunmaktadır. Aynı zamanda, ders notlarının tutulması, ödevlerin duyurulması, ödevler için geri bildirim alınması, e-posta, mesaj/duyuru panosu, sohbet odaları gibi öğelerle sınıf ortamının her zaman her yerden erişilebilen bir sanal öğrenme ve öğretme ortamına dönüşmesi bakımlarından oldukça faydalı olmaktadır (Koçoğlu, 2009:315).
10. Bloglar ile okur-yazarlık geliştirilebilmekte ve blog uygulamaları öğrenci, öğretmen ve yönetime büyük faydalar sağlamaktadır. Yazarken öğrenme ortamları olan bloglarda öğrenciler bilgilerini notlar halinde yazabilmekte, yazarken konuyla ilgili farkındalığını arttırmakta ve yeni ürünler ortaya koyabilmektedir. Aynı şekilde bloglar, öğrencilerin internete ilgilerini de pekiştirmekte, geleneksel defterler yerine kendilerine esneklik sağlayan sanal defterleri tercih etmektedir. Bloglar ile öğrencilerin defterlerine yazdıkları sadece kendi defterlerinde kalmamakta, arkadaşlar, aileler, ve öğretmenler de kişinin gelişimini izleyip, ilgi alanları hakkında bilgi sahibi olabilmektedir (Şenel ve Seferoğlu, 2009:143).

## **5.9 EĞİTİMDE WEBLOG KULLANIMININ DEZAVANTAJLARI**

Blogların eğitimde sağladığı üstün eğitsel avantajlar yanında az da olsa dezavantajları da bulunmaktadır. Bu dezavantajlar şunlardır (Tekinarslan ve Gürer, 2011:894);

1. Blog yayıncılığı esnasında akademik yazma ve telif hakları konusunda bilgisi olmayanlar intihal ve telif hakkı sorunlarıyla karşılaşabilmektedir.
2. Bir sosyal paylaşım aracı olan blogların öğretmenlerce öğrencilere sadece ödev yaptırmak için kullandırılmasının öğrencileri blog kullanmaktan soğutabileceği düşünülmektedir.
3. Blog kullanımı için internet erişimi ve bilgisayarın gerekli oluşu öğretmenleri ve öğrencileri eğitimde blog kullanımı konusunda sınırlamaktadır.
4. Öğrencilerin bloglarda soyadı, ev adresi, telefon numarası vb. kişisel bilgilerini paylaşması çeşitli güvenlik sorunlarına yol açabilmektedir.

## **5.10 EĞİTİMDE WEBLOG KULLANIMIYLA İLGİLİ ARAŞTIRMALAR**

Blogların eğitimde kullanımının sağladığı olumlu etkiler, her yönüyle araştırılmalarına neden olmuş ve olası etkileri üzerinde sonuçlara ulaşmayı sağlayıcı pek çok araştırma yapılarak blogların diğer sosyal medya araçları gibi kullanım alanları genişletilmeye çalışılmıştır. Bu araştırmalardan bazıları elde edilen bulgular aşağıdaki gibidir.

Oravec (2002) çalışmasında blogların eğitsel etkinliklerle nasıl bütünleştirilebileceğini açıklamış ve öğretmenlerin blogları internetteki yararlı bilgilere ulaşmak için teşvik etmede kullanabileceklerini aynı zamanda blog aracılığıyla bilgileri düzenleyebileceklerini ortaya koymuştur (Akt., Bodur, 2010:48).

Campbell (2003), Ward (2004) ve Johnson (2004)'un yaptıkları çalışmalar sonucunda blog kullanımının yabancı dil öğrenimine çeşitli katkıları olduğunu ortaya çıkartmıştır. Bunlar (Akt. Koçoğlu, 2009:316);

- Blog kullanımı öğrencilere günlük okuma alıştırmaları sağlamaktadır yani, öğrenciler ödev olarak verilen okuma materyallerini çok sıkıcı, zor ya da konuyla ilgisiz bulabilmektedir ancak, bloglarda maddeler kısa ve öğrencinin merakını canlı tutmaya dönük olmaktadır. Bu sayede öğretmenlerin İngilizce materyalleri eklemeleri kolay olmakta ve öğrenciler daha fazla özgün materyal okuyabilmektedir.
- Öğrencinin İngilizce internet sitelerini araştırmasını sağlamaktadır yani öğretmenin yazdığı bir konu hakkında öğrencinin merak uyandıran makale ve diğer sitelere bağlanması sonucu İngilizce siteleri bulması kendine güvenini arttırmaktadır.
- Öğretim programı hakkında bilgi sağlamaktadır yani, blogda tartışma konularıyla ilgili olan sitelere bağlantı kurulabilmekte ve öğretmen sınıfta işlediği ve tekrarı gereken konularda blog içinde tekrar yer verebilmektedir.
- Bireysel çalışma için bağlantı adresi kaynağı olmaktadır yani, öğrenciye yardımcı olabilecek İngilizce haber sitelerine, işitsel ya da görsel dosyalara yönlendiren bağlantı adresleri bloglar aracılığıyla kurulabilmekte ve düzenlenebilmektedir.
- İngilizce okumak ve yazmak isteyen herkese ücretsiz bir yayınevi sunmaktadır yani öğrenciler blog aracılığıyla yazıları için bir okuyucu kitlesi bulabilmekte ve gerçek dünya ile yazıları sayesinde bağlantı kurabilmektedir.
- Öğrenciler blog sayesinde işbirliğine dayalı bir öğrenme ortamı elde ederek birbirlerinin eklediği yazılara yorum yapma imkanı bulabilmektedir.

Dickey (2004) blogların öğrencilerin yalıtım ve yabancılaşma algılarına etkisi adlı araştırmasında blogların çevrimiçi derslerde tartışma amaçlı kullanıldığını, uzaktan öğrenme ortamlarında blogların öğrencilerin yalıtım ve yabancılaşma hislerini ortadan kaldırdığını ve öğrencilerin birbirleriyle etkileşimlerini desteklediğini aynı zamanda da kolay kullanımlı ve hızlı bir araç olduğunu ifade etmektedir (Akt. Çuhadar, 2008:34).

Williams ve Jacobs (2004) çalışmalarında blogları kullanımı kolay, herhangi bir internet bağlantı noktasıyla kolayca ulaşılabilen web tabanlı iletişim araçları olarak belirtmiş ve blogların öğrencilerin etkili öğrenim ve öğretim süreci geçirmelerinde etkili olduğunu ortaya koymuşlardır. Aynı zamanda blogların çok sayıda öğrencinin bir araya gelerek kendilerini rahat hissettikleri çevrimiçi bir öğrenme ortamı sağladığını, öğrenciler arasında daha fazla iletişim ve etkileşime olanak tanıdığını ve öğrenme yönetim sistemleri gibi pek çok sistemin önemli bir parçası olduğunu ifade etmişlerdir (Akt. Avcı, 2009:20).

Downes (2004) blogların öğretmenlere, öğrencilere ve ailelere ev ödevleri sorunlarını aşma konusunda yardımcı olduğunu bu şekilde öğretmenlerin açıklama, örnek ve ipuçlarını yazarak karışıklıkları giderebildiğini ayrıca blogların bilgi ve mesleki gelişim materyalleri deposu olarak ve öğretimsel etkinliklerle ilgili bilgi sağlama aracı olarak kullanılabileceğini ifade etmektedir (Akt. Demirel, 2010:19).

Armstrong, Berry ve Lamshed (2004), yaptıkları “Elektronik Öğrenme Günlükleri Olarak Bloglar” adlı çalışmalarında blogların öğrencilerin öğrenmelerini belgeleyebilecek bir günlük olarak kullanımı üzerinde durmuşlardır ve öğrencilerin blog kullanımı ile ilgili olumlu görüşleri bulunduğunu ve blogları defter gibi düşüncelerini saklayabilecekleri ve yazabilecekleri yararlı bir araç olarak gördüklerini saptamışlardır. Öğrencilerin ayrıca bloğun yazıları ve yorumları kronolojik sırayla görüntülemesini de bilgi organizasyonu açısından olumlu bulduklarını ve öğrenme sürecini takip edebildikleri için yararlı bulduklarını ifade etmektedirler (Akt. Çuhadar, 2008:34).

Xie ve Sharma (2004) tarafından öğrencilerin bloglarla ilgili deneyimlerini ortaya koymak amaçlı yapılan çalışmada olumlu ve olumsuz görüşler ortaya konulmuştur. Olumlu görüşler blogların öğrenmeye ve düşünmeye yardımcı araçlar olduğu, öğrencilere topluluk hissi verdiği ve yeni bir teknolojiyi keşfetme olanağı sunması iken olumsuz görüşler blog kullanmayan öğrencilerin blog kullanımı konusunda kendilerinden emin olmadıklarını sınıf ortamı dışında da diğer bireylerin blogtaki yazılara ve yorumlara erişebilecek olması açılarından öğrencilerin gizliliğe dair sorunlar yaşadığını göstermektedir (Akt. Çuhadar, 2008:35).

Wang ve Fang (2005) çalışmalarında blogların öğrencilerin öğrenmeye dönük güvenlerini arttırdığını, öğrencilerin akademik gelişmelerine katkı sağladığını düşündüklerini ortaya koymuşlardır (Akt. Demirel, 2010:14).

Ray ve Hocutt (2006) açık uçlu röportajlar, elektronik diyaloglar ve blogların içerik analizi için, blog kullanan 16 öğretmenle bir çalışma gerçekleştirmiş ve sonucunda blogların sosyal etkileşim ve işbirliği uygulamaları geliştirmede yardımcı olduğunu ayrıca düşünce paylaşımı ve profesyonel ilgi alanlarıyla ilgili sorunları tespit etmede, izolasyon ve hayal kırıklığıyla başa çıkmada da etkili olduğunu bulmuşlardır (Akt. Horzum, 2010:614).

Baggetun ve Wasson (2006) blogların öğrencilerin öz düzenlemeli öğrenmelerini desteklediğini ve genel bir konu üzerinde yansıtma yaparak, kişisel bilgi veri tabanı inşa ederek, öğrencilerin bilgilerini test ettiği, karşılaştığı sorunlara çözümler ürettiği ve bilgilerini görüntülediği bir bilgi havuzu olarak öğrencilerin kendi öğrenmelerini kontrol edebilmelerinde yardımcı olduğunu saptamışlardır (Akt. Demirel, 2010:14).

Perschbach (2006) ise, blogların etkililiğini belirlemek için yaptığı çalışmada öğrencilerin blog kullanımı ile eleştirel düşünme becerisi kazandıklarını ve büyük çoğunluğunun da derste blog aracılığıyla etkileşime girdiğini tespit etmiştir (Akt. Çuhadar, 2008:37).

Richardson (2006) araştırmasında blogların yazma eylemi olarak öğrencilere; düşündüklerini yazarak ifade etme, herhangi bir konu hakkında belli bir süre içinde yazma eylemini sürdürme, okurları bu konuşma sürecine

dahil ederek daha fazla yazmaya ve düşünmeye öncülük etme, farklı öğrenme deneyimlerini sentezleme ve bu toplu deneyimler arasındaki ilişkileri anlama gibi katkılar sağladığını bununla birlikte öğrenenlere yüksek kalitede yazma becerileri kazandırdığını ortaya koymuştur (Akt. Demirel, 2010:16).

Fellner ve Apple (2006), Japon üniversitesindeki düşük yeterlilikteki ve düşük motivasyona sahip dil öğrenen öğrencilerin katıldığı yedi günlük yoğun İngilizce kursunda blog kullanarak blogların hem dil kullanım hem de yazma becerilerini geliştirdiğini saptamıştır (Akt. Bodur, 2010:54).

Beldarrain (2006) blogların öğrencilerin başarılarının, ilerlemelerinin ve yansıtılmalarının kaydının tutulabileceği bir portfolyo olarak da kullanılabilirliğini belirterek, yazma ve portfolyo olma özelliğiyle de öğrenenlerin aktif öğrenme yöntemleriyle bilgiyi oluşturmalarını ve bilişsel süreçlerini kullanmalarını destekleyen oluşturmacı yaklaşımla uygunluk gösterdiğini ifade etmektedir (Akt. Demirel, 2010:18).

Shoffner (2006) çalışmasıyla öğretmen adaylarının blogları düşüncelerini yansıtmada etkili birer araç olarak gördüklerini, öğrenenlerin kendi düşüncelerini yazarak ve başka bloglara yorum yaparak eleştirel ve analitik düşünme yeteneklerini geliştirdiklerini göstermiştir (Akt. Demirel, 2010:18).

2006-2007 Güz dönemi Hacettepe Üniversitesi Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi bölümü öğrencileriyle yapılan bir araştırmada Ankara ilindeki bir meslek lisesinde bilgisayar derslerine stajyer öğrenci olarak katılan ve dersi, dersin işlenişini, öğrencileri ve ders öğretmenini gözlemleyen öğretmen adaylarının, oluşturulan bloğa yapmış oldukları gözlemleri paylaşımları sonucu ders kapsamında blog kullanımını değerlendirmeleri istenmiş ve açık uçlu sorulara verilen cevaplar analiz edildiğinde de blog kullanımı ile yararlı bulunan yönler şu şekilde ifade edilmiştir (Baş ve Tüzün, 2007:37);

- Bireyler yaşamış oldukları deneyimleri rahatça ve kolaylıkla paylaşabilmektedir
- Öğrencilerin değerlendirilmesi açısından dersin öğretim elemanına katkı sağlamaktadır



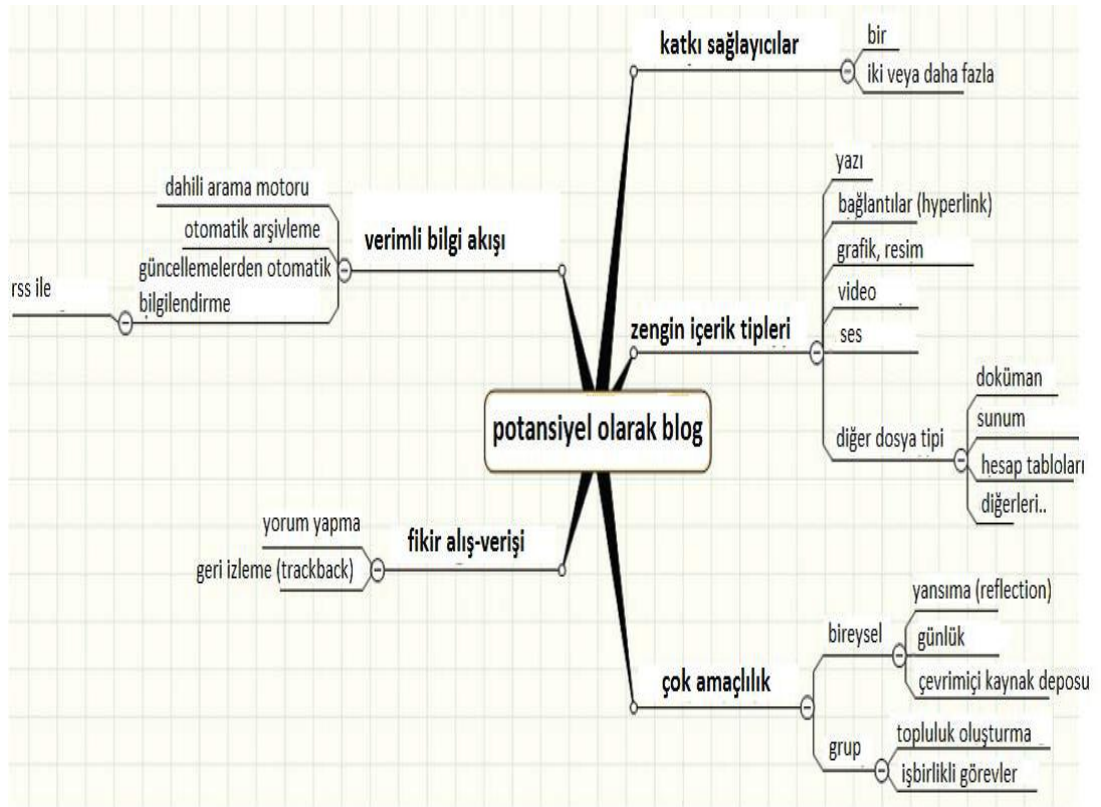
- Diğer gözlem ve deneyimlerin okunabilmesi öğrencilere katkı sağlamaktadır
- Haftalık toplantılar daha verimli geçmektedir
- Eleştirel düşünme, yazılı ifade, dilin kullanımı gibi konularda kişisel gelişime olanak sağlamaktadır
- Kendi deneyimlerinin anamlanmasına, öğrenmenin pekiştirilmesine ve kalıcılığın sağlanmasına yardımcı olmaktadır
- Erişimi ve kullanımı kolay olmaktadır
- Zaman tasarrufu sağlamaktadır
- Deneyim ve gözlemlerin bir arada tutulduğu bir arşiv olmakta ve bu arşive istenildiğinde ulaşılabilirliktedir
- Öğrencinin derse aktif katılımını ve etkileşimli öğrenme ortamı oluşmasını sağlamaktadır
- Öğrencinin dersle ilgili motivasyonunun artmasını sağlamaktadır
- Üst düzeyde teknik bilgi donanımı gerektirmemektedir

Şahin (2007) de çalışmasında blog kullanımıyla süreç temelli yazma eğitimini etkili biçimde uygulamanın mümkün olduğunu belirtmiş, blog destekli yazma eğitiminin öğrencilerin yazma performansını sınıf içi yazma eğitiminden daha fazla geliştirdiğini, öğrencilerde bağımsız öğrenme kavramının gelişmesinde etkili olduğunu ve öğrencilerin blogla ilgili tutumlarının olumlu olduğunu saptamıştır (Akt. Avcı, 2009:21).

Du ve Wagner (2007), yaptıkları çalışmada blogların öğrenmeye katkılarını şu şekilde sıralamıştır (Akt. Çuhadar, 2008:28);

- Blog kullanımı öğrencilerin düşüncelerini etkin şekilde anlamlandırabilmelerini ve organize edebilmelerini sağlar
- Blogların öğrenmede sürekli kullanılması öğrencilerin öğrenmelerini geliştirmelerine yardımcı olur
- Blog ile yapılan kendini yansıtma alıştırmaları öğrencilerin gelişime ihtiyaç duydukları alanları ve neler öğrendiklerini anlamalarını sağlar

- Blogların bireysel sorumluluğu güçlendirmesi sonucu öğrenciler kendi çevrimiçi günlüklerini yayınlatabilirler
- Öğretmenlerin geribildirim/yanıtları daha kolay gerçekleşebilmekte ve uygun olan öğrenciye çabuk ulaşabilmektedir
- Blogların web de yayınlanması öğrencilere yarışma ve karşılaştırma fırsatı verir ve kötü uygulamaların farkında olmalarını sağlar
- Öğrenciler düşüncelerini, fikirlerini diğer bireylerle paylaşarak çevrimiçi etkileşim gerçekleştirir
- Blogların etkileşimli özellikleri sayesinde teknik beceri gerekmeden blog yazarları yorumlarını hızlıca yayınlatabilir
- Blog kayıtları ve yorumları daha sonra gözden geçirilmek üzere arşivlenebilir



**Şekil 12 Öğrenme ve Öğretme Aracı Olarak Blog**

Kaynak: (Göktaş, 2010:19)

Wassel ve Crouch (2008) çok kültürlü eğitimde blogların yararlarını araştırmış ve blog kullanmanın yararlarını; önemli konularla ilgili eleştirel düşünmeye teşviklendirme, kuramsal metinle uygulamaları birleştirme, sınıf topluluğu içinde iletişi arttırma ve gelecekte öğrencilerin öğrenmelerine uyarlanabilecek öğretim teknolojisi kullanmayı sağlama olarak sıralamıştır (Akt. Bodur, 2010:48).

Akçay (2010), bloglarla Türkçe dersinde yapılabilecek etkinlikleri açıkladığı betimsel çalışmasında öğrencilerin bloglar üzerinden hikaye tamamlama alıştırmaları yapabileceklerini, herhangi bir konu hakkında kompozisyon yazabileceklerini ve özellikle okuma ve yazma becerilerinin blog aracılığıyla öğrencilere aktif olarak kazandırabileceğini vurgulamıştır (Akt. Bodur, 2010:50).

## **6. MOTİVASYON KAVRAMI, KURAMLARI VE EĞİTİMDE MOTİVASYON**

### **6.1 MOTİVASYON KAVRAMI VE TANIMI**

İlk olarak 1880’li yıllarda İngiltere ve ABD’deki psikologların yazılarında kullanılmaya başlanan motivasyon terimi (Keskin, 2008:17) Latince “movere” yani “hareket ettirme, hareketlendirme” anlamına gelen sözcükten türemiş olup (Dirim, 2004:4) Türkçe’de güdülenme, isteklendirme, özendirme şeklinde karşılık bulan bir kavramdır (Durak, 1998:5).

Motivasyon kavramı, genel olarak insan organizmasını davranışa yönlendiren, bu davranışın şiddet ve enerji düzeyini belirleyen, davranışlara belirli bir yön veren ve devamını sağlayan çeşitli iç ve dış sebepleri ve bunların işleyiş mekanizmalarını kapsamaktadır (Kaplan, 2007:3).

Araştırmacıların gerek psikolojik gerekse de fizyolojik yorumlarla açıklık getirmeye çalıştığı motivasyon kavramı ile ilgili pek çok değişik tanım bulunmaktadır (Dirim, 2004:4). Bunlar;

Motivasyon psikologlar tarafından, genellikle hedefe yönelik davranışlar dizisini başlatan, yönlendiren, devamını sağlayan ve neticede durduran bir süreç zinciri olarak tanımlanmaktadır (Kaplan, 2007:3).

Motivasyon, birtakım etkilere maruz bırakılan bireyin, bu etkiler karşısında göstereceği davranışlar açısından daha iyimser hareket etmesini sağlayacak olan unsurların tamamıdır (Altay, 2005:5).

Motivasyon, ister içten ister dıştan olsun, insanlarda heves ve devam etme duygusu uyandıran ve insanları harekete geçiren güçlerdir (Özgür, 2006:38).

Kısaca motivasyon, insanı çalışmaya sevk etmek, çalışmak için bireyi harekete geçirmek ve isteklendirmektir (Aygın, 2007:55). Tanımlara bakıldığında motivasyonun temelini oluşturan üç ana faktör olduğu görülmektedir. Bunlar (Alper Ay, 2006:4); insan davranışını tetikleme, davranışı yönlendirme ve davranışı sürdürmedir.

Daha ayrıntılı ifade etmek gerekirse, arzu, istek, amaç, hedef, ihtiyaçlar, dürtü, güdü, eğilim, davranış, çıkar, seçme, tercih, irade, hırs, korku, zlem, idrak, tutum, heves, teşvik, imrenmek, başarı, ihtiras, moral, ilgi, niyet, emel, tutku gibi pek çok kavram motivasyon tanımı içinde yer almaktadır (şahin, 2003:51).

## 6.2 MOTİVASYONUN ÖNEMİ VE ÖZELLİKLERİ

Motivasyon insan davranışlarını etkileyen itici glerdendir. Birey motivasyonu sağlandığında daha fazla çaba harcamaktadır. Bu nedenle motivasyon, bireyi çaba harcamak için harekete geçiren, çabasını devam ettirmesi yönünde destekleyen ve çabasını olumlu yöne yöneltici temel özelliklere sahip olan bir güçtür (Köroğlu, 2011:140). Motivler ile insan davranışları arasındaki ilişki şu şekilde açıklanmaktadır (Dirim, 2004:5);

- Bütün bireylerin temel motivleri ile gereksinmeleri vardır. Bunlar davranış potansiyelini belirlemekte ve yalnız uyarıldıklarında davranışı etkilemektedir.
- Motivlerin uyarılıp uyarılmamaları bireyce algılanan duruma ya da çerçeveye bağlı olmaktadır.

İnsanın doğasında bulunan isteme, isteklerini arttırma ve yenilik arama arzusu bireyin davranışlarına yön vermektedir. Bu davranışları yönlendiren istekler de kolay elde edilebilecek olanlardan ziyade çaba ve katlanma gerektirmektedir. Bu nedenle bireylerin arzuları zaman içerisinde psikolojik hatta fizyolojik ihtiyaçlar haline gelebilmekte ve karşılanamadığında da hayal kırıklığı ve mutsuzluğa neden olmaktadır. Aynı şekilde pek çok olumsuz tutum, davranış, isyan ve çatışmalar da bireylerin tatmin edilmeyen ihtiyaçlarından kaynaklanmaktadır (Taşpınar, 2006:15). Bu bilgiler ışığında motivasyon, insan ihtiyaçlarını gidermeye yönelik ve çeşitli faydalar sağlayan bir süreç olma bakımından oldukça önemlidir.

Bireyler açısından son derece önemli bir yere sahip olan motivasyonun özellikleri ise şu şekilde sıralanmaktadır (Köroğlu, 2011:139);

- Motivasyon, bireyi harekete geçiren ve yön veren psikolojik bir süreçtir.
- İhtiyaçların doyurulması için bireyi harekete geçiren içsel bir güçtür.
- Antropoloji, psikoloji, sosyoloji, ekonomi, yönetim, örgütsel davranış gibi pek çok disiplini ilgilendirmektedir.
- Kişisel ihtiyaçlar, istekler ve dürtülerden kaynaklanmakta ve kişiye bir davranışta bulunma isteği vermektedir.
- Motivasyon kavramının temelini oluşturan ihtiyaç ve istekler, insanın içinde bulunduğu toplumun kültürünün, sosyal yapısının, o insanın duygusal ve ruhsal yapısının etkisi altında şekillenmektedir.
- Kişinin eğitim durumu ve yetenekleri, kişisel çalışma kapasitesinin tam kullanımı ve bu iki etkenin harekete geçirilmesi motivasyonu etkilemektedir.
- Motivasyon bir amaca ya da ödüle yöneliktir.
- Motivasyonda istenilen sonuç istenmeyen bir şeyden kaçıştır (negatif güdülenme).
- Amaçlar davranışı kontrol etmeyip sadece etkilemekte ve bireyi ihtiyacını tatmin için uyarmaktadır.
- Bir ihtiyaç doyurulduğunda diğeri ortaya çıkmaktadır.
- Tatmin edilmiş bir ihtiyaç artık motivasyon aracı değildir.
- Davranışın değişmesine korku, görev ve sevgi gibi duygular neden olmaktadır.
- İnsan davranışı gelişigüzel olup bütün davranışlar motivasyona bağlıdır.
- Motivasyon her zaman bilinçli ve gözlemlenebilen ihtiyaçlara yönelik olmamakta ve kişiyi farkında olmaksızın motive eden şeyler de bulunmaktadır.

- Kişiler her zaman motivasyonlarının nedenlerini anlayamamaktadırlar.
- Bir davranışın pek çok motive edicisi olabilmektedir.
- Motivasyon ile davranış aynı şey değildir.

### **6.3 MOTİVASYON TÜRLERİ**

Bireylerin ihtiyaçlarından doğan motivasyon oluşma biçimi, yönü ve şiddeti bakımından çeşitli şekillerde sınıflandırılmaktadır (Taşpınar, 2006:18). Bunlar iç, fizyolojik, sosyal ve psikolojik motivler olmak üzere dörde ayrılmaktadır.

#### **6.3.1 İç Motivler**

İç motiv, bireyleri doğal nitelik taşıyan gereksinmelere yönelten bilinçsiz davranışlardır (Taşpınar, 2006:18). Fizyolojik temelli ve öğrenilmemiş olan bu motivler, organizmayı hayatta tutmayı sağlamada düzenleyici etkiye sahip olan (Dirim, 2004:8) belli bir ihtiyacı gidermeye yöneltici dürtülerdir. Bütün bireylerde aynı şekilde görülmekte ve kalıtım yoluyla da bireyden bireye aktarılmaktadırlar (Keskin, 2008:21). Yaşam boyu unutulmayan iç motivler soyaçekime ilişkin karmaşık hareket dizileri şeklinde görülmektedirler. Örneğin, tırtılın koza yapması, kuşların göç etmesi v.b. Aynı şekilde ustalık gerektirmeyen acıkma, susama, soluma ve cinsel dürtü v.b iç motivler de bulunmaktadır (Taşpınar, 2006:19).

### 6.3.2 Fizyolojik Motivler

Bireylerin temel motivasyonları olan ve yaşamlarını sürdürmeleri için gerekli olan temel ihtiyaçlardan kaynaklanan motivlerdir (Kaplan, 2007:6). Organik güdüler olarak da bilinen fizyolojik güdüler açlık, susuzluk, oksijen eksikliği, gereksiz maddelerin atılması, uyuma, dinlenme ihtiyaçları ve uyarılma ihtiyaçları gibi ihtiyaçlardır (Keskin, 2008:22).

Fizyolojik ihtiyaçlara dayanan bu motivler, bütün insanlarda var olmasına rağmen şiddeti ve kuvveti kişiden kişiye değişiklik göstermektedir (Taşpınar, 2006:19). Temel güdüler olan fizyolojik güdüler mutlaka tatmin edilmelidir, ertelenemezler ve bireyin yaşamı boyunca varlıklarını devam ettirirler. Bütün canlılarda bulunduğundan evrensel olan bu motivler kalıtım yoluyla kazanılmakta ve diğer motivlerin temelini teşkil ettiklerinden dolayı birincil motivler olmaktadır (Keskin, 2008:22).

### 6.3.3 Sosyal Motivler

Toplumların değerli olarak gördüğü ve bireyin ulaşmak için çaba harcadığı motivlerdir. Bir gruba üye olmak, tanınmak, başkalarına yardım etmek, sevmek, sevilmek, beğenilmek gibi bireyi harekete geçiren sosyal içerikli duygu ve düşünceler sosyal motivlere örnek teşkil etmektedir (Kaplan, 2007:7). Sosyal içerikli olan bu motivler toplumsal yaşam içinde eğitim, öğrenme ve alışkanlıklar sonucu meydana gelen güçlerdir (Dirim, 2004:9).

Toplumun düzenini sağlayan öğeler olan sosyal motivlere ulaştığı sürece bireyler kendini iyi hissetmektedir. Bireylerin kişilik özelliklerine göre farklı zamanlarda, değişik önem ve biçimde oluşan bu motivlerin oluşması doğrudan doğruya toplum koşullarına da bağlı olabilmektedir yani, toplum özelliklerine göre sosyal motivler değişiklik gösterebilmektedir (Taşpınar, 2006:20).



Öğrenilmiş ya da öğrenilmemiş olabilen ve öğrenme yoluyla değişebilen aynı zamanda çevre etkenleriyle elde edilen motivler olan sosyal motivler bireylerin ileriki yaşlarında daha etkin olmaktadır (Keskin, 2008:23).

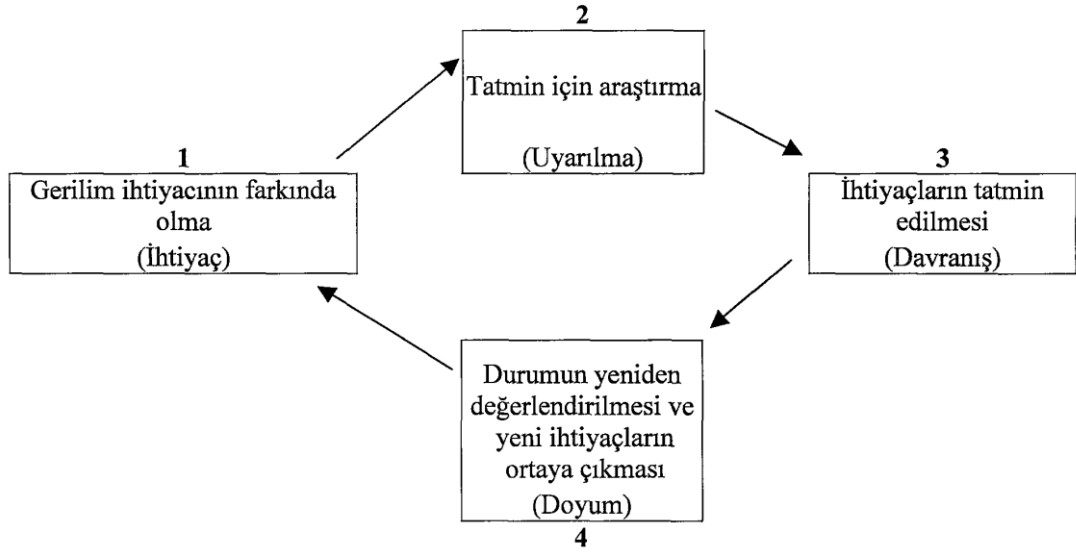
#### **6.3.4 Psikolojik Motivler**

Bireyin doğuştan gelen ya da sonradan edindiği motivlerdir (Taşpınar, 2006:21). Psikolojik motivlerin yapısı, bireylerin kişilik ve davranış modellerini oluşturmaktadır (Kaplan, 2007:7). Bireyin kişisel istek, arzu, korku, özlem ve tutku gibi özelliklerinden kaynaklanan ve karmaşık bir yapıya sahip olan psikolojik motivler, olaylara, ilişkilere ve kişiliklere göre değişkenlik göstermektedir (Dirim, 2004:9). Örneğin, bazı olaylar karşısında soğukkanlı olan bireyler gibi aynı olaylar karşısında kolay etkilenen ve sinirlenen kişiler de olabilmektedir (Taşpınar, 2006:21).

Psikolojik motiv, bazen kendini gösterme isteği, bazen de bağımsız olma isteğidir. Ancak bunları birleştiren iktidar olma arzusudur yani, yükselmek ve başarı kazanmak isteyen bireyler bu ihtiras uğruna çaba sarfetmektedir (Keskin, 2008:23).

#### **6.4 MOTİVASYON SÜRECİ**

Motivasyon süreci, bir güdü etkisiyle harekete geçme ve belirli bir eylemde bulunma (Sözer, 2006:.57) gibi statik olmayan, birbiriyle etkileşimli ve birbirini izleyen aşamalardan oluşan bir süreçtir (Alper Ay, 2006:9). Bireyin farklı şiddetteki ihtiyaç, arzu ve beklentileri ile amaçlarına dayanan bu süreç (Durak, 1998:7) karmaşık olmasına rağmen basit bir model olarak şekildeki gibidir.



### Şekil 13 Motivasyon Süreci

Kaynak: (Dirim, 2004:28)

Şekilde de görüldüğü gibi motivasyon sürecinde dört temel aşama bulunmaktadır. Bunlar (Sözer, 2006:57);

1. **İhtiyaç:** Motivasyon belli şeylere duyulan ihtiyaçla başlamaktadır.
2. **Uyarılma:** Bireyde ihtiyacın giderilmesi için herhangi bir gücün oluşması aşamasıdır.
3. **Davranış:** Bireyin ihtiyacı doğduğunda ve bu ihtiyacı gidermek için uyarıldığında belli bir davranışta bulunma aşamasına gelmektedir.
4. **Doyum:** Bireyin gösterdiği davranış, ihtiyacını giderdiği ölçüde birey doyuma ulaşmaktadır.

Her bireyin sürekli tatmin etmeye çalıştığı ihtiyaçları bulunmaktadır. Motivasyon süreci de bu tatmin edilmemiş ihtiyaçların dürtüsüyle başlamakta ve birey ihtiyacını gidermek için belli davranışlarda bulunmaktadır. Bu davranışın yönü ihtiyacı karşılamaya dönük olmakta ve kişi ihtiyaçları giderilinceye dek tatmin olmamaktadır (Keskin, 2008:20). Birey ihtiyaçların tatmini yoluyla doyuma ulaşamazsa boşluk hissetmekte ve bu boşluk dengesini bozarak bireyde gerilim oluşturmaktadır (Alper Ay, 2006:10).

## **6.5 MOTİVASYON KURAMLARI (TEORİLERİ)**

Motivasyon kuramlarının tarihçesinin 1900'lü yıllarda Taylor tarafından geliştirilen özendirici ücret sisteminin kullanımıyla başladığı kabul edilmektedir. Bu kuramın ardından motivasyon konusunda pek çok değişik kuram ve model daha geliştirilmiştir (Köroğlu, 2011:111). Bu kuram ve modeller, yöneticileri ve çalışanları motive eden etkenleri belirlemek ve motivasyonu arttırmaya yardımcı olmaktadır (Keskin, 2008:24).

Motivasyon kuramları temel olarak kapsam ve süreç kuramları olmak üzere iki ana grupta toplanmaktadır. Kapsam (content) kuramları (klasik kuramlar), kişiyi harekete geçiren ve yönlendiren ya da davranışını yavaşlatan ve durduran bireysel (Gülmez, 2008:26) yani, içsel faktörlere ağırlık verirken (Dirim, 2004:56), süreç (proses) kuramları (modern kuramlar) davranışın nasıl harekete geçirilip yönlendirileceğini ya da yavaşlatılacağını açıklamaya çalışan ve dışsal faktörlere ağırlık veren kuramlardır (Gülmez, 2008:26).

### **6.5.1 Kapsam (İçerik) Kuramları**

Bireyleri çalışmaya teşvik eden faktörleri ortaya koymaya çalışan ve bireyin davranışlarının bir amacı olduğunu, bu amaç için de çaba gösterdiklerini varsayan bu kuramlara, "insan ihtiyaçlarının giderilmesi kuramları" da denilmektedir (Şahin, 2003:80). Kapsam kuramları bireysel ihtiyaçlara odaklanmakta ve bir davranışı başlatan, durduran faktörleri açıklamaya çalışmaktadırlar (Yılmaz, 2006:8). Dolayısıyla motivasyonun başlaması için gerekli olan "ihtiyacın hissedilmesi" ve "ihtiyacın içeriği" ile ilgilenmektedirler (Gülmez, 2008:27).

İçsel faktörlere ağırlık vererek motivasyonu kişinin içinde bulunan ve kişiyi belli bir davranışa yönlendiren faktörlere bağlı olarak açıklayan kapsam kuramlarının (Keskin, 2008:24) en bilinenleri Abraham Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı, Frederick Herzberg'in Çift Faktör Kuramı, David Mc.Clelland'ın Başarma İhtiyacı Kuramı ve Clayton Alderfer'in Erg Kuramı'dır.

#### **6.5.1.1 Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı**

ABD'li psikolog Abraham Maslow'un klinik gözlemlerinden hareketle ortaya attığı (Avşar Yılmaz, 2010:22) en çok bilinen motivasyon kuramlarından olan Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı sağlıklı bir kişiliğin zamanla nasıl geliştiği, büyüdüğü ve motive edilmiş davranışların da kendisini nasıl açığa vurduğunu göstermeye çalışmaktadır (Özgür, 2006:44). Maslow insan davranışlarını yönlendiren en önemli etkenin ihtiyaçlar olduğunu savunarak motivasyon olgusunu açıklamaya çalışmıştır (Korkmaz, 2004:15).

İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı'na göre, bireylerin ihtiyaçları beş kademeli hiyerarşik bir yapıdan oluşmaktadır ve bu kuramda insan ihtiyaçları bir merdivenin basamakları gibi görülmektedir. Bu sebeple, bir ihtiyaç merdivenin ne kadar alt basamağındaysa birey için o kadar acil ve önemli olmaktadır (Şahin, 2003:81).



#### Şekil 14 Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi

Kaynak: (<http://www.infobik.com/2011/03/maslowun-ihtiyaclar-hiyerarşisi-teorisi/>) Erişim Tarihi: 27.01.2013

Maslow insan ihtiyaçlarını en düşük düzeyden en yüksek düzeye şekilde de görüldüğü gibi fizyolojik, güvenlik, ait olma ve sevgi, değer ve kendini gerçekleştirme ihtiyaçları olarak sıralamaktadır.

Maslow'a göre, alt kademelerdeki ihtiyaçlar giderilmedikçe üst kademelerdeki ihtiyaçlar bireyi davranışa yöneltmemekte ve ihtiyaçların bireyi davranışa yöneltmesi de ihtiyaçların giderilme derecesine bağlı olmaktadır. Giderilen ihtiyacın motive etme gücü azalmakta ve daha üst düzeydeki ihtiyaçlar bireyi davranışa zorlamaktadır (Güney, 2011:321).

Bu kurama göre, bireyin yeme, içme gibi fizyolojik ihtiyaçları karşılandıktan sonra güvenlik ihtiyacından söz edilebilir. Bunların giderilmesinden sonra da saygı ve kendini gerçekleştirme ihtiyacının karşılanması söz konusu olabilmektedir. Maslow bir kişinin fizyolojik ihtiyaçlarının %85'ini, güvenlik ihtiyaçlarının %70'ini, sosyal ihtiyaçlarının %50'sini, saygı görme ihtiyaçlarının %40'ını ve kendini gerçekleştirme ihtiyaçlarının %10'unu tatmin edebileceğini ileri sürmektedir (Aygın, 2007:62).

Maslow'un kuramında aşağıdan yukarıya doğru yer alan beş kademeli ihtiyaçlar sırayla açıklanacak olursa;

- 1. Fizyolojik İhtiyaçlar:** Motivasyonun ilk adımı sayılan ihtiyaçları içermektedirler. İnsanın yaşamını sürdürebilmesi için tatmini zorunlu olan ihtiyaçlardır (Alper Ay, 2006:17). Yiyecek, içecek, hava ve barınma gibi ihtiyaçlar bu gruba girmektedir. Bu gruptaki ihtiyaçlar karşılanmadan bir üst grup ihtiyaçlarının doyurulmasına geçilememektedir (Köroğlu, 2011:112).
- 2. Güvenlik İhtiyaçları:** Fizyolojik ihtiyaçların istenen düzeyde giderilmesi durumunda ortaya çıkan (Alper Ay, 2006:18) emniyet, güven, düzen ve değişmezlik gibi ihtiyaçlardır. Bu aşamada birey kendini fiziki, ekonomik, sosyal ve siyasal olarak güvenli bir ortamda hissetmek ister. Örneğin, yaşamını devam ettireceği, geçimini sağlayacağı güvenceli, sigortalı bir iş istemesi, kendine güvenli bir barınak yapması, güvenli bir sosyal ve siyasal çevre oluşturması v.b. ihtiyaçların hepsi güvenlik ihtiyacından kaynaklanmaktadır (Avşar Yılmaz, 2010:26).
- 3. Ait Olma ve Sevgi İhtiyaçları:** Fizyolojik ve güvenlik ihtiyaçları giderildikten sonra ait olma ve sevgi ihtiyaçları ortaya çıkmaktadır (Köroğlu, 2011:114). Duygusal niteliği ön plana çıkan ait olma, sevgi, kendini ifade, şefkat, kabul görme, grup içinde yer alma, dostluk, sevme, sevilme, yardımcı olma, sorumluluk duyma gibi ihtiyaçlardır (Şahin, 2003:86).
- 4. Değer (Saygınlık) İhtiyacı:** Bu basamağa ulaşan birey kendisine saygı ve güven duyarken, başkalarının da beğenisini ve saygısını aramaktadır (Sözer, 2006:63). Saygınlık ihtiyacı iki boyutludur. Bunlar (Köroğlu, 2011:114);
  - İnsanın kendisine duyduğu saygı: Bireyin güçlü olma, başarı elde etme, olgunlaşma, ustalaşma, kendine güven, bağımsızlık ve özgürlük isteğidir.
  - Başkalarının saygısı: Bireyin tanınma, prestij elde etme, statü elde etme, önemli olma ve üstün olma isteğidir.
- 5. Kendini Gerçekleştirme İhtiyacı:** İhtiyaçlar hiyerarşisinin zirvesinde bulunan kendini gerçekleştirme ihtiyacı bireyin kendi potansiyelinin ve

gizli güçlerinin farkına varması ve kendisini sürekli bir gelişime tabi tutmasıyla ilgilidir (Sözer, 2006:63). Bu ihtiyacın tatmininde özerklik ve demokratik düşünce yapısı önemli rol oynamaktadır. Ayrıca dünyayı anlama, içtenlik, sadelik, amaca dönüklük yalnız olma isteği ve açık fikirlilik de önemlidir (Alper Ay, 2006:19).

### 6.5.1.2 Herzberg'in Çift Faktör Kuramı

Herzberg ve arkadaşlarınca 1959 yılında Pittsburg'daki dokuz farklı şirkette 200 muhasebeci ve mühendis üzerinde yapılan çalışma sonucu (Avşar Yılmaz, 2010:30) geliştirilen ve "Çift Faktör Kuramı" ya da "Motivasyon-Hijyen Kuramı" olarak da bilinen (Kaplan, 2007:39) klasik motivasyon kuramlarındandır.

Herzberg motivasyonu belirleyici iki faktörden söz etmektedir. Bunlar (Keskin, 2008:30);

- **Motivasyon Sağlayan Faktörler:** Anlamlı ve zevk verici bir işte çalışma, başarının görülmesi, ilerleme imkanları, başarı duygusundan zevk alma, sorumluluk üstlenme, işte gelişme ve yükselme olanakları bulma gibi faktörlerdir (Keskin, 2008:30). Bu faktörlerin varlığı tatmin olmaya katkı sağlarken yokluğu nötr bir durum yaratarak tatminsizliğe sebep olmamaktadır (Altay, 2005:12). Başka bir deyişle, motive edici faktörler var olmadıklarında doyumsuzluk yaratmayan ancak var olduklarında yüksek düzeyde motivasyona yol açan faktörlerdir (Aygın, 2007:63-64).
- **Hijyen Faktörler:** İşletme politikası ve yönetimi, çalışma koşulları, ücret düzeyi, özel yaşamdaki mutluluk düzeyi, organizasyonda ast-üst arasındaki ilişkiler gibi faktörlerdir (Kaplan, 2007:39). Bu faktörlerin yokluğu tatminsizlik yaratırken varlığı kişilerde nötr bir durum oluşturmakta ve tatmine yol

açmamaktadır (Altay, 2005:12). Başka bir ifadeyle hijyen faktörler, var olmadıklarında doyumsuzluğa neden olan ancak var olduklarında da yüksek düzeyde değil de belli bir düzeyde motivasyona yol açan faktörlerdir (Aygın, 2007:63).

### 6.5.1.3 McClelland'ın Başarma İhtiyacı Kuramı

McClelland tarafından geliştirilen bu kuram diğer kapsam kuramlarından farklılık göstermektedir. Diğer kuramlar ihtiyaçların doğuştan olduğunu varsayarken (Yılmaz, 2006:13) McClelland, ihtiyaçların öğrenme sonucunda bireyler için önem kazanmaya başladığını ileri sürmektedir (Güney, 2011:323).

Başarma ihtiyacı, bireyin başkalarıyla sosyal ilişkilerini arttırma, ilişki kurma, başkalarını etki altında tutmaya yönelik güç kazanma ve kişilerin yetenek ve becerileriyle belli bir başarı elde etmesi gibi ihtiyaçlarını gidermeye dönük davranış göstermesidir (Sözer, 2006:68).

Başarma ihtiyacı kuramına göre, birey üç grup ihtiyacın etkisi altında davranış göstermektedir. Bunlar (Yılmaz, 2006:13);

- **Başarma İhtiyacı:** Zor olan, yüksek bir başarı standardına sahip bir şeyi başarmak, karmaşık bir görevin ustası olmak ve diğer insanları geçme isteği (Sözer, 2006:68) olarak tanımlanmaktadır. Başarı ihtiyacı fazla olanlar, girişimci olma eğiliminde olup, rakiplerinden daha iyi işler yapmayı istemekte ve akla yatkın iş riskleri almaktadırlar (Pekel, 2001:14).
- **İlişki Kurma İsteği:** Diğer kişi ve gruplarla yakın ilişki içinde bulunma, sıcak arkadaşlıklar kurma ve çatışmadan kaçınma isteği olarak tanımlanmaktadır (Korkmaz, 2004:20). İlişki kurma ihtiyacı yüksek olanlar, başarılı birer kaynaştırıcıdırlar ve işleri örgüt içindeki departmanlar arasında entegrasyonu sağlamaktır (Pekel, 2001:14).



- **Güç Kazanma İhtiyacı:** Diğer insanları kontrol etme ya da etkileme, onlardan sorumlu olma ve diğer insanlar üzerinde yetkiye sahip olma isteği olarak tanımlanmaktadır (Sözer, 2006:68). Güç kazanma ihtiyacı kuvvetli olan bir kişi güç ve otorite kaynaklarını genişletme, başkalarını etki altında tutma ve gücünü koruma davranışları göstermektedir (Yılmaz, 2006:13).

#### 6.5.1.4 Alderfer'in Erg Kuramı

Motivasyonu ihtiyaçlara bağlı olarak açıklayan bu kuram (Aygın, 2007:67) Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi sade hale getirilerek (Keskin, 2008:33) Clayton Alderfer tarafından geliştirilmiştir. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisindeki beş ihtiyacı üç ihtiyaç grubu altında toplayarak ERG kuramını geliştiren (Özgür, 2006:57) Alderfer'e göre, önce alt düzeydeki ihtiyaçlar tatmin edilmeli daha sonra üst düzey ihtiyaçlar tatmin edilmelidir (Dirim, 2004:81).

Erg Kuramı, üç kategori ihtiyaç üzerinde durmaktadır. Bu ihtiyaçların baş harflerinin biraraya gelmesiyle kuram ERG adını almıştır. Bu ihtiyaçlar, varolma (existence), aidiyet-ilişki kurma (relatedness) ve gelişme (growth) ihtiyaçlarıdır (Köroğlu, 2011:121);

- **Varolma (Existence) İhtiyacı:** Maslow'un fizyolojik ve güvenlik ihtiyacına karşılık gelmekte ve fiziksel olarak hayatta kalarak nesli devam ettirme ile güvende olmayı içermektedir (Avşar Yılmaz, 2010:32). Yeme, içme, korunma ve güvenlik gibi yaşamın devamı için gerekli olan en alt düzeydeki ihtiyaçlardır (Keskin, 2008:33).
- **Aidiyet-İlişki Kurma (Relatedness) İhtiyacı:** Maslow'un sosyal ve bazı benlik ihtiyaçlarına benzemekte ve insanlar arasındaki ilişkiyi içermektedir (Aygın, 2007:67). Sevgi, saygı, ait olma ve tanınma gibi ihtiyaçlardır (Keskin, 2008:33).

- **Gelişme (Growth) İhtiyacı:** Maslow'un saygınlık-ego ve kendini gerçekleştirme ihtiyaçlarına karşılık gelen (Avşar Yılmaz, 2010:32) bu ihtiyaçlar bireyin kendisini geliştirebilmesi için çevresiyle gireceği etkileşimi içermektedir (Keskin, 2008:33). Gelişme ihtiyacı kendine güven ve öz saygı ile ilgilidir (Köroğlu, 2011:122).

Alderfer'e göre, bireyin alt basamaktaki ihtiyaçlarını doyurması onu üst düzey ihtiyaçlarını doyurmaya yönlendirmektedir. Üst basamaktaki ihtiyaçlar az doyurulduğunda (hayal kırıklığı yaşama) alt düzeydeki ihtiyaçlara daha fazla istek duyulmaktadır (geriye dönüş). Böylece, bir üst düzeydeki ihtiyaç doyuma ulaşmayınca bir alt düzeydeki ihtiyaca geri dönülmekte ve ona daha fazla önem verilip doyuma ulaşması sağlanmaya çalışılmaktadır (Güney, 2011:325).

### 6.5.2 Süreç Kuramları

Süreç kuramları bireylerin hangi amaçlar tarafından ve nasıl motive edildiği üzerine yoğunlaşmaktadır (Avşar Yılmaz, 2010:33). Motivasyonun oluşumunu odak alan süreç kuramlarının yanıt aradığı soru motivasyonun nasıl olduğu, motivasyonun davranışı nasıl şekillendirdiği ve kişisel farklılıkların motivasyondaki önemidir (Taşpınar, 2006:37).

Süreç kuramlarına göre, farklı kişiler farklı görüşlere ve değer yargılarına sahiptir ancak, hepsinde davranışa neden olan motivasyon süreci aynıdır (Gülmez, 2008:38). Belirli bir davranışı gösteren kişinin bu davranışı tekrarlaması ya da tekrarlamaması nasıl sağlanabilir sorusuna odaklanan (Şahin, 2003:103) süreç kuramlarında yer alan teorilere göre, ihtiyaçlar kişiyi davranışa yönelten faktörlerden sadece bir tanesidir (Özgür, 2006:60). Bu içsel faktörlere ilaveten bireyleri motive etmede dışsal faktörlerin de motivasyon üzerindeki rolüne değinen süreç kuramlarının başlıcaları

Vroom'un Beklenti Kuramı, Lawler-Porter'in Beklenti Kuramı, Adams'ın Eşitlik Kuramı, Locke'un Amaç Kuramı ve Skinner'ın Davranış Düzeltim ve Güçlendirme Kuramı'dır.

### 6.5.2.1 Vroom'un Beklenti Kuramı

Kişisel farklılıkların motivasyondaki önemini ele alan kuramların en önemlisi olan (Pekel, 2001:16) ve Victor Vroom tarafından geliştirilen Beklenti Kuramı diğer motivasyon kuramlarının aksine "ihtiyaçların tek başına davranışı başlatmaya yetmeyeceğini, insanların davranışta bulunması için, davranışlarının ihtiyaçlarının tatminine yol açacağı yönünde beklentiye sahip olmaları gerektiğini savunmaktadır (Şahin, 2003:106).

Vroom'a göre, bireylerin yaptıkları iş karşılığında elde etmeyi planladıkları bir performans beklentileri bulunmaktadır. Bu beklenti olumluysa bireyi sonuca ulaşma konusunda motive etmekte değilse daha fazla çalışma gayretinde bulunmasına engel olmaktadır (Aygın, 2007:69). Buna göre, insanlar alternatif davranışlar arasından bu hareketlerin sonuçlarıyla ilgili beklentilerine göre seçim yapmakta ve kişilerin belli bir iş için çaba sarfetmeleri iki faktöre bağlı olmaktadır. Bunlar, valence (kişinin ödülü arzulama derecesi) ve bekleyiştir (Özgür, 2006:67). Bu sebeple, bireyin motivasyon gücü belli bir sonuca ulaşma beklentisiyle, bu sonuca verdiği değerın çarpımına eşit olmaktadır. Formülle gösterilecek olursa (Durak, 1998:89);

$$\text{Motivasyon Gücü} = \text{Valence} \times \text{Bekleyiş}$$

Beklenti Kuramının valence, bekleyiş ve araçsallıktan oluşan üç temel kavramı bulunmaktadır (Kaplan, 2007:44-45).

- **Valence:** Bireyin belli bir gayret sarfederek elde edeceği ödül arzulanma derecesidir (Aygın, 2007:69). Ödül farklı kişilerce farklı şekillerde arzulanmaktadır. Kimileri ödülü son derece arzularken kimileri de değer vermeyebilmektedir (Özgür, 2006:67). Bu nedenle valence, +1 ile -1 arasında değer alabilen bir değişken olarak kabul edilebilmektedir (Kaplan, 2007:45). Eğer birey ödülü arzuluyorsa valence’i pozitif, arzulamıyorsa negatif ve birey ödüle ilgisizse de sıfırdır. Valence ne kadar yüksekse bireyin çabası da o denli yüksek olmaktadır. Kısacası, ödüllerin değeri yüksekse motivasyonda yüksektir (Şahin, 2003:106).
- **Bekleyiş:** Bireyin algıladığı bir olasılığı ifade etmektedir. Bu olasılık belli bir çabanın belli bir ödülle ödüllendirileceği düşüncesiyle ilgilidir (Kaplan, 2007:45). Eğer kişi çaba sarfetmekle belli bir ödül elde edeceğine inanıyorsa daha fazla çaba gösterecektir (Aygın, 2007:69). Kişinin algıladığı bir ihtimal olan bekleyiş, 0 ile +1 arasında değer alır (Durak, 1998:89). Kişi belli bir davranışın belli bir sonuca ulaştıracağına inanıyorsa bekleyiş değeri “+1”, inanmıyorsa “0” olacaktır (Şahin, 2003:107). Eğer kişinin hem valence’i hem de bekleyişi yüksekse motive olmaktadır yani, tüm bilgi ve enerjisini kendi arzusuyla ortaya koymaktadır (Özgür, 2006:68).
- **Araçsallık:** Kişinin arzulan sonuçlara ulaşması halinde söz konusu durumun kendisi açısından sağlayacağı faydaya dair algısı olarak tanımlanmaktadır (Aygın, 2007:69). Kişi belli bir gayretle belli bir düzeyde performans gösterir ve bu performans da belli şekilde ödüllendirilebilir (Kaplan, 2007:45). Bu ödüllendirme birinci kademe sonuç olarak düşünülmektedir. Birinci kademe sonuçlar ikinci kademe sonuç olarak adlandırılabilir amaçları gerçekleştirmede bir araçtır (Özgür, 2006:68). Yani, birinci kademe sonuçlar ikinci kademe

sonuçların ortaya çıkmaları ya da elde edilmelerine neden olmaktadır. Bu sebeple para, terfi, tanınma gibi sonuçlar birinci kademe sonuçlardır ve yalnız başlarına değerleri yoktur. Fakat, bu sonuçlar yiyecek, giyecek, barınma gibi ikinci kademe sonuçların elde edilmesine araç olarak ortam hazırlamaktadır (Durak, 1998:90).

### 6.5.2.2 Lawler-Porter'ın Beklenti Kuramı

Lawler ve Porter Vroom'un kuramını geliştirerek daha güçlendirici katkılarda bulunmuşlardır (Sözer, 2006:74). Kuramın başlıca özelliği, daha önce kuramlarda ele alınan çok sayıdaki değişkeni bir araya getirerek aralarındaki mevcut ilişkiyi ortaya koymasıdır (Köroğlu, 2011:125).

Lawler ve Porter'ın Beklenti Kuramı Vroom'un kuramına ilave olarak kişinin çabası, bilgisi, yeteneği ve algılamalarından kaynaklanan rol değişikliğine bağlı olarak performansı ödüllendirebilmektedir (Güney, 2011:327). Bu kuramda ödülün değeri, algılanan çaba-ödül olasılığı, çaba, yetenekler ve özellikler, rol algıları, iş başarımı, ödüller, algılanan ödüller ve doyum gibi pek çok değişken yer almaktadır. Bunlar;

- **Ödülün Değeri:** Çeşitli sonuçların (amaçların) birey için çekiciliğini göstermektedir (Köroğlu, 2011:125). Eğer birey ödülün değerini yüksek tepit etmişse ya da algılamışsa elde etmek için daha fazla enerji harcayacaktır (Yılmaz, 2006:18).
- **Algılanan Çaba-Ödül Olasılığı:** Bireyin belli ölçüdeki kişisel çabasıyla istediği sonuca ulaşp ulaşmayacağı konusundaki subjektif olasılık yargılarıdır. Değeri 0 ile 1 arasında değişmektedir (Dirim, 2004:100).
- **Çaba:** Bireyin bir iş için harcadığı enerji miktarıdır (Taşpınar, 2006:42). Harcanan enerji bedensel, zihinsel ve ruhsal olmak üzere üç türdür. Eğer birey ödüle yüksek değer veriyorsa ve

çabasının ödülle sonuçlandırılacağına dair beklentisi de fazlaysa işi yaparken harcayacağı enerji de artacaktır (Yılmaz, 2006:19).

- **Yetenekler ve Özellikler:** Bir insanın çevredeki anlık değişimlerden pek etkilenmeyen uzun süreli kişilik özellikleridirler (Koroğlu, 2011:125). Kişi bir işi yapmak için gerekli bilgi ve yeteneğe sahip değilse, istediği kadar çaba sarfetse de işi başarması mümkün olmayacaktır. Örneğin, yeterli muhasebe bilgisi olmayan birisinin bilanço düzenlemede başarılı olamaması gibi (Güney, 2011:327).
- **Rol Algıları:** Lawler ve Porter'ın tanımlamasına göre rol algısı, bireyin işini başarıyla ifade etmede angaje olması gerektiğine inandığı faaliyetler ve davranışların çeşitleri ya da çabanın yönü anlamına gelmektedir (Yılmaz, 2006:19). Bireyler istenilen ya da istedikleri performansı sergileyebilmek için kurum amaçlarına uygun rol anlayışına sahip olmalıdırlar. Aksi halde rol çatışması yaşayacaklarından performansları düşecektir (Güney, 2011:327).
- **İş Başarımı-Performans:** Objektif olarak ölçülebilen, bir çaba sonucu ortaya çıkan ancak çabaya eşit olmayan, aynı zamanda bireyin yetenek ve kabiliyetleriyle ve de kendisinden beklenen iş ile ilgili görüş ve inançlarına bağlı olan şeydir (Taşpınar, 2006:42). Her çaba performans için yeterli değildir. Çaba ile birlikte yetenekler-özellikler ve rol algılamaları da olması halinde performans olgusu doğmaktadır (Yılmaz, 2006:20).
- **Ödüller:** Bireyin istediği sonuçlardır (Koroğlu, 2011:125). Ödüller içsel ve dışsal olmak üzere iki türdür. İçsel ödüller, bireye performansı karşılığında bireyin kendisi tarafından verilmektedir. Dışsal ödüller ise, örgüt tarafından verilmekte ve alt kademe ihtiyaçları karşılamaktadırlar. Ücret, terfi, statü ve iş güvenliği bu tür ödüllerdendir (Alper Ay, 2006:28).

- **Algılanan Ödüller:** Birey, sağladığı katkılar ve ödüllerle başkalarının katkı ve ödülleri oranını karşılaştırmakta ve yaptığı işin kendisine ne kadar ödül kazandırması gerektiği konusunda bir kanaate varmaktadır. Ayrıca diğer bireylerin katkı-ödül oranına göre de kendi ödülünün adil ve eşit olduğuna karar vermektedir. Böylece birey kendisine denkliğine inandığı bir ödül miktarı belirlemektedir (Yılmaz, 2006:20). Eğer birey elde etmesi gerektiğine inandığı ödülün az elde edilmesinde doyumunsuzluk algılamakta aksi halde ise, tatmin algılamaktadır. Ancak elde etmesi gerektiğine inandığından fazla ödül alırsa da suçluluk hissine kapılıp rahatsızlık hissetmektedir (Güney, 2011:327).
- **Doyum-Tatmin:** Elde edilen ödülleri algılanan ödülleri karşılayıp karşılamadığı ya da bu miktarı geçip geçmediğini göstermektedir (Koroğlu, 2011:126). Birey inandığı ödül ile elde ettiği ödülün birbirine uyması halinde tatmin olmakta ve tatmin sağlandığında da motivasyon süreci tekrar işlemeye başlamaktadır (Yılmaz, 2006:20).

### 6.5.2.3 Adams'ın Eşitlik Kuramı

J.Stacy Adams tarafından geliştirilen, girdi ve çıktılar dengesi varsayımı üzerine kurulu olan (Şahin, 2003:111) eşitlik kuramının ana fikri, bireyin iş ilişkilerinde eşit şekilde muamele görme arzusu ve bu arzusunun motivasyonu etkilemesi hususudur (Kaplan, 2007:48).

Bu kurama göre, bireyin iş başarısı ve tatmin olma derecesi çalıştığı ortamla ilgili olarak algıladığı eşitliğe ya da eşitsizliğe bağlı olmaktadır (Özgür, 2006:71). Birey kendi çabasıyla elde ettiği sonucu, aynı iş ortamında başkalarının gösterdiği gayret ve elde ettikleri sonuçlarla karşılaştırmaktadır

(Gülmez, 2008:41). Bu karşılaştırma sonucunda eşitlik ya da eşitsizlik olmakta ve bu durum bireyin motivasyonunu şekilde görüldüğü gibi etkilemektedir.

$$\begin{array}{lcl} \frac{\text{Bireyin Elde Ettiği Sonuç}}{\text{Bireyin Katkısı}} & = & \frac{\text{Diğerlerinin Elde Ettiği Sonuç}}{\text{Diğerlerinin Katkısı}} \\ \frac{\text{Bireyin Elde Ettiği Sonuç}}{\text{Bireyin Katkısı}} & < & \frac{\text{Diğerlerinin Elde Ettiği Sonuç}}{\text{Diğerlerinin Katkısı}} \\ \frac{\text{Bireyin Elde Ettiği Sonuç}}{\text{Bireyin Katkısı}} & > & \frac{\text{Diğerlerinin Elde Ettiği Sonuç}}{\text{Diğerlerinin Katkısı}} \end{array}$$

### Şekil 15 Adams Eşitlik Kuramı

Kaynak: (Aygın, 2007:72)

Birey kendi oranını kendisiyle aynı düzeydekilerle karşılaştırmakta ve karşılaştırma sonucu algıladığı her eşitsiz durum bireyin bu eşitsizliği giderici davranışlar göstermesine neden olmaktadır (Kaplan, 2007:48,49). Bu davranışlar şunlardır (Özgür, 2006:72);

- Sarf edilen çabanın değiştirilmesi (üretimin artırılması ya da azaltılması, daha az etkin çalışma)
- Sonucun değiştirilmesi (daha yüksek ücret ya da ödül talebi)
- Çaba ve sonuç tanımlarının, mantıki tanımlarının değiştirilmesi
- Başkalarını, gösterdikleri çabayı azaltmaya zorlama
- Karşılaştırmanın dayandığı temel faktörleri değiştirme
- İşİ terk etme (istifa, işyeri içinde değişiklik talebi, devamsızlık)

### 6.5.2.4 Locke'ın Amaç Kuramı



Edwin Locke tarafından geliştirilen bu kuramda bireylerin belirledikleri amaçlar onların motivasyon derecelerini de belirlemektedir (Alper Ay, 2006:31). Amaç kuramına göre, belirli amaçlara sahip olmak performansı arttırmakta ve kendileri için yüksek düzeyde amaç belirleyen bireyler daha çok çaba göstermekte ve işlerini daha iyi yapmaktadırlar (Koroğlu, 2011:128).

Locke amaç belirlemenin beş temel aşamada gerçekleştiğini söylemektedir. Birinci aşama, amaç belirlemeye hazır olmanın anlaşılması devresidir. İkinci devrede örgüt, birey ya da teknolojinin amaç belirlemeye uygunluğu anlaşılırsa çalışanlar karşılıklı etkileşim, iletişim, eğitim ve eylem planlarıyla amaç belirlemeye hazır hale getirilmektedir. Üçüncü aşamada yönetici ve astların amaçlarının özelliklerini anlamalarına ağırlık verilmektedir. Dördüncü aşamada belirlenen amaçlarda gerekli düzeltmeleri yapmak için ara gözden geçirmeler yapılmaktadır. Son aşamada ise, belirlenen amaçların değiştirildiği ve başarıldığı kontrol için son gözden geçirme yapılmaktadır (Taşpınar, 2006:51).

Amaçlar, bireylerin kendilerince belirlenebildiği gibi örgüt ya da yönetimce de belirlenebilmektedir. Hem birey hem örgütçe belirlenen amaçlar "belirginlik, güçlülük ve kabul edilebilirlik" özelliklerine sahip olmalıdır. Belirginlik, amaçlanan başarının gözlenebilir ve ölçülebilir olmasını; güçlülük, ulaşılmak istenen başarı düzeyini; kabul edilebilirlik ise, amaçların bireyce benimsenme düzeyini ifade etmektedir. Bu özelliklerle motivasyon arasında doğrusal ilişki bulunmaktadır (Şahin, 2003:114).

Amaçların motivasyonda etkili olabilmesi için bazı özellikler taşıması gerekmektedir. Bunlar (Durak, 1998:98);

- Birey tarafından belirlenen amacın açık seçik oluşu iş başarısını arttırmaktadır.
- Birey tarafından belirlenen amacın kolay başarılacak türden olmaması bireyin daha arzulu ve hırslı çalışmasını gerektirmektedir.
- Bireysel amaçlarla örgütsel amaçların uyum derecesi iş başarısında önemli olmaktadır.

- Örgütsel amaçların belirlenmesine bireylerin de katılması durumu iş başarısını olumlu etkilemektedir.
- Yöneticilerin örgütsel amaçlara ne derece ulaşıldığıyla ilgili çalışanlara bilgi vermesi ve bireysel amaçların başarılması oranında çalışanların ödüllendirilmeleri iş başarılarını arttırmaktadır.

#### **6.5.2.5 Skinner'ın Pekiştirme Kuramı**

Skinner tarafından geliştirilen bu kuram bireylerin elde ettikleri olumlu ya da olumsuz sonuçlara göre bir davranışı yeniden gösterip göstermeyecekleri konusuna açıklık getirmeye çalışmaktadır (Pekel, 2001:20). Pekiştirme kuramına göre, bireyler elde ettikleri olumlu ve olumsuz sonuçlara göre yeniden davranışta bulunup bulunmayacaklarına karar vermektedirler yani, bireyler en fazla ödüllendirilen davranışa yönelmektedir (Avşar Yılmaz, 2010:38).

Bu kuramda ödüller güçlendirici ve pekiştirici konumundadırlar. Zira amaç, ödüllendirilen davranışın sürekliliğini sağlamaktır. Ödüller deneme-görme ve tecrübeyle bulunur. İhtiyaçlar farklı olduğundan kişilerin almak isteyecekleri ödüller de farklı olmaktadır. Aferin ödülü en fazla kullanılan ödüldür ancak sık kullanılırsa değeri kalmamaktadır. Diğer güçlendirici ödüller ise, para, şilt, ücretli izin ve saygınlık sağlayan yükselmelerdir (Alper Ay, 2006:25,26).

Hareketin her yapılışında ödüllerin sürekli dağıtılması öğrenmeyi hızlandırmaktadır. Ancak, birey ödüle alıştığından ödüllendirme yapılmadığını gördüğünde arzulanan davranışı istekli yapmamaktadır. Bu sebeple zaman zaman tekrarlanacak olan ödüllendirmelerle davranışın pekiştirilmesi ve öğrenilmesi daha yavaş ancak daha güdüleyici olmaktadır. Bu kuram ABD'de devamsızlık ve işe geç gelme davranışlarının değiştirilmesinde kullanılmaktadır. Davranışlar cezalandırılmak yerine düzenli devam ve geç

gelmenin az olması hallerinde personel değişik şekillerde ödüllendirilmektedir. Bu ödüller ek yıllık tatil günü olabildiği gibi para ve başka ödüllerde olabilmektedir (Avşar Yılmaz, 2010:38,39).

## 6.6 EĞİTİMDE MOTİVASYON VE ÖNEMİ

Motivasyon, hayatın her döneminde insan mutluluğu için gerekli bir kavram olması sebebiyle öğretimin de vazgeçilmez destekçisi niteliği taşımaktadır. Motivasyonun öğrenci başarısında önemli olduğu pek çok bilimsel çalışmayla kanıtlanmıştır. Motivasyon ne şekilde sağlanırsa sağlansın, motive olmuş olan öğrenci her ortamda daha istekli olmaktadır. Ödevlerini daha istekli yapmakta, derslere daha fazla katılmakta ve daha çok başarılı olmaktadır. Bu sebeple öğrenciler motive edilmelidir zira, edilmezlerse öğrenemeyeceklerdir (Yılmaz ve Özkaynak, 2012:6).

Duyuşsal faktörlerden biri olan motivasyonun öğrenmede, öğrencilerin başarılarında, eleştirel düşüncelerinde ve bilimsel süreç becerilerinin gelişiminde rolü büyüktür. Çünkü motivasyonu yüksek olan öğrenciler, düşük motivasyonlu öğrencilere göre sınıf içi etkinlik ve görevlerde daha fazla çaba ve azim göstermektedir. Motivasyon, hem yeni öğrenilecek hem de önceden öğrenilmiş becerilerin, stratejilerin ve davranışların performansını etkileyebilmekte öğrencilerin sadece nasıl ve neyi öğrendiğini değil öğrenme etkinliklerinin sıklığını ve süresini de etkilemektedir (Yılmaz ve Huyugüzel Çavaş, 2007:431,432).

Eğitimde en etkili motivasyon tekniklerinden birisi geri bildirim verme ve cesaretlendirmedir. Geri bildirim yapılandırıcı ve destekleyici olması nedeniyle öğrencinin öğrenme isteğini arttırmaktadır. Öğrenciye verilen görevlerin gerçek hayatla ilişkilendirilmesi, derslerin monotonluktan çıkarılarak öğrenciye sunulması da öğrencilerin meraklarını canlı tutmada ve motivasyonlarında etkili olmaktadır (Yılmaz ve Özkaynak, 2012:7)

Öğrenmenin etkili ve verimli hale getirilmesi ve akademik performansın artırılması ancak öğrencilerin bilişsel ve motivasyonel becerileriyle kendi kendilerini disipline eden yeteneklere sahip olmalarıyla gerçekleşmektedir. Öğrenciler kendi durumlarına uygun şekilde bilgiyi yapılandırıp, bilgilerini diğer öğrencilerle karşılıklı paylaşarak aktif şekilde öğrenirse öğrenme daha etkili şekilde gerçekleşeceğinden öğrenci öğrenmeye karşı pozitif duygu ve düşünceler geliştirecek böylece de öğrenme öğrenci için daha ilgi çekici bir hal alacaktır (Kutlu, 2012:213).

Eğitimde motivasyon, öğrenen bireyin öğrenme etkinliklerini anlamlı ve değerli bulması ve bunlardan fayda bulmasıdır. Motivasyon eksikliği çoğunlukla ders çalışmadan uzaklaşmaya ve eğitimle ilgili olmayan etkinliklere (arkadaşlarla zaman harcama, telefon görüşmeleri, televizyon izleme v.b.) yönelmeye neden olmaktadır. Öğrencilerin özelliklerinin farkında olmayışları, öğrenim görme nedenlerini bilmeyişleri ve uygun motivasyon kaynaklarının eğitimde kullanılmaması öğrencilerin başarılarını olumsuz etkilemektedir (Akbaba, 2006: 348,360).

Yapılan araştırmalarda, öğrenci motivasyonu ile öğrenci başarıları arasında olumlu ve kuvvetli bir ilişki olduğu ortaya çıkmaktadır. Öğrenciler sınıfa belli beklenti ve belli bir motivasyon düzeyi ile girmektedir. Ancak öğrenciler hangi düzeyde motivasyonla sınıfa girerlerse girsinler sonuçta sınıf ortamında bu düzey daha da yükselebilmektedir. Öğrencilerin motivasyonlarını yükseltmek ve varolan motivasyonlarını korumak öğretmenlerin sınıf yönetimi becerileriyle doğrudan ilişkilidir (Ceylan, 2003:3). Öğrencilerde motivasyon sağlayan faktörler ise şunlardır (Altay, 2005:22,23);

- **Öğrencilerin özsaygı seviyesini destekleme:** Araştırmalar insanların kendi yeteneklerini algılamaları ölçüsünde öğrendiklerini ve motive olduklarını ortaya koymaktadır bu sebeple, öğrencilere öğrenme yeteneklerine güvenmelerini sağlayıcı sınıf ortamı sağlanmalıdır.
- **Davranışları ödüllendirme:** Ödüllendirilen davranışların tekrarlanma ve pekiştirilme ihtimalleri yüksektir.

- **Öğrencilerin düşünmesini sağlama:** Derslerde ezber yerine öğrencilerin düşünmesine, eleştirmesine, karar almasına ve problemleri incelemesine olanak sağlayıcı türde sorular sorulmalıdır.
- **Öğretim araç-gereçlerini kullanma:** Derse uygun öğretim araç-gereçleri (göze ve kulağa hitap eden araçlar, filmler, kitaplar, broşürler, projeksiyon, bilgisayar v.b.) kullanılmalıdır.
- **Öğrencilerle etkili iletişim kurma:** Yönerge ve açıklamalar anlaşılır olmalı, öğrenciler yanlış anladığında farklı kelime ve fikirlerle oluşabilecek tepkilerin farkına varılarak gerekli düzeltmeler yapılmalıdır. Öğrencilerin yorumları takdir edilmeli, nazik ve tarafsız olunmalı, birebir diyalogla onlarla ilgilenilmelidir.

## 6.7 WEBLOG KULLANIMI İLE MOTİVASYONUN İLİŞKİSİ

İlköğretim programlarındaki derslerin öğrencilere sunulmasında, teknolojiye yararlanmak büyük önem taşımaktadır. Çünkü, öğrenilenlerin %83'ü görme, %11'i işitme, %3.5'i koklama, %1.5'i dokunma ve %1'i de tatma ile öğrenilmektedir. Bu sebeple bir öğrenme etkinliği ne kadar çok duyuya yönelik gerçekleştirilirse öğrenme o denli kalıcı ve etkili, unutmaya ise o kadar geç olmaktadır. Blog kullanımı ve dolayısıyla eğitimde teknolojik araçların kullanılması, öğrenmeden zevk alamayan, devamsız, motivasyonu düşük olan ya da derse ilgisi az olan aynı şekilde heyecanlı ve utangaç öğrencilerin de motivasyonlarını yükseltmektedir. Bloglarda yazılan yazıların kolayca değiştirilebilmesi, başarılı yazı üretiminde, gramerin temellerini öğrenmede, öğrencilerin motivasyonlarını arttırmada ve yeni beceriler kazanmalarını sağlamada etkili olmaktadır. Öğrencilerin zengin bilgi kaynaklarına da direkt ulaşmalarını sağlayan bu araçlar, öğrencilerin küçük

gruplar halinde de etkili bir şekilde çalışmalarına olanak sağladığından oldukça yararlı eğitimsel araçlar olarak görülmektedirler (Yürütücü Öztöpcü, 2003:3,4)

Sanal öğrenme ortamlarından olan bloglar sahip olduğu özellikler nedeniyle diğer web ortamları gibi öğrencilerin uzak akranlarıyla ortak projeler hazırlamalarına, uzaktaki eğitimcilerin konferans özelliğiyle derste sunum yapmalarına, öğretmenlerin teşvikiyle sınıf dışı tartışmaların yapılmasına, ders izlencesi ve ders materyallerinin yayınlanmasına, ödev ve projelerin duyurulmasına ve teslimine, örnek öğrenci çalışmalarının yayınlanmasına v.b. pek çok eğitim-öğretim etkinliğine olanak sağlamaktadır (Esgin vd, 2011:2).

Blogların eğitimde kullanımı sonucu öğrenme sürecine çeşitli etkileri olmaktadır. Bu etkileri sıralamak ve açıklamak gerekirse (<http://egitimuhendisleri.blogcu.com/okullarda-blog/4437963>) Erişim tarihi: 28.01.2013.;

- **Öğrencilerin Aktif Olması:** Bloglar, öğretmen merkezli eğitimin ortadan kalkmasıyla yapısalcı ve özgür eğitime geçişi sağlamaktadır. Bununla birlikte öğrenciler, neyi ne kadar öğrenmek istediklerine karar verebilmekte, bilgi taraması yaparak bunları paylaşabilmekte, dönütler alarak başkalarının çalışmalarına yorumlar yapabilmekte, öğrenme-öğretme sürecinde aktif olarak düşünce inşası, kabullenme ve öz düzenleme gibi özellikler kazanıp bu özelliklerini geliştirebilmektedirler.
- **Daha Fazla Öğrenen Özelliğine Hitap Etmesi:** Bazı öğrenciler her konudaki düşüncelerini rahatça paylaşırken bazıları konuşmaktan utanabilmektedir. Ancak, bloglar öğrenme sürecinin utanma duygusu gölgesinde kalmasına engel olmaktadır.
- **Yeterli Zaman:** Derslerde öğrencilerin soru sorması ve öğrenmek istediği şey hakkında düşünmeye zamanı olmazken

bloglar öğrencileri soru sorma konusunda cesaretlendirmekte ve yaratıcılıklarına katkı sağlamaktadır.

- **Tartışma-Geribildirim Sağlayabilme:** Blogların kullanımının ve güncellenmesinin kolay oluşu sebebiyle blog yöneticisi ya da kullanıcılar bir konu hakkında tartışabilmekte ve geri bildirim sağlayabilmektedir. Özellikle sözel derslerde blog bir tartışma ve geri bildirim aracı olarak kullanılabilir.
- **Etkili Grup Çalışmaları:** Bloglar öğrenciye sağladığı topluluk ortamı ve belli konular etrafında kümelenme özellikleri sayesinde başarılı grup çalışmalarına fırsat vermektedir.
- **Değerlendirme Kolaylığı:** Eğitim blogları eğitimcinin tüm öğrencileri tek başına değerlendirme zorluğunu hafifleterek öğrencilerin de birbirlerini değerlendirmesini sağlamak ve daha objektif değerlendirme yapılmasını mümkün kılmaktadır.
- **Kullanıcı Grubunu Sınırlandırabilme:** Bloglar öğretmenin çalışma ve amaçlarına en uygun ortamı seçmesine olanak tanımakta yani, öğretmen dersi belli bir grupta işleyip diğer kişileri şifreleme yoluyla engelleyebilmektedir. Böylelikle öğrenciler üye diğerleri ziyaretçi ya da isteyen herkes blog üyesi olabilmektedir.
- **Sınıfı Duvarlar Arasından Çıkarma:** Bloglar, öğretim sürecini zaman ve mekan sınırlarından kurtarmakta ve internetin olduğu her yerde öğrenmenin devam etmesini sağlamaktadır.
- **Daha Fazla Katılım:** Sınıf ortamında çeşitli nedenlerle derse katılmayan ve aktif olamayan öğrenciler blog aracılığıyla düşüncelerini daha kolay organize edebilmekte ve yansıtabilmektedir.
- **Kitlelere Ulaşım:** Öğrenciler sadece kendi sınıf bloglarıyla değil varsa benzer okulların blogları ile de etkileşime girerek akranlarıyla bir konu hakkında bilgi alışverişinde bulunabilmektedir. Böylelikle diğer öğrencilerin benzer içerikler

hakkındaki öğrenme yaşantıları hakkında bilgi sahibi olabilmektedir.

- **Öğrenmeyi Destekleyici Özellikler:** Bloglar öğrenmenin anlamlı ve kalıcı olması için gerekli olan aynı anda birden fazla duyuya hitap etmesi koşulunun gerçekleşmesini sağlayıcı grafik, ses ve video boyutlarına sahip olması bakımından daha iyi öğrenmeyi sağlamaktadır.
- **Çalışma Kolaylığı:** Blogların yapıları gereği çeşitli şekillerde kategorilendirilmesi, aranılan bilgiye ulaşımın kolay ve kullanımı ile üzerinde çalışılmasının teknik bilgi gerektirmeyecek şekilde olması zaman kaybını önlemektedir.
- **Öğrenmenin İçselleştirilmesi:** Öğrencilerin bir konu hakkında blog oluşturmaları öğrenme sorumluluğunu üzerlerine almalarını sağlamakta bu da öğrencinin öğrenme sürecini benimsemesine, daha çekici bulmasını sağlamakta ve anlamlı öğrenmeyi desteklemektedir.

Öğrenciler, daha fazla çaba gerektiren ve bilgiyi daha derinden işlemelerini sağlayan stratejileri kullanarak iç motivasyon yoluyla keşfetmenin heyecanını, merak duygusunun tatminini ve başarıya duygusunu yaşamaktadır. Aynı şekilde ödevlerini ilginç, eğlenceli ve değerli bulduğu için yapmakta, kendi problemlerine kendisi çözüm bulabilmekte, kendi bilgi birikimlerini oluşturabilmekte ve bu bilgileri günlük hayatına aktarabilmektedirler (Arıkıl ve Yorgancı, 2012:272).

Blog kullanımı da diğer sanal ortamlardaki eğitim türleri gibi eğlenceli, katılımı arttıran, görsel öğreleri içeren, işbirlikli öğrenmeye olanak tanıyan sonucunda da öğrencilerin yetenekleriyle kendilerine güvenlerini arttırarak motivasyonlarını olumlu etkileyen web 2.0 araçlarındandır.



## **6.8 WEBLOG KULLANIMI İLE MOTİVASYONUN İLİŞKİSİNE YÖNELİK ARAŞTIRMALAR**

Son yıllarda bilgisayarların ve internetin eğitim amaçlı da kullanılması sonucu web destekli ve bilgisayar destekli öğretim kavramı ortaya çıkmış, bilgisayarların dolayısıyla da web 2.0 teknolojilerinin, öğrenme sürecinde aktif şekilde birer eğitim-öğretim araçları olarak kullanılması yaygınlık kazanmıştır.

Teknolojinin, her alanda olduğu gibi eğitim alanında da kullanılması faydaları ve zararlarının öğrenilmesinin gereğini doğurmuş ve pek çok araştırmaya değişik açılardan konu edilmesine neden olmuştur. Blog da internet teknolojisinin gelişmesi sonucu ortaya çıkmış bir sosyal medya aracı olarak diğer alanlarda olduğu gibi eğitim alanında sağladığı olumlu ve olumsuz etkiler açısından yapılan araştırmalarla incelenmeye çalışılmış bir web 2.0 teknolojisidir.

Motivasyon ve öğrenme üzerine yapılan araştırmalar göstermektedir ki, öz yetenek algısı, çaba, içsel amaç yönelimi, görevin değeri, öz yeterlik, test kaygısı, öğrenme ortamı, bireylerin öğrenme amaçları, öğrenme stratejileri ve görev yönelimi gibi faktörler öğrenme motivasyonunu etkilemektedir (Akt., Yılmaz ve Huyugüzel Çavaş, 2007:432). Yeni öğrenme ortamlarından olan blog kullanımı da öğrencilerin motivasyonları üzerinde olumlu etkiler doğurmaktadır.

Şahin ve Yıldırım (1999) bilgisayar destekli öğretimi, öğretim sürecini ve öğrenci motivasyonunu güçlendiren, öğrencinin öğrenme hızına göre ayarlanabileceği ve kendi kendine öğrenmenin gerçekleşeceği yöntem olarak nitelirmektedir (Akt., Köse vd., 2011:75) Blog da aynı şekilde öğrencinin kendi kendine öğrenmesine yardımcı ve dolaylı olarak da motivasyon üzerinde etkili bir öğretim aracı olarak eğitimde etkin şekilde kullanılabilir.

Sankaran ve Bui (2001) yaptıkları araştırmada, web tabanlı ve yüz yüze ortamlarda yeni öğretim teknikleri kullanıldığında yüksek motivasyonu olan öğrencilerin hem bu web tabanlı ortamlardaki faaliyetlerindeki hem de

sınıf ortamındaki performanslarının arttığını bulmuştur (Akt., Horzum ve Çakır Balta, 2008:141).

Baki ve Öztekin (2001) de bilgisayar destekli öğretimi, öğrencinin karşılıklı etkileşimler sayesinde aktif olmasını, kendi öğrenmesinden sorumlu olmasını, ses ve animasyonlarla derse karşı motivasyonun artırılmasını ve bireysel hızına göre ilerlemesini sağlayan öğretim yöntemi olarak adlandırmaktadır (Akt., Köse vd., 2011:75). Blog kullanımının da eğitimde sağladığı faydalar açısından bakılacak olursa, öğrenciye karşılıklı etkileşim imkanı tanıdığı, blog sayfalarında yer alan animasyon, ses ve görsellerin de öğrencilerin derse karşı motivasyonlarının artırılmasında etkili olduğu görülmektedir.

Akkoyunlu ve Kurbanoglu (2003) araştırmalarında, blog kullanan ve bloglarla ilgili olumlu deneyimler edinen öğrencilerin blog hakkında olumlu kanaatleri olduğunu ve olumlu tutumları olan kişilerin de motivasyonlarının daha yüksek olduğunu ortaya çıkarmaktadır (Akt., Demirel, 2010:69).

Downes (2004) da çalışmasıyla blog aracılığıyla öğrencilerin öğrenme sürecinin aktif katılımcıları haline geldiğini, blogların aynı zamanda öğrencilerin düşünme, yazma, ve kendilerini ifade etme becerilerini geliştirdiğini saptayarak blog kullanımının öğrencilerin bağımsız öğrenme seviyelerini arttırdığını saptamıştır. Aynı şekilde çalışmasında öğretimsel bir araç olarak blog kullanımının, öğrenenlerin anlamlı öğrenmelerine yardımcı ve neden olarak motivasyonlarını olumlu yönde etkilediğini vurgulamaktadır (Akt., Demirel, 2010:67).

Deaney ve arkadaşları (2006) araştırmalarında etkinlik içerikli öğretim stratejilerinin öğrenci motivasyonunu arttırdığını göstermek için bilgi ve iletişim teknolojilerini öğretim sürecinde kullanarak öğrencilerin motivasyonlarındaki artışı gözlemlemişlerdir. Deaney ve arkadaşları aynı yıl gerçekleştirdikleri diğer bir çalışmalarının sonucunda da ilköğretim öğrencilerinin yaşları gereği eğlenceli etkinliklerle daha çok motive olduklarını ve öğrencilerin bilgisayar kullanmaktan zevk almalarının doğal bir motivasyon olduğunu ortaya çıkarmışlardır (Akt., Arıkil ve Yorgancı, 2012:281).

Masek ve Hingston (2007) araştırmalarında blog kullanımının öğrencilerin motivasyonlarına ve algılarına etkisini inceleyerek, internet aracılığıyla her yerden ulaşılabilen blogların kullanımının esnek olmasının öğrencilerin motivasyonlarını yükselttiğini tespit etmiştir (Akt.,Avcı, 2009:22).

Proko, Tuncer ve Chuda (2007) yaptıkları araştırmanın sonucunda gelişmiş materyal kullanımının geleneksel anlatım yöntemlerine göre öğrencileri daha iyi motive ettiklerini ortaya çıkarmıştır (Akt., Arıkıl ve Yorgancı, 2012:273).

Coutinho (2007) işbirlikli öğrenmenin gerçekleştirildiği ve karşılıklı etkileşimlerin önemli olduğu blogla ilgili çalışmasında blogların öğrenme niteliğini arttıran, eğitsel ve iletişimsel amaçları olan etkileşimli bir teknoloji olduğunu, öğrencilerin konuları daha iyi anlamalarını sağladığını, öğrenme esnasında motivasyonlarını arttırdığını ve gelecek yaşantıları için önemli olduğunu göstermiş ve öğrencilerin araştırma sayesinde grupta çalışmayı öğrendiğini ifade etmiştir (Akt. Bodur, 2010: 53).

Hazne M. ve Berger R. (2007) alışmalarında işbirlikli öğrenme yöntemleriyle geleneksel öğrenme yöntemlerini deneysel olarak karşılaştırmışlar ve işbirlikli öğrenmenin temel beceri ihtiyaçlarına, motivasyona ve öğrenme sürecine kuvvetli bir katkısı olduğunu görmüşlerdir (Akt., Arıkıl ve Yorgancı, 2012:281).

Demirel vd. (2008) alışmalarında öğretmen adaylarının web tabanlı bir derste blog kullanımıyla ilgili görüşlerini ve deneyimlerini incelemiştir. Sonucunda da blogların, bilgi paylaşımında yararlı olduğunu, kendi aralarındaki ve öğretici ile aralarındaki etkileşimi arttırdığını, geri bildirim almada kullanılabilecek kolay bir araç olduğunu ve motivasyonlarını arttırdığını ortaya çıkartmışlardır (Akt., Bodur, 2010:49).

Yang (2009) araştırmasında blogların İngilizce yabancı dilini öğrenmede öğretmen adayları ve öğrenciler tarafından kullanımını incelemiş ve blogların öğrenme sürecinde eleştirel yansımayı ve profesyonel gelişimi desteklediğini ortaya koymuştur. Ayrıca öğretmen adaylarının ve öğrencilerin blogu birbirleriyle iletişim ve etkileşim içinde bulunabildikleri yararlı bir teknolojik platform olarak gördüğünü yanı sıra blogların okumaya teşvik edici

ve öğrenmeye motive edici olumlu etkileri olduğunu vurgulamıştır (Akt., Avcı, 2009:20).

Papi ve Abdollahzadeh (2011) çalışmalarında öğretmenlerin kullandıkları motivasyonel stratejilerle öğrencilerin motivasyonları arasında ilişkiyi incelemiş ve sonucunda öğretmenlerin öğrencileri motive etmede kullandıkları sınıf içi ya da dışı etkinliklerin öğrencilerin motivasyon davranışlarını önemli ölçüde etkilediğini saptamıştır (Akt., Arıkıl ve Yorgancı, 2012:273).

Yapılan çalışmalarda da görüldüğü gibi blogların eğitimde kullanımının faydaları sadece tek yönlü olmamakla birlikte öğrencinin hem bireysel gelişimine katkı sağladıkları hem de eğitim faaliyetlerine artılar kazandırdıkları görülmektedir.

Söz konusu bu araştırma da, blogların eğitimde kullanımına yönelik çalışmaların sınırlı sayıda olması sebebiyle, ilköğretim düzeyindeki öğrencilerin eğitimde ders aracı olarak blog kullanımının motivasyonları üzerindeki etkisi anket yoluyla ölçülmeye çalışılarak, literatüre katkı sağlanılabileceği düşünülmüştür.

## **7. ARAŞTIRMANIN YÖNTEM VE BULGULARI**

Araştırmanın bu bölümünde araştırmanın problemi, amacı, önemi, kapsamı, sınırlılıkları ve hipotezleri yer almaktadır. Bununla birlikte araştırmada kullanılan yöntemden, araştırmanın evren ve örneklemeden bahsedilmekte ve uygulanan anket aracılığıyla elde edilen verilerin analizi yapılarak sonuç ve öneriler başlığı altında bu bulgulardan detaylı şekilde söz edilmektedir.

### **7.1 ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ**

Günümüzde her geçen gün öğrenciler öğrenme sürecinde aktif şekilde yer almakta ve değişik düşünme becerilerini kullanarak öğrendikleri bilgiyi içselleştirmekte ve sorgulamaktadır.

Yeni eğitim araçlarından bloglar ile öğrencilerin araştırma keşfetme, eleştirel düşünme, düşüncelerini ve bilgilerini paylaşarak kendilerini ifade etme becerileri kazanmaları sağlanabilmektedir. Ayrıca bloglar, öğrencilerin zamanla gösterdikleri gelişim sürecini de kapsayan bir kişisel gelişim dosyası olarak da kullanılabilir. Blog yardımıyla öğrenciler, aralarında etkileşim kurabilmekte ve işbirliğiyle öğrenmelerini yapılandırabilmektedirler. Öğrencilerin aktif iletişim imkanı da bulunduğu bloglar da ders notları tutulabilmekte ve ödev duyuruları yapılabilinip ödevler için geri bildirim alınabilmektedir. Aynı zamanda danışmanlık ve rehberlik hizmetleri amaçlarıyla da kullanıldıklarında öğrenciler blog sayesinde her zaman her yerden erişebildikleri bir sanal sınıf imkanına sahip olabilmektedir (Bodur, 2010:4).

Blogların eğitimde kullanılması sonucu öğrenme ve öğretme ortamlarının zenginleştirilmesi ve kalitesinin artırılması sağlanabileceği ve gerekli bilgi beceriler öğrencilere kazandırılabilmesi için eğitimde blog kullanımı etkileri açısından büyük önem arz etmektedir.

Blog kullanımıyla ilgili alan yazında iş ve politik çevrede kullanımıyla ilgili araştırmalar bulunmasına rağmen eğitim alanında yapılan araştırmaların çok sayıda olmadığı görülmektedir. Bu bağlamda bu araştırmada, yeni eğitim araçlarından blogların ders aracı olarak kullanımının eğitime katkıları ve öğrencilerin motivasyonlarına etkisi incelenerek literatüre katkı sağlanacağı düşünülmektedir. Bu sebeple araştırmanın problem cümlesi “*zel eğitim-ğretim kurumlarında ders aracı olarak blog kullanımının öğrencinin motivasyonuna etkisi nedir?*” şeklinde belirlenmiştir.

## **7.2 ARAşTIRMANIN AMACI**

Eğitimde ğrenmeye yardımcı olmak için teknolojiden ve internetten yararlanmanın gerekliliği gitgide daha fazla araştırmanın konusu olmakta ve yapılan araştırmaların sonuçları teknoloji destekli özgün ve esnek öğrenme ortamlarının öğrencilerin lehine işbirliğine dayalı ve etkin olmasını sağladığı görülmektedir. Eğitim ve ğretim alanında da etkili şekilde kullanılabilmeleri nedeniyle de blogların öğrenme, öğretme süreçlerine ve eğitime katkılarını açıklamayı hedefleyen araştırmalar mevcuttur. Bu araştırmalar incelendiğinde de, blogların öğrencilerin kendilerini rahat hissettikleri, birbirleriyle iletişim ve etkileşim içinde olabildikleri ortamlar olarak görüldüğü anlaşılmaktadır.

Blog kullanımıyla ilgili eğitim alanında araştırma yapılmasına karşın özel ğretim kurumlarında eğitim gören ilköğretim ğrencilerinin motivasyonlarına etkisi konusunda yapılmış olan bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu araştırmanın temel amacı, özel eğitim-ğretim kurumlarında ders aracı olarak blog kullanımının öğrencilerin motivasyonuna etkisinin belirlenmesidir.

## **7.3 ARAşTIRMANIN ÖNEMİ**

Blog kavramı, eğitimde kullanım geçmişi bakımından yeni bir kavram olarak görülmesine rağmen eğitime sağladığı katkılar ve öğrencilere tanıdığı imkanlar bakımından etkili öğretimin gerçekleştirilmesinde önem arz etmektedir. Kullanım kolaylığı sayesinde her tür blog aracılığıyla öğrenciler ya da öğretmenler kendilerini etkin şekilde ifade edebilmektedirler.

Öğrenme ortamlarında kullanıldığında öğrenme motivasyonunun artmasına, sosyal etkileşime, işbirliğine dayalı aktif öğrenmeye ve eleştirel düşünmeye katkı sağlayan bloglar genellikle öğrenenler için tartışma ortamları, ders materyallerini paylaşma platformu, öğrenmelerin kaydedildiği bir yazma aracı, portfolyo ve grup çalışması aracı olarak işlev görmektedir (Demirel, 2010:2).

Blog kullanımının daha ziyade pazarlama, halkla ilişkiler, reklam vb. alanlarda kullanımı mevcut araştırmalarda ele alınmıştır. Ancak, literatürde eğitimde kullanımıyla ilgili çalışmaların az sayıda olması bu çalışmanın yapılmasının gereklerinden olup, ülkemizde eğitim alanında yeterince akademik çalışmaya konu edilmeyen blog kavramı ve eğitime etkilerine değinilmesi bakımından bu araştırma konusu itibariyle özgündür.

Bu bağlamda bu çalışma, web destekli öğrenme sürecinde öğrencilere öğretim ve sosyal etkileşim bakımlarından zengin bir öğrenme ortamı sağlayan bloglar aracılığıyla, bilgi ve iletişim teknolojilerinin öğrencilik hayatına nasıl adapte edilebileceği açısından öğrenci, öğretmen ve eğitim-öğretim kurumları yöneticilerinde farkındalık oluşturabilmesi nedeniyle örnek teşkil edeceğinden önemlidir. Ayrıca araştırmadan elde edilen bulgular, öğrencilerin eğitimine teknolojinin entegrasyonu ile ilgili olarak diğer bilimsel çalışmalara da katkı sağlayabilecek ve öğretmenler ile öğretim kurumlarının yöneticilerine ilham verecek niteliktedir.

#### **7.4 ARAŞTIRMANIN KAPSAMI**

Araştırmanın kapsamını İstanbul ilinde eğitim-öğretim hizmeti veren, blogları yayın ve ders aracı olarak kullanan Milli Eğitim Bakanlığına bağlı özel

eğitim-öğretim kurumları oluşturmaktadır. İstanbul ilinde Kadıköy, Bağlarbaşı, Göztepe, Kartal, Balmumcu, Florya, Sultangazi ve Tarabya ilçelerinde eğitim veren bu niteliklere sahip sekiz adet özel eğitim-öğretim kurumunun bulunduğu tespit edilmiş ve bu kurumlara valilik izni yoluyla ulaşılmıştır. Ancak bu özelliklere sahip özel eğitim-öğretim kurumlarından sadece birinden olumlu yanıt alınabildiğinden yalnızca bu kurumda eğitim gören öğrenciler üzerinde anket uygulaması gerçekleştirilebilmiştir. Araştırma söz konusu özel eğitim-öğretim kurumunda eğitim gören ilköğretim ikinci kademe öğrencilerini yani 5. 6. 7. ve 8. sınıf öğrencilerini kapsamaktadır.

## **7.5 ARAşTIRMANIN SINIRLILIKLARI**

- Bu araştırmada elde edilen veriler, örnekleme alınan İstanbul ili Florya ilçesine bağlı bir özel eğitim-öğretim kurumunda öğrenim gören ilköğretim ikinci kademe 5.6.7. ve 8. sınıf öğrencisi 195 öğrencinin cevaplarıyla sınırlıdır.
- Araştırma sadece blog kullanan özel bir eğitim-öğretim kurumu ile sınırlıdır.
- Bu araştırma, verilerin toplanma süresi olarak 2012-2013 Eğitim-Öğretim yılı güz dönemi ile sınırlıdır.
- Araştırma veri toplama araçlarından Brayfield & Rothe (1951) İş Doyumu Ölçeğinden yararlanılıp uyarlanarak hazırlanan Blog Kullanımına İlişkin Motivasyon Ölçeği ve 12 maddelik demografik bilgi formu ile sınırlıdır.
- Araştırma yapılan istatistiksel çözümlene yöntemleri ile sınırlıdır.

## **7.6 ARAşTIRMANIN TANIMLARI**



**Sosyal Medya (Web 2.0):** Web 2.0 teknolojisi üzerine kurulu olan, etkileşimi ve içerik paylaşımını sağlayan online uygulamalar ya da platformların tümüne sosyal medya denir (Yiğit, 2011:4). En bilinen sosyal medya araçları bloglar, mikroblogger, wikiler, podcasting, Rss, sanal dünyalar, sosyal paylaşım, sosyal imleme, sosyal haber ve medya paylaşım siteleridir.

**Blog (Weblog, Ağ Günlüğü):** Karmaşık ve ileri düzey web bilgisine sahip olmaksızın oluşturulabilen, metin ve grafiklerle desteklenebilen, kullanıcıların yazıları hakkında yorumlar alabildiği ve geçmiş mesajların kronolojik olarak arşivlendiği çevrimiçi kişisel not defterleridir (Şenel ve Seferoğlu, 2009:143).

**Web Destekli Öğrenme:** Öğrencilerin düzenli olarak sınıf içi derslere katıldığı fakat tartışmaların, takım çalışmalarının ve değişik sınıf etkinliklerinin gerçekleştirilmesi konusunda web'in kullanıldığı öğrenme biçimidir (Çuhadar, 2008:41).

**Motivasyon:** İnsanları istenilen nitelikte ve nicelikte görevini yapması için etkileme işlemine denir (Güney, 2011:315).

## 7.7 ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

Araştırma kapsamında test edilmesi düşünülen hipotezler aşağıdaki gibidir.

### Ana Hipotez

Özel eğitim-öğretim kurumlarında ders aracı olarak blog kullanımının öğrencinin motivasyonuna etkisi var mıdır?

### Alt Hipotezler

**H<sub>1</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**H<sub>2</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**H<sub>3</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları sınıf değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**H<sub>4</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları kendi bilgisayarının olup olmaması değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**H<sub>5</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları internet bağlantısı değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**H<sub>6</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları internet kullanma sıklığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**H<sub>7</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları derslerinde blog kullanıp kullanmadığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**H<sub>8</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları blog kullandığı dersler değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**H<sub>9</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları daha önce hiç bir blogta yorum yapıp yapmadığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**H<sub>10</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları blogların ders aracı olarak kullanılması konusundaki görüşü değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**H<sub>11</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları blogların sosyal bilimler derslerinin verimliliğine etkisi değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**H<sub>12</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları blogların fen bilimleri derslerinin verimliliğine etkisi değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**H<sub>13</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları blogların dil bilimleri derslerinin verimliliğine etkisi değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**H<sub>14</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları blogların bilgisayar derslerinin verimliliğine etkisi değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**H<sub>15</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları blogların tüm derslerin verimliliğine etkisi değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

## **7.8 ARAŞTIRMADA KULLANILAN YÖNTEM**

Araştırma kapsamında kullanılan veri toplama yöntemi nicel araştırma tekniklerinden anket yöntemidir. Toplanan veriler SPSS programı kullanılarak analiz edilmiştir.

### **7.8.1 Veri Toplama Yöntemi**

Araştırmada kullanılan birincil veriler anket metodu kullanılarak elde edilmiştir. Anketin uygulanması için İstanbul Valiliği İl Milli Eğitim Müdürlüğünden Valilik izni alınmıştır. Verilerin toplanmasında yüz yüze anket yöntemi kullanılarak anketlerin bir rehber öğretmen tarafından cevaplayıcılara doldurulması sağlanmıştır. Öğrencilere anket hakkında ve nasıl doldurulacağı konusunda gerekli açıklamalar yapılmıştır.

Anket formu içinde araştırma amacına ulaşmayı sağlayıcı öğrencilerin demografik özelliklerini belirleyen bir kişisel bilgi formuna ve blog kullanımına ilişkin motivasyon ölçeğine yer verilmiştir.

### **7.8.2 Veri Toplama Aracı**

Araştırma kapsamında veri toplama aracı olarak bir anket formu kullanılmıştır. Oluşturulan anket formu demografik bilgi formu ve blog kullanımına ilişkin motivasyon ölçeği şeklinde iki kısımdan oluşmaktadır.

Araştırmada kullanılan veri toplama aracı içinde bulunan demografik bilgi formu araştırmacı tarafından oluşturulmuştur. İki kısımdan oluşan anket formunun ilk kısmında öğrencilerin cinsiyet, yaş, sınıf, okuduğu okul, kendisine ait bilgisayar olup olmadığı, internet bağlantısına sahip olup olmadığı, internete ne sıklıkla bağlandığı, derslerinde blog kullanıp kullanmadığı, hangi derslerinde sıklıkla blog kullandığı, daha önce bir blogta yorum yapıp yapmadığı, blogların ders aracı olarak kullanılıp kullanılmaması

gerektiği ve blog kullanımının hangi dersleri verimli hale getireceği ile ilgili demografik değişkenlere dair 12 maddelik bilgi formu yer almaktadır.

Anket formunun ikinci kısmında, öğrencilerin blog kullanımına ilişkin motivasyonlarını ölçmek üzere Brayfield & Rothe'un (1951) İş Doyumu Ölçeğinden yararlanılmış, 18 maddelik ölçek soruları araştırma amacına uygun olarak uyarlanmış ve yapılan düzeltmelerle ankete son hali verilmiştir.

Anket formunun blog kullanımına ilişkin motivasyon ölçeğinde 5'li Likert Ölçeği kullanılmıştır. Katılımcılardan (1) Hiç Katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım, (4) Katılıyorum ve (5) Tamamen Katılıyorum seçeneklerinden uygun olanı işaretlemeleri istenmiştir.

## **7.9 ARAşTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ**

Araştırmanın evrenini İstanbul ilindeki blog kullanan tüm özel eğitim-öğretim kurumları oluşturmaktadır. Ancak sadece bir okuldan olumlu yanıt alınabildiğinden araştırma sadece bir özel eğitim-öğretim kurumunda gerçekleştirilebilmiştir.

Araştırmanın örneklemini (katılımcılarını), İstanbul ili Florya ilçesine bağlı özel bir eğitim-öğretim kurumunda öğrenim gören ilköğretim ikinci kademe öğrencileri oluşturmaktadır. 2012-2013 Eğitim-Öğretim güz döneminde 5.6.7. ve 8. sınıfta öğrenim gören toplam 195 öğrenciye verilerin elde edilmesinde kullanılan anket ve ölçek uygulanmıştır.

## **7.10 VERİLERİN ANALİZİ**

Araştırma sonucunda elde edilen nicel veriler araştırma amaçları doğrultusunda SPSS 15 (Statistical Package For Social Science) sosyal bilimler istatistik paket programıyla analiz edilmiştir. Nicel verilerin analizinde çeşitli test türleri kullanılmıştır.

- Blog kullanımına ilişkin motivasyon ölçeği puanlarının cinsiyet, bilgisayarının olup olmaması, blog kullanıp kullanmaması, ders aracı olarak blog kullanılması hakkındaki görüşü ve blog kullanımının çeşitli derslerdeki verimliliğe etkisi hakkındaki görüşleri değişkenlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için *bağımsız gruplar t testi*,
- Blog kullanımına ilişkin motivasyon ölçeği puanlarının yaş, sınıf, internet kullanma sıklığı, blog kullandığı dersler, bloglarda yorum yapma değişkenlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için *Kruskal Wallis-H Testi*,
- Blog kullanımına ilişkin motivasyon ölçeği puanlarının internet bağlantısının olup olmaması değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için de *Mann Whitney-U Testi* kullanılmıştır.

Fark testlerinde ortalamaların karşılaştırılması için hipotezler şu şekilde kurulmuştur;

$H_0$ : Ortalamalarla incelenen değişkenin grupları arasında anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

$H_1$ : Ortalamalarla incelenen değişkenin grupları arasında anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Yapılan istatistik analizlerde anlamlılık düzeyi 0.05 olarak alınmıştır. Testin karar aşamasında p değeri 0,05 anlamlılık değerinden küçük ise  $H_0$  hipotezi reddedilmiş ve ortalamalarla incelenen değişkenin grupları arasında anlamlı bir farklılık olmadığı şeklinde yorumlanmıştır. p değerinin 0,05 anlamlılık değerinden büyük olması halinde ise  $H_1$  hipotezi kabul edilmiş ve ortalamalarla incelenen değişkenin grupları arasında anlamlı bir farklılık olduğu şeklinde yorumlanmıştır.

### 7.10.1 Araştırmanın Geçerlik ve Güvenirliği

Güvenirlik analizinin amacı verilerin rastlantısallığını ölçmektir. Ankete verilen cevaplar rastgele bir dağılım gösterdiğinde anket sonuçlarının güvenilir olduğuna karar verilmekte ve güvenilirlik analizi seçilen örneğin güvenilirliğini, tesadüflüğünü ve tutarlılığını test etmekte kullanılmaktadır. Sonucun güvenilir olup olmadığına Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ) değerine bakılarak karar verilmektedir (Kalaycı, 2009:405).

Sözelimi;  $\alpha$  değeri,

$,00 \leq \alpha < ,04$  ise Güvenir değildir

$,04 \leq \alpha < ,06$  ise Düşük güvenilirliktedir

$,06 \leq \alpha < ,08$  ise Oldukça güvenirdir

$,08 \leq \alpha \leq 1,0$  ise Yüksek güvenilirliktedir

**Tablo 4 Araştırmada Kullanılan Ölçeğin Güvenirlik Katsayısı**

Ölçek	Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
Blog Kullanımına İlişkin Motivasyon Ölçeği	,878	18

Tabloda görüldüğü üzere, araştırmada kullanılan ölçeğin güvenilirlik (cronbach's alpha) katsayısı, Blog Kullanımına İlişkin Motivasyon Ölçeği için  $\alpha=,878$  olarak hesaplanmıştır.

## 7.11 ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırmanın bu bölümünde, anket yoluyla toplanan nicel veriler sonucu elde edilen bulgulara ve bu bulgulara yönelik yorumlara yer verilmiştir.

Bulgular ve yorumlar örneklem grubundaki öğrencilerin demografik özelliklerine ve araştırmanın hipotezlerine göre toplanan veriler doğrultusunda değerlendirilip düzenlenmiştir.

### 7.11.1 Örneklem Grubundaki Öğrencilerin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Örneklem grubunu oluşturan öğrencilere ait demografik bilgiler araştırma açısından önem arz ettiğinden sırasıyla yorumlanmıştır.

#### 7.11.1.1 Cinsiyet Dağılımı

**Tablo 5 Cinsiyet Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri**

Gruplar	<i>f</i>	%	% <sub>gec</sub>	% <sub>yig</sub>
Kız	104	53,3	53,3	53,3
Erkek	91	46,7	46,7	100,0
Toplam	195	100,0	100,0	

Tabloda görüldüğü üzere, araştırmaya toplam 195 öğrenci katılmıştır. Örneklem grubunu oluşturan bu öğrencilerin 104'ü (%53,3) kız, 91'i (%46,7) ise erkektir.

#### 7.11.1.2 Yaş Dağılımı

**Tablo 6 Yaş Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri**

Gruplar	<i>f</i>	%	% <sub>gec</sub>	% <sub>yig</sub>
10 Yaş	30	15,4	15,5	15,5
11 Yaş	83	42,6	42,8	58,2
12 Yaş	50	25,6	25,8	84,0
13 Yaş	28	14,4	14,4	98,5
14 Üstü	3	1,5	1,5	100,0
Toplam	194	99,5	100,0	
Cevapsız	1	,5		

Toplam	195	100,0		
--------	-----	-------	--	--

Tabloda görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin 30'u (%15,4) 10 yaş grubunda, 83'ü (%42,6) 11 yaş grubunda, 50'si (%25,6) 12 yaş grubunda, 28'i (%14,4) 13 yaş grubunda, 3'ü (%1,5) 14 yaş ve üstü yaş grubunda bulunmaktadır. 1 öğrenci de (%5) söz konusu soruyu cevapsız bırakmıştır.

#### 7.11.1.3 Sınıf Dağılımı

**Tablo 7 Sınıf Düzeyi İçin Frekans ve Yüzde Değerleri**

Gruplar	<i>f</i>	%	% <sub>gec</sub>	% <sub>yig</sub>
5.Sınıf	82	42,1	42,1	42,1
6.Sınıf	68	34,9	34,9	76,9
7.Sınıf	25	12,8	12,8	89,7
8.Sınıf	20	10,3	10,3	100,0
Toplam	195	100,0	100,0	

Tabloda görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin 82'si (%42,1) 5. sınıf grubunda, 68'i (%34,9) 6. sınıf grubunda, 25'i (%12,8) 7. sınıf grubunda, 20'si (10,3) 8. sınıf grubunda bulunmaktadır.

#### 7.11.1.4 Bilgisayar Sahibi Olma Dağılımı

**Tablo 8 Bilgisayar Sahibi Olma İçin Frekans ve Yüzde Değerleri**

Gruplar	<i>f</i>	%	% <sub>gec</sub>	% <sub>yig</sub>
Evet	166	85,1	86,0	86,0
Hayır	27	13,8	14,0	100,0



Toplam	193	99,0	100,0	
Cevapsız	2	1,0		
Toplam	195	100,0		

Tabloda görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin 166'sı (%85,1) bilgisayar sahibi, 27'si (%13,8) ise bilgisayar sahibi değildir. 2 öğrenci de (%1,0) söz konusu soruyu boş bırakmıştır.

#### 7.11.1.5 İnternet Bağlantısına Sahip Olma Dağılımı

**Tablo 9 İnternet Bağlantısına Sahip Olma İçin Frekans ve Yüzde Değerleri**

Gruplar	<i>f</i>	%	% <sub>gec</sub>	% <sub>yig</sub>
Evet	178	91,3	93,7	93,7
Hayır	12	6,2	6,3	100,0
Toplam	190	97,4	100,0	
Cevapsız	5	2,6		
Toplam	195	100,0		

Tabloda görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin 178'i (%91,3) internet bağlantısı sahibi, 12'si (%6,2) ise internet bağlantısı sahibi değildir. 5 öğrenci de (%2,6) söz konusu soruyu boş bırakmıştır.

#### 7.11.1.6 Derslere Göre Blog Kullanma Sıklığı Dağılımı

**Tablo 10 Derslere Göre Blog Kullanma Sıklığı İçin Frekans ve Yüzde Değerleri**

Gruplar	<i>f</i>	%	% <sub>gec</sub>	% <sub>yig</sub>
Başarılı olduğum derslerde	6	3,1	4,0	4,0

kullanıyorum				
Başarısız olduğum derslerde kullanıyorum	16	8,2	10,6	14,6
Her ikisinde de kullanmıyorum	78	40,0	51,7	66,2
Her ikisinde de kullanıyorum	51	26,2	33,8	100,0
Toplam	151	77,4	100,0	
Geçersiz	44	22,6		
Toplam	195	100,0		

Tabloda görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin 6'sı (%3,1) başarılı olduğu derslerde kullandığını, 16'sı (%8,2) başarısız olduğu derslerde kullandığını, 78'i (%40,0) her ikisinde de kullanmadığını, 51'i (%26,2) her ikisinde de kullandığını belirtmiştir. 44 öğrenci de (%22,6) söz konusu soruyu boş bırakmıştır.

#### 7.11.1.7 Daha Önce Bir Blogda Yorum Yapılmasına İlişkin Dağılım

**Tablo 11 Daha Önce Bir Blogda Yorum Yapılmasına İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri**

Gruplar	<i>f</i>	%	% <sub>gec</sub>	% <sub>yig</sub>
Hayır, blog nedir bilmiyorum	41	21,0	24,1	24,1
Hayır ama blogun ne olduğunu biliyorum	93	47,7	54,7	78,8
Evet, birkaç kez yaptım	33	16,9	19,4	98,2
Evet, düzenli bir blog yorumcusuyum	3	1,5	1,8	100,0
Toplam	170	87,2	100,0	
Geçersiz	25	12,8		
Toplam	195	100,0		

Tabloda görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin 41'i (%21,0) blogun ne olduğunu bilmediğini, 93'ü (%47,7) blogun ne olduğunu bildiğini ama yorum yapmadığını, 33'ü (%16,9) birkaç kez yorum yaptığını, 3'ü (%1,5) düzenli bir blog yorumcusu olduğunu belirtmiştir. 25 öğrenci de (%12,8) söz konusu soruyu boş bırakmıştır.

#### 7.11.1.8 Blogun Ders Aracı Olarak Kullanılması Gerekliliğine İlişkin Dağılım

**Tablo 12 Blogun Ders Aracı Olarak Kullanılması Gerekliliğine İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri**

Gruplar	<i>f</i>	%	% <sub>gec</sub>	% <sub>yig</sub>
Evvet	95	48,7	54,0	54,0
Hayır	81	41,5	46,0	100,0
Toplam	176	90,3	100,0	
Cevapsız	19	9,7		
Toplam	195	100,0		

Tabloda görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin 95'i (%48,7) blogun ders aracı olarak kullanılması gerektiğini düşünürken, 81'i (%41,5) blogun ders aracı olarak kullanılmasını gerekli bulmamaktadır. 19 öğrenci de (%9,7) söz konusu soruyu boş bırakmıştır.

#### 7.11.1.9 Blogların Sosyal Bilimler Derslerini Verimli Hale Getirip Getirmediğine İlişkin Dağılım

**Tablo 13 Blogların Sosyal Bilimler (Tarih, Coğrafya v.b.) Derslerini Verimli Hale Getirip Getirmediğine İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri**

Gruplar	<i>f</i>	%	% <sub>gec</sub>	% <sub>yig</sub>
---------	----------	---	------------------	------------------

Evet	43	22,1	22,1	22,1
Hayır	152	77,9	77,9	100,0
Toplam	195	100,0	100,0	

Tabloda görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin 43'ü (%22,1) blogların sosyal bilimler derslerini verimli hale getirdiğini düşünürken, 152'si (%77,9) verimli hale getirmediğini düşündüğünü belirtmiştir.

#### 7.11.1.10 Blogların Fen Bilimleri Derslerini Verimli Hale Getirip Getirmediğine İlişkin Dağılım

**Tablo 14 Blogların Fen Bilimleri (Fizik, Kimya v.b.) Derslerini Verimli Hale Getirip Getirmediğine İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri**

Gruplar	<i>f</i>	%	% <sub>gec</sub>	% <sub>yig</sub>
Evet	40	20,5	20,5	20,5
Hayır	155	79,5	79,5	100,0
Toplam	195	100,0	100,0	

Tabloda görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin 40'ı (%20,5) blogların fen bilimleri derslerini verimli hale getirdiğini düşünürken, 155'i (%79,5) verimli hale getirmediğini düşündüğünü belirtmiştir.

#### 7.11.1.11 Blogların Dil Bilimleri Derslerini Verimli Hale Getirip Getirmediğine İlişkin Dağılım

**Tablo 15 Blogların Dil Bilimleri (Türkçe, İngilizce v.b.) Derslerini Verimli Hale Getirip Getirmediğine İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri**

Gruplar	<i>f</i>	%	% <sub>gec</sub>	% <sub>yig</sub>
Evet	43	22,1	22,1	22,1
Hayır	152	77,9	77,9	100,0
Toplam	195	100,0	100,0	

Tabloda görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin 43'ü (%22,1) blogların dil bilimleri derslerini verimli hale getirdiğini düşünürken, 152'si (%77,9) verimli hale getirmediğini düşündüğünü belirtmiştir.

#### **7.11.1.12 Blogların Bilgisayarla İlgili Dersleri Verimli Hale Getirip Getirmediğine İlişkin Dağılım**

**Tablo 16 Blogların Bilgisayarla İlgili Dersleri Verimli Hale Getirip Getirmediğine İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri**

Gruplar	<i>f</i>	%	% <sub>gec</sub>	% <sub>yig</sub>
Evet	30	15,4	15,4	15,4
Hayır	165	84,6	84,6	100,0
Toplam	195	100,0	100,0	

Tabloda görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin 30'u (%15,4) blogların bilgisayarla ilgili dersleri verimli hale getirdiğini düşünürken, 165'i (%84,6) verimli hale getirmediğini düşündüğünü belirtmiştir.

### 7.11.1.13 Blogların Bütün Dersleri Verimli Hale Getirip Getirmediğine İlişkin Dağılım

**Tablo 17 Blogların Bütün Dersleri Verimli Hale Getirip Getirmediğine İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri**

Gruplar	$f$	%	% <sub>gec</sub>	% <sub>yig</sub>
Evet	78	40,0	40,0	40,0
Hayır	117	60,0	60,0	100,0
Toplam	195	100,0	100,0	

Tabloda görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin 78'i (%40,0) blogların bütün dersleri verimli hale getirdiğini düşünürken, 117'si (%60,0) verimli hale getirmediğini düşündüğünü belirtmiştir.

### 7.11.2 Ölçeğin Hipotezlerine Yönelik Bulgular

#### 7.11.2.1 Birinci Hipotez

Araştırmanın birinci hipotezi motivasyon ölçeği puanlarının cinsiyet değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemeye yöneliktir. Bu amaçla gerçekleştirilen analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**H<sub>0</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

**H<sub>1</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**Tablo 18 Blog Kullanımına İlişkin Motivasyon Ölçeği Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t- Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}$	ss	Sh $\bar{x}$	t Testi		
						t	Sd	p
Motivasyon	Kız	104	53,11	13,988	1,372	1,089	193	,278
	Erkek	91	50,96	13,478	1,413			

Tabloda görüldüğü üzere blog kullanımına ilişkin motivasyon ölçeği puanlarının cinsiyet değişkenine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek üzere yapılan bağımsız grup t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $t=1,089$ ;  $p>,05$ ).

#### 7.11.2.2 İkinci Hipotez

Araştırmanın ikinci hipotezi motivasyon ölçeği puanlarının yaş değişkenine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemeye yöneliktir. Bu amaçla gerçekleştirilen analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**H<sub>0</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

**H<sub>1</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**Tablo 19 Blog Kullanımına İlişkin Motivasyon Ölçeği Puanlarının Yaş Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	sd	p
------	---------	---	------------------	-------	----	---

<b>Motivasyon</b>	10 Yaş	30	91,75	1,240	4	,871
	11 Yaş	83	102,50			
	12 Yaş	50	93,97			
	13 Yaş	28	95,63			
	14 Üstü	3	93,00			
	Toplam	194				

Tabloda görüldüğü üzere blog kullanımına ilişkin motivasyon ölçeği puanlarının yaş değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek üzere yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralama ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $\chi^2=1,240$ ;  $p>,05$ ).

### 7.11.2.3 Üçüncü Hipotez

Araştırmanın üçüncü hipotezi motivasyon ölçeği puanlarının sınıf değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemeye yöneliktir. Bu amaçla gerçekleştirilen analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**H<sub>0</sub>**: Motivasyon ölçeği puanları sınıf değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

**H<sub>1</sub>**: Motivasyon ölçeği puanları sınıf değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**Tablo 20 Blog Kullanımına İlişkin Motivasyon Ölçeği Puanlarının Sınıf Değişkenine Göre Farklılaşıp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	<i>N</i>	$\bar{x}_{sıra}$	$\chi^2$	<i>sd</i>	<i>p</i>
<b>Motivasyon</b>	5.Sınıf	82	92,98	8,450	3	,038



	6.Sınıf	68	110,70			
	7.Sınıf	25	75,36			
	8.Sınıf	20	103,73			
	Toplam	195				

Tabloda görüldüğü üzere blog kullanımına ilişkin motivasyon ölçeği puanlarının sınıf değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek üzere yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralama ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $\chi^2=8,450$ ;  $p<,05$ ). Söz konusu farklılık 6. sınıf öğrencileri ile 7. sınıf öğrencileri arasında 6. sınıf öğrencileri lehine  $p<,05$  düzeyinde gerçekleşmiştir. Yani 6. sınıf öğrencileri 7. sınıf öğrencilerinden daha yüksek düzeyde motivasyona sahiptirler.

#### 7.11.2.4 Dördüncü Hipotez

Araştırmanın dördüncü hipotezi motivasyon ölçeği puanlarının kendi bilgisayarının olup olmaması değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemeye yöneliktir. Bu amaçla gerçekleştirilen analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**H<sub>0</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları kendi bilgisayarının olup olmaması değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

**H<sub>1</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları kendi bilgisayarının olup olmaması değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**Tablo 21 Blog Kullanımına İlişkin Motivasyon Ölçeği Puanlarının Kendi Bilgisayarının Olup Olmaması Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t- Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}$	SS	Sh $\bar{x}$	t Testi		
						t	Sd	p
Motivasyon	Var	166	52,11	13,768	1,069	-,063	191	,950
	Yok	27	52,30	14,328	2,757			

Tabloda görüldüğü üzere blog kullanımına ilişkin motivasyon ölçeği puanlarının kendi bilgisayarının olup olmaması değişkenine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek üzere yapılan bağımsız grup t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $t=-,063$ ;  $p>,05$ ).

#### 7.11.2.5 Beşinci Hipotez

Araştırmanın beşinci hipotezi motivasyon ölçeği puanlarının internet bağlantısı değişkenine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemeye yöneliktir. Bu amaçla gerçekleştirilen analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**H<sub>0</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları internet bağlantısı değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

**H<sub>1</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları internet bağlantısı değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**Tablo 22 Blog Kullanımına İlişkin Motivasyon Ölçeği Puanlarının İnternet Bağlantısı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Mann Whitney-U Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	$N$	$\bar{x}_{sıra}$	$\sum sıra$	$U$	$z$	$p$
Motivasyon	Var	178	95,27	16957,50	1026,500	-,227	,821
	Yok	12	98,96	1187,50			
	Toplam	190					

Tabloda görüldüğü üzere blog kullanımına ilişkin motivasyon ölçeği puanlarının kendi bilgisayarının olup olmaması değişkenine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek üzere yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grupların sıralama ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $z=-,227$ ;  $p>,05$ ).

#### 7.11.2.6 Altıncı Hipotez

Araştırmanın altıncı hipotezi motivasyon ölçeği puanlarının internet kullanma sıklığı değişkenine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemeye yöneliktir. Bu amaçla gerçekleştirilen analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**H<sub>0</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları internet kullanma sıklığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

**H<sub>1</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları internet kullanma sıklığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**Tablo 23 Blog Kullanımına İlişkin Motivasyon Ölçeği Puanlarının İnternet Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	<i>N</i>	$\bar{x}_{sıra}$	$\chi^2$	<i>sd</i>	<i>p</i>
<b>Motivasyon</b>	Her gün	54	99,38	2,025	4	,731
	Haftada Birkaç Gün	80	94,11			
	Haftada Bir	19	110,37			
	Nadiren	33	101,76			
	Hiç Bağlanmıyorum	9	84,39			
	Toplam	195				

Tabloda görüldüğü üzere blog kullanımına ilişkin motivasyon ölçeği puanlarının internet kullanma sıklığı değişkenine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek üzere yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralama ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $\chi^2=2,025$ ;  $p>,05$ ).

#### 7.11.2.7 Yedinci Hipotez

Araştırmanın yedinci hipotezi motivasyon ölçeği puanlarının derslerinde blog kullanıp kullanmadığı değişkenine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemeye yöneliktir. Bu amaçla gerçekleştirilen analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**H<sub>0</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları derslerinde blog kullanıp kullanmadığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

**H<sub>1</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları derslerinde blog kullanıp kullanmadığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**Tablo 24 Blog Kullanımına İlişkin Motivasyon Ölçeği Puanlarının Derslerinde Blog Kullanıp Kullanmadığı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t- Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}$	SS	Sh $_{\bar{x}}$	t Testi		
						t	Sd	p
Motivasyon	Kullanıyor	55	62,02	12,705	1,713	7,009	190	,000
	Kullanmıyor	137	48,20	12,209	1,043			

Tabloda görüldüğü üzere blog kullanımına ilişkin motivasyon ölçeği puanlarının derslerinde blog kullanıp kullanmadığı değişkenine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek üzere yapılan bağımsız grup t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $t=7,009$ ;  $p<,001$ ). Söz konusu farklılık derslerinde blog kullanan öğrencilerin lehine gerçekleşmiştir. Yani derslerinde blog kullanan öğrenciler kullanmayan öğrencilere göre anlamlı şekilde yüksek motivasyona sahiptirler.

#### 7.11.2.8 Sekizinci Hipotez

Araştırmanın sekizinci hipotezi motivasyon ölçeği puanlarının blog kullandığı dersler değişkenine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemeye yöneliktir. Bu amaçla gerçekleştirilen analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**H<sub>0</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları blog kullandığı dersler değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

**H<sub>1</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları blog kullandığı dersler değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**Tablo 25 Blog Kullanımına İlişkin Motivasyon Ölçeği Puanlarının Blog Kullandığı Dersler Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	<i>N</i>	$\bar{x}_{sıra}$	$\chi^2$	<i>sd</i>	<i>p</i>
<b>Motivasyon</b>	Başarılı derslerimde	6	88,08	26,281	3	,000
	Başarısız derslerimde	16	89,78			
	İkisinde de kullanmıyorum	78	58,56			
	İkisinde de kullanıyorum	51	96,93			
	Toplam	151				

Tabloda görüldüğü üzere blog kullanımına ilişkin motivasyon ölçeği puanlarının blog kullandığı dersler değişkenine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek üzere yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralama ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $\chi^2=26,025$ ;  $p<,001$ ). Söz konusu farklılık hiçbir dersinde blog kullanmayan öğrenciler aleyhine gerçekleşmiştir. Yani her iki derste de blog kullanmayan öğrenciler diğer gruplardan önemli ölçüde düşük motivasyon yaşamaktadırlar.

#### 7.11.2.9 Dokuzuncu Hipotez

Araştırmanın dokuzuncu hipotezi motivasyon ölçeği puanlarının daha önce hiç bir blogta yorum yapıp yapmadığı değişkenine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemeye yöneliktir. Bu amaçla gerçekleştirilen analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**H<sub>0</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları daha önce hiç bir blogta yorum yapıp yapmadığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

**H<sub>1</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları daha önce hiç bir blogta yorum yapıp yapmadığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**Tablo 26 Blog Kullanımına İlişkin Motivasyon Ölçeği Puanlarının Daha Önce Hiç Bir Blogta Yorum Yapıp Yapmadığı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	<i>N</i>	$\bar{x}_{sıra}$	$\chi^2$	<i>sd</i>	<i>p</i>
<b>Motivasyon</b>	Hayır, blog nedir bilmiyorum	41	71,40	11,773	3	,008
	Hayır ama blogun ne olduğunu biliyorum	93	84,20			
	Evet, birkaç kez yaptım	33	100,86			
	Evet, düzenli bir blog yorumcusuyum	3	149,50			
	Toplam	170				

Tabloda görüldüğü üzere blog kullanımına ilişkin motivasyon ölçeği puanlarının daha önce hiç bir blogta yorum yapıp yapmadığı değişkenine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek üzere yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralama ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $\chi^2=11,773$ ;  $p<,01$ ). Söz konusu farklılık düzenli blog yorumcusu olan öğrenciler lehine gerçekleşmiştir. Yani düzenli blog yorumcusu olan öğrenciler diğer gruplardan önemli ölçüde yüksek motivasyon yaşamaktadırlar.

#### 7.11.2.10 Onuncu Hipotez

Araştırmanın onuncu hipotezi motivasyon ölçeği puanlarının blogların ders aracı olarak kullanılması konusundaki görüşü değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemeye yöneliktir. Bu amaçla gerçekleştirilen analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**H<sub>0</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları blogların ders aracı olarak kullanılması konusundaki görüşü değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

**H<sub>1</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları blogların ders aracı olarak kullanılması konusundaki görüşü değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**Tablo 27 Blog Kullanımına İlişkin Motivasyon Ölçeği Puanlarının Blogların Ders Aracı Olarak Kullanılması Konusundaki Görüşü Değişkenine Göre Farklılaşıp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t-Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}$	ss	Sh $\bar{x}$	t Testi		
						t	Sd	p
Motivasyon	Kullanılmalı	95	58,11	13,990	1,435	7,052	174	,000
	Kullanılmamalı	81	44,53	11,064	1,229			

Tabloda görüldüğü üzere blog kullanımına ilişkin motivasyon ölçeği puanlarının blogların ders aracı olarak kullanılması konusundaki görüşü değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek üzere yapılan bağımsız grup t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $t=7,052$ ;  $p<,001$ ). Söz konusu farklılık blogların ders aracı olarak kullanımının gerekli olduğunu düşünen öğrencilerin lehine gerçekleşmiştir. Yani blogların ders aracı olarak kullanımının gerekli olduğunu düşünen öğrenciler, gerekli olmadığını düşünen öğrencilere göre anlamlı şekilde yüksek motivasyona sahiptirler.

#### 7.11.2.11 Onbirinci Hipotez



Araştırmanın onbirinci hipotezi motivasyon ölçeği puanlarının blogların sosyal bilimler derslerinin verimliliğine etkisi değişkenine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemeye yöneliktir. Bu amaçla gerçekleştirilen analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**H<sub>0</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları blogların sosyal bilimler derslerinin verimliliğine etkisi değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

**H<sub>1</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları blogların sosyal bilimler derslerinin verimliliğine etkisi değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**Tablo 28 Blog Kullanımına İlişkin Motivasyon Ölçeği Puanlarının Blogların Sosyal Bilimler Derslerinin Verimliliğine Etkisi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t- Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}$	ss	Sh $_{\bar{x}}$	t Testi		
						t	Sd	p
Motivasyon	Verim artar	43	55,44	12,779	1,949	1,813	193	,071
	Verim artmaz	152	51,16	13,919	1,129			

Tabloda görüldüğü üzere blog kullanımına ilişkin motivasyon ölçeği puanlarının blogların sosyal bilimler derslerinin verimliliğine etkisi hakkındaki görüşler değişkenine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek üzere yapılan bağımsız grup t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $t=1,813$ ;  $p>,05$ ).

#### 7.11.2.12 Onikinci Hipotez

Araştırmanın onikinci hipotezi motivasyon ölçeği puanlarının blogların fen bilimleri derslerinin verimliliğine etkisi değişkenine göre farklılaşp

farklılaşmadığını belirlemeye yöneliktir. Bu amaçla gerçekleştirilen analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**H<sub>0</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları blogların fen bilimleri derslerinin verimliliğine etkisi değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

**H<sub>1</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları blogların fen bilimleri derslerinin verimliliğine etkisi değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**Tablo 29 Blog Kullanımına İlişkin Motivasyon Ölçeği Puanlarının Blogların Fen Bilimleri Derslerinin Verimliliğine Etkisi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t-Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}$	ss	Sh $_{\bar{x}}$	t Testi		
						t	Sd	p
Motivasyon	Verim artar	40	53,88	14,490	2,291	,913	193	,362
	Verim artmaz	155	51,65	13,576	1,090			

Tabloda görüldüğü üzere blog kullanımına ilişkin motivasyon ölçeği puanlarının blogların fen bilimleri derslerinin verimliliğine etkisi hakkındaki görüşler değişkenine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek üzere yapılan bağımsız grup t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $t=,913$ ;  $p>,05$ ).

#### 7.11.2.13 Onüçüncü Hipotez

Araştırmanın onüçüncü hipotezi motivasyon ölçeği puanlarının blogların dil bilimleri derslerinin verimliliğine etkisi değişkenine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemeye yöneliktir. Bu amaçla gerçekleştirilen analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**H<sub>0</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları blogların dil bilimleri derslerinin verimliliğine etkisi değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

**H<sub>1</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları blogların dil bilimleri derslerinin verimliliğine etkisi değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**Tablo 30 Blog Kullanımına İlişkin Motivasyon Ölçeği Puanlarının Blogların Dil Bilimleri Derslerinin Verimliliğine Etkisi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t-Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}$	SS	Sh $\bar{x}$	t Testi		
						t	Sd	p
Motivasyon	Verim artar	43	55,37	14,804	2,258	1,775	193	,078
	Verim artmaz	152	51,18	13,356	1,083			

Tabloda görüldüğü üzere blog kullanımına ilişkin motivasyon ölçeği puanlarının blogların dil bilimleri derslerinin verimliliğine etkisi hakkındaki görüşler değişkenine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek üzere yapılan bağımsız grup t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $t=1,775$ ;  $p>,05$ ).

#### 7.11.2.14 Ondördüncü Hipotez

Araştırmanın ondördüncü hipotezi motivasyon ölçeği puanlarının blogların bilgisayar derslerinin verimliliğine etkisi değişkenine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemeye yöneliktir. Bu amaçla gerçekleştirilen analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**H<sub>0</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları blogların bilgisayar derslerinin verimliliğine etkisi değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

**H<sub>1</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları blogların bilgisayar derslerinin verimliliğine etkisi değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**Tablo 31 Blog Kullanımına İlişkin Motivasyon Ölçeği Puanlarının Blogların Bilgisayar Derslerinin Verimliliğine Etkisi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t-Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}$	ss	Sh $_{\bar{x}}$	t Testi		
						t	Sd	p
Motivasyon	Verim artar	30	48,30	13,360	2,439	-	193	,100
	Verim artmaz	165	52,79	13,757	1,071	1,653		

Tabloda görüldüğü üzere blog kullanımına ilişkin motivasyon ölçeği puanlarının blogların bilgisayar derslerinin verimliliğine etkisi hakkındaki görüşler değişkenine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek üzere yapılan bağımsız grup t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $t=-1,653$ ;  $p>,05$ ).

#### 7.11.2.15 Onbeşinci Hipotez

Araştırmanın onbeşinci hipotezi motivasyon ölçeği puanlarının blogların tüm derslerin verimliliğine etkisi değişkenine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemeye yöneliktir. Bu amaçla gerçekleştirilen analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**H<sub>0</sub>:** Motivasyon ölçeği puanları blogların tüm derslerin verimliliğine etkisi değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

**H<sub>1</sub>**: Motivasyon ölçeği puanları blogların tüm derslerin verimliliğine etkisi değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**Tablo 32 Blog Kullanımına İlişkin Motivasyon Ölçeği Puanlarının Blogların Tüm Derslerin Verimliliğine Etkisi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t-Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}$	ss	Sh $_{\bar{x}}$	t Testi		
						t	Sd	p
Motivasyon	Verim artar	78	54,08	15,799	1,789	1,643	193	,102
	Verim artmaz	117	50,79	12,106	1,119			

Tabloda görüldüğü üzere blog kullanımına ilişkin motivasyon ölçeği puanlarının blogların tüm derslerin verimliliğine etkisi hakkındaki görüşler değişkenine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek üzere yapılan bağımsız grup t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $t=-1,643$ ;  $p>,05$ ).

## 8. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu bölümde araştırma sonucunda elde edilen bilgiler doğrultusunda ulaşılan sonuçlara ve önerilere yer verilmektedir.

Eğitim sistemimizin temel amacı öğrencilere mevcut bilgileri aktarmaktan ziyade yeni bilgilere ulaşma becerileri kazandırmaktır. Günümüzde eğitim sistemindeki geleneksel yaklaşımların arzu edilen niteliklerde bireyler yetiştirme konusunda yetersiz oluşu, teknolojinin özellikle de bilgisayar ve internetin etkili şekilde kullanımını gerektirmektedir. Bu sebeple de pek çok eğitim kurumu öğrencilerin ihtiyaçlarını karşılamaya dönük yeni eğitim modelleri tasarlamakta ve uygulamaya koymaya çalışmaktadır (Öztürk, 2011:2-5).

Bu çalışmada da, Türk eğitim sisteminde özel öğretim kurumlarının yeri, sosyal medya kavramı ve eğitimde kullanımı ayrıca sosyal medya araçlarından biri olan blogların ders aracı olarak eğitim alanında kullanımı sonucu öğrencilerin motivasyonlarına etkisi ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Blog destekli eğitim-öğretim uygulamaları yükseköğretimde yaygınlaşmakta ancak ilköğretimde kullanımıyla ilgili yeterince uygulamalı araştırma bulunmamaktadır. Bu sebeple bu çalışmanın uygulama bölümünde günlük hayatta oldukça popüler olan blogların bir ders aracı olarak öğrenciler tarafından ilköğretimde kullanım boyutları ve hangi derslerinde blogları etkin şekilde kullandıkları aynı zamanda motivasyonlarına etkisi anket yöntemiyle ölçülmeye çalışılmış ve dikkate değer sonuçlara ulaşılmıştır.

Araştırmanın katılımcıları 195 ilköğretim ikinci kademe öğrencisidir. Bu kapsamda gerçekleştirilen çalışmaya katılan öğrencilerin demografik özellikleri incelendiğinde;

- %53,3'ü kız %46,7'si ise erkek olan katılımcıların cinsiyet itibarıyla oranlarının birbirine yakın olduğu görülmektedir.
- Yaşları 10-14 yaş arası dağılım gösteren öğrencilerin %42,6'sı 11 %25,6'sı 12 yaşındadır. Bu da göstermektedir ki öğrencilerin büyük çoğunluğu 11-12 yaş aralığındadır.

- Öğrencilerin %42,1'i 5.Sınıf, %34,9'u 6. Sınıf, %12,8'i 7. Sınıf ve %10,3'ü de 8. Sınıf öğrencisidir.
- Öğrencilerin %85,1'i bilgisayar sahibidir. Bu da göstermektedir ki, öğrenciler bilişim teknolojileriyle iç içe bir yaşam sürmektedirler.
- Çalışmaya katılan öğrencilerin daha önce bir blogta yorum yapıp yapmadıkları incelendiğinde %47,7'sinin blogdan haberdar oldukları buna karşın yorum yapmadıkları görülmektedir. Aynı şekilde hem haberdar olup hem de yorum yapanların oranları da %16,9 olarak tespit edilmiştir. Bu bulgunun öğrencilerin blog gibi sosyal medya araçlarından haberdarlığının yüksek olduğunu gösterir nitelikte olduğu düşünülebilir. Alam (2008) araştırmasında bu bulguya paralel olarak blogların sosyal yapılanma, toplu bilgiye ulaşma, iletişim, yansıma ve akranların ağı üzerinden bilgi paylaşımı gibi katkılar sağladığını ancak, blogların etkiliği ve etkinliğiyle ilgili çok az bilgiye sahip olduğunu belirtmiştir. Buna ek olarak blogla ilgili olumsuz düşüncelerin daha baskın olduğunu belirten araştırmacı gelecekteki araştırmacıların gelişen bu tür teknolojilerin kabulünü kolaylaştırmak için yenilikçi yollar bulması gerektiğini savunmuştur (Akt., Avcı, 2009:23).
- Araştırma sonuçlarına göre derslere göre blog kullanma sıklığı incelendiğinde öğrencilerin %40'ının blog ile ilgili farkındalığı olmadığı ve ders aracı olarak blogu kullanmadığı görülmektedir. Bu da blogların eğitsel kullanımının yaygın olmadığını düşündürecek niteliktedir. Norton ve Hathaway (2008) çalışmalarında Web 2.0 araçlarının eğitsel kullanımları konusunda Amerika gibi gelişmiş ülkelerin farkındalıklarının daha yüksek olduğunu ve ilköğretim düzeyinde sınıf içi ve dışı etkinliklerde sıklıkla kullanıldığını ve kullanımı sonucu olumlu etkiler görüldüğünü göstermiştir. Bu nedenle Türkiye'de blogların eğitsel kullanımının etkinliğinin ve kullanım sonucu elde edilebilecek avantajlarla ilgili olarak farkındalığın artırılmasının gereği olduğu sonucuna varılabilir (Akt., Horzum, 2010:629).

- Öğrencilerin blogların ders aracı olarak kullanılıp kullanılmaması ile ilgili görüşleri incelendiğinde %48,7'sinin kullanılması gerektiğini %41,5 'inin de kullanılmaması gerektiğini düşündüğü ve sonuçların birbirine oldukça yakın olduğu görülmektedir. Bu da göstermektedir ki, eğitimsel pek çok faydası bulunan blogların eğitimle bütünleştirilmesinde eğitim-öğretim kurumlarına büyük görev düşerken gelecek neslin bu teknolojileri eğitim etkinliklerinde etkin kullanabilmeleri eğitim-öğretim kurumlarına iyi entegrasyonlarıyla mümkün olabilecektir. Xie ve Sharma (2004), araştırmalarında bazı öğrencilerin bloglarla ilgili olumsuz görüşlerinin olmasının nedeninin daha önce blog deneyimi olmayan öğrencilerin blogun doğru kullanımı konusundaki tereddütlerinden kaynaklandığını belirtmiştir (Akt., Demirel, 2010:66).
- Araştırmada blogların ders aracı olarak kullanılması gerektiğini düşünen öğrencilerin motivasyonları, kullanılmaması gerektiğini düşünenlerden oldukça yüksek tespit edilmiştir. Downes (2004) yaptığı çalışma ile öğrencilerin blog aracılığıyla öğrenme sürecinin aktif katılımcıları olduğunu, blogların öğrencilerin düşünme, yazma, ve kendilerini ifade etme becerilerini geliştirdiğini ve bağımsız öğrenme seviyelerini arttırdığını göstermektedir. Bunun sonucunda da öğretimsel bir araç olarak blog kullanımının öğrenenler lehine anlamlı öğrenmelere neden olarak motivasyonlarını olumlu yönde etkilediğini vurgulamaktadır (Akt., Demirel, 2010:67).
- Araştırmada blog kullanımına ilişkin motivasyon ölçeği puanlarının sınıflara göre farklılık arz edip etmediği incelendiğinde 6. Sınıf öğrencilerinin motivasyonunun 7. Sınıf öğrencilerinden daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu sebeple blog kullanımının özellikle ilköğretim çağındaki öğrencilerin gelişiminde etkili bir öğretimsel araç olduğu sonucuna varılabilir.
- Araştırma sonuçları incelendiğinde, blog kullanımına ilişkin motivasyonun blog kullanan öğrenciler lehine olduğu yani derslerinde



blog kullanan öğrencilerin motivasyonlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Aynı şekilde Masek ve Hingston (2007) araştırmalarında blog kullanımının öğrencilerin motivasyonlarına ve algılarına etkisini incelemiş ve internet olan her yerden ulaşılabilen blogun kullanımının esnek oluşunun öğrencilerin motivasyonlarını arttırdığını ortaya çıkarmıştır. Bunun yanı sıra blogların bireysel çalışmaya ve çevrimiçi ortamda grup işbirliğine katkı sağladığını tespit etmiştir (Akt., Avcı, 2009:22).

- Araştırma sonuçları hiçbir dersinde blog kullanmayan öğrencilerin, hem başarılı olduğu derslerde hem de başarısız olduğu derslerde blog kullanan öğrencilerden daha düşük motivasyona sahip olduğunu göstermiştir. Bu bulgu da yine blog kullanımının öğrencilerin motivasyonlarına olumlu etkisi olduğunun kanıtı niteliğindedir. Aynı şekilde Akkoyunlu ve Kurbanoglu (2003) yaptıkları bir araştırma da, blog kullanan ve bloglarla ilgili olumlu deneyimler edinen öğrencilerin blog hakkında olumlu görüşlere sahip olduğunu ve olumlu tutumları olan kişilerin de motivasyonlarının yüksek olduğunu ortaya çıkarmıştır (Akt., Demirel, 2010:69).
- Araştırmadan elde edilen bir diğer sonuç da düzenli olarak bloglarda yorum yapan öğrencilerin, yorum yapmayan diğer öğrencilerden daha yüksek motivasyona sahip olduğunu kanıtlamaktadır. Buna göre de kullanıcı dostu olan blogların öğrenenlerin motivasyonlarını olumlu etkilediği sonucuna ulaşılabilir.

## 8.1 ÖNERİLER

Bu bölüm iki kısma ayrılarak birinci bölümde çalışmanın sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda blogu ders aracı olarak kullanan uygulayıcılara yönelik önerilerde bulunulurken ikinci bölümde bu alanda çalışma yapmak isteyen araştırmacılara yönelik önerilere yer verilmiştir.

### 8.1.1 Uygulayıcılara Yönelik Öneriler

- Araştırmada ortaya konan derslere göre blog kullanma sıklığı konusundaki öğrencilerin %40'ının blog ile ilgili farkındalığı olmadığı ve ders aracı olarak blogu kullanmadığı bulgusu nedeniyle ders aracı olarak blogun kullanımı halinde öğrencilerin süreçle ilgili olarak bilgilendirilmeleri ve teşvik edilmeleri sağlanabilir. Böylelikle ilk kez blog kullanan öğrencilerin blogla ders etkinliklerini gerçekleştirme konusunda farkındalıkları ve motivasyonları artabilir.
- Öğrencilerin blogların ders aracı olarak kullanılıp kullanılmaması ile ilgili görüşlerinin %48,7'sinin kullanılması gerektiği %41,5 'inin de kullanılmaması gerektiği yönündeki düşünceleri ve sonuçların birbirine oldukça yakın olması bulgusuna dayanılarak öğretmenlerin ve eğitim-öğretim kurumlarının bilgisayar ve internetle büyüyen yeni neslin başarı ve motivasyonunu arttırmak için yeni teknolojileri eğitim sistemine adapte ederek uygulamaları konusunda desteklenmesi ve eğitilmesi sağlanabilir.
- Araştırmaya katılan öğrenciler ilköğretim ikinci kademe öğrencileridir. Blog kullanımına ilişkin motivasyon ölçeği puanlarının sınıflara göre farklılık arz edip etmediği incelendiğinde 6. Sınıf öğrencilerinin motivasyonunun 7. Sınıf öğrencilerinden daha yüksek olduğu sonucuna dayanılarak blogların daha etkin kullanılabilmesi için

ilköğretim öğrencilerine blog kullanımıyla ilgili yönlendirmeler yapılabilir ve eğitimler verilerek eğitim-öğretim kurumlarında yapılandırmacı bir yaklaşım ile teknoloji kullanımı entegrasyonu gerçekleştirilebilir.

- Araştırmada elde edilen derslere göre blog kullanma sıklığı konusunda öğrencilerin %40'ının blog ile ilgili farkındalığı olmadığı ve ders aracı olarak blogu kullanmadığı bulgusu sonucu blogların öğretimde kullanımında uygulayıcılar olan öğretmenlerin de rollerinin öneminin büyüklüğünü kavramak gereği ortaya çıkmaktadır. Öğretmen adaylarına web 2.0 teknolojilerinin kullanımına dair yeterliliklerin kazandırılması eğitim sistemimizin geleceği açısından büyük önem arz etmektedir. Günümüzde öğretmen ve öğrencilerin bu araçları eğitimde etkin kullanma konusunda yetersiz oldukları görülmekte ve bunun gerçekleştirilmesinin de ancak web 2.0 araçlarının eğitime katkıları konusunda gerek uygulama gerekse de görüş bakımından olumlu düşüncelere sahip olunmasıyla elde edilebileceği gerçeği fark edilmeli ve bu yönde uygulamalar yapılmalıdır. Eğitim kurumlarının bu tür araçları öğrencilerin kullanabilmeleri için onları iyi eğitip, yönlendirecek olan öğretim teknolojü öğretmenleri ya da uzmanları kurumları bünyesinde bulundurmaları gerektiği söylenebilir.
- Derslere göre blog kullanma sıklığı incelendiğinde öğrencilerin %40'ının blog ile ilgili farkındalığı olmadığı ve ders aracı olarak blogu kullanmadığının görülmesi blogların eğitsel kullanımının yaygın olmadığını düşündürdüğünden öğrencilerin web 2.0 araçlarını etkin şekilde kullanabilecek seviyede eğitim kurumlarından mezun olmaları ve eğitim-öğretim kurumlarının öğrencilere ders aracı olarak blog kullanma yönünde destek vermeleri sağlanmalıdır. Aynı şekilde ders kitaplarında blogların etkin kullanılabilmesine yönelik etkinlikler tasarlanmalıdır. Öğretmenlerin de yaptıkları sınıf dışı etkinlik uygulamalarını blog ortamına göre uyarlamaları gerekmektedir. Bu yolla ders aracı olarak blog kullanımı yaygınlaştırılabilir ve eğitime sağladığı katkılardan faydalanılabilir.

### 8.1.2 Araştırmacılara Yönelik Öneriler

- Araştırmada elde edilen bulgularda da görüldüğü gibi blogların eğitimde öğrenci motivasyonuna sağladığı olumlu katkıların daha açık ve net fark edilmesi adına ilköğretim alanında daha fazla araştırma yapılabilir ve zamanla eğitim sistemi içinde kullanılabilirliği yurt dışında olduğu gibi ülkemizde de artırılabilir. Eğitim içerikli blog oluşturmanın sadece öğrencilere değil ailelere de sağladığı kolaylıkların da tanıtılmasıyla ailelerinde çocuklarının okulda neler yaptıklarıyla ilgili bilgi edinmeleri bu yöndeki yapılacak araştırmalarla sağlanabilir. Böylelikle ailelerin de öğrenme sürecine dahil edilmeleri teşvik edilebilir.
- Literatür incelendiğinde bu araştırma ilköğretim öğrencileriyle bu konuda gerçekleştirilen ilk araştırma olması sebebiyle özgün niteliktedir. Araştırma daha büyük bir örneklem grubu ile deneysel olarak yeniden uygulanabilir. Bu araştırmalarda blogların ders aracı olarak kullanılması sağlanarak öğrencilerin başarı düzeyleri üzerindeki etkisi araştırılabilir. Aynı şekilde bundan sonra araştırma yapacak olanlar bu araştırmayı farklı hedef kitlelerle ve ortaokul, lise ve üniversite gibi farklı öğretim gruplarındaki öğrencilere yönelik de gerçekleştirebilirler.
- Blogların öğrencilerin hangi yeteneklerini geliştirdiğini ortaya koyan deneysel çalışmalar yapılabilir. Bu şekilde blogları ders aracı olarak eğitimlerinde kullanmak isteyen eğitim-öğretim kurumlarına blogların eğitimde nasıl kullanılacağına ilişkin rehberlik edilebilir. Aynı zamanda blogla eğitim sürecinde gerekli araçların geliştirilmesine yönelik olarak öğrencilerin, öğretmenlerin ve eğitim-öğretim kurumu yöneticilerinin görüşlerini belirleyici nitelikte çalışmalar yapılabilir.

- Blogların kullanımına ilişkin nitel çalışmalar yoluyla da blog hakkındaki beklentilere ve etkilerine dönük daha ayrıntılı sonuçlar elde etmeyi sağlayıcı araştırmalar yapılabilir.

## KAYNAKÇA

1. (<http://egitimuhendisleri.blogcu.com/okullarda-blog/4437963>) Erişim tarihi: 07.12.2012.
2. (<http://egitimuhendisleri.blogcu.com/okullarda-blog/4437963>) Erişim tarihi: 28.01.2013
3. ([http://fbe.atauni.edu.tr/BilimEtik/2008\\_2009\\_Guz/8\\_Hafta-Blog\\_Hazirlama\\_Rehberi\(Y\\_Goktas\).pdf](http://fbe.atauni.edu.tr/BilimEtik/2008_2009_Guz/8_Hafta-Blog_Hazirlama_Rehberi(Y_Goktas).pdf)) Erişim tarihi: 01.12.2012.
4. (<http://novaspivack.typepad.com/RadarNetworksTowardsAWebOS.jpg>) Erişim tarihi: 04.11.2012.
5. (<http://ozgeinci.blogcu.com/bloglar-ve-egitimde-kullanimi/9343647>) Erişim tarihi: 21.11.2012.
6. (<http://seset.ceit.metu.edu.tr/2012/01/web-1-0-2-0-3-0-4-0/>) Erişim tarihi: 04.11.2012.
7. (<http://technorati.com/social-media/article/state-of-the-blogsphere-2011-introduction/>) Erişim tarihi: 28.11.2012.
8. (<http://tr.wikipedia.org/wiki/Vikipedi:Hakk%C4%B1nda#.C4.B0statistikler>). Erişim tarihi: 07.11.2012.
9. (<http://www.hasansari.com.tr/upload/98603353.pdf>) Erişim tarihi: 04.11.2012.
10. (<http://www.intel.com/content/www/us/en/communications/internet-minute-infographic.html>) Erişim tarihi: 04.11.2012.
11. (<http://www.samanyoluhaber.com/teknoloji/Sosyal-Haber-Sitesi-Digg-satildi/796085/>). Erişim tarihi: 20.11.2012.
12. ([http://www.slidefinder.net/h/hafta/06\\_hafta\\_egitimdeyeniteknolojiler/2857814](http://www.slidefinder.net/h/hafta/06_hafta_egitimdeyeniteknolojiler/2857814)) Erişim tarihi: 01.12.2012.
13. ([http://www.slidefinder.net/h/hafta/06\\_hafta\\_egitimdeyeniteknolojiler/2857814](http://www.slidefinder.net/h/hafta/06_hafta_egitimdeyeniteknolojiler/2857814)) Erişim tarihi: 01.12.2012.
14. (<http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/turkey>). Erişim tarihi: 08.11.2012.
15. (<http://www.turkcebilgi.com/sozluk/e%C4%9Fitim>) Erişim tarihi: 09.10.2012

- 16.AKAR, Erkan, **Sosyal Medya Pazarlaması Sosyal Webde Pazarlama Stratejileri**, Efil Yayınevi, 1. Basım, Nisan 2010.
- 17.AKBABA, Sırrı, Eğitimde Motivasyon, Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı:13, Yıl:2006, s.343-361.
- 18.AKBAYIR, Zuhâl, “Yeni İletişim Ortamı Olarak Kurumsal Bloglar: Türkiye’deki Şirketlerin Blog Kullanımları Üzerine Bir İnceleme”, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, Halkla İlişkiler Bilim Dalı, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul:2008.
- 19.AKINCI VURAL, Z. Beril ve BAT, Mikail, “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”, **Journal of Yaşar University**, 2010, 20(5), ss. 3348-3382.
- 20.ALİKILIÇ, Özlem ve ONAT, Ferah, “Bir Halkla İlişkiler Aracı Olarak Kurumsal Bloglar”, **Journal of Yasar University**, Cilt:8, No:2, 2007, s.899-927.
- 21.ALPER AY, Ferda, “İşletmelerde Çalışanların Motivasyonlarını Etkileyen Faktörler: Bir Alan Araştırması”, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Sivas:2006.
- 22.ALTAY, Adem, “Mobilya Sektöründe Çalışacak Teknik Elemanların Mevcut Performanslarının Farklı Motivasyon Yöntemleriyle Artırılması”, Hacettepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ağaç İşleri Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı, **Yayınlanmamış Yüksek Mühendislik Tezi**, Ankara:2005.
- 23.ALTUN, Arif, “Yapılandırmacı Öğretim Sürecinde Viki Kullanımı”, **Paperpresented at the 8th International Educational Technology Conference**, Anadolu University, May 6-9, Eskişehir, 2008, pp.127-130
- 24.ARIKIL, Gamze ve YORGANCI, Betül, “Öğretmenlerin, Öğretmen Adaylarının ve Öğrencilerin Motivasyonu Algılama Farklılıkları”, **(X.UFBMEK ) X. Ulusal Fen Bilimleri ve Matematik Eğitimi**

**Kongresi**, Niğde Üniversitesi, 27-30 Haziran, Niğde:2012, s.270-284.

<http://kongre.nigde.edu.tr/xufbmek/>

- 25.ASAN, Aşkın, **Eğitimde Bir Yeni Yönelim Alanı: Sosyal Medya**, (Ed.) Edibe Sözen, Hepimiz Globaliz Hepimiz Yereliz Gutenberg Galaksi'den Zuckerberg Galaksi'ye Kitabı İçinde (s.127-146), Alfa Yayınları, 1. Basım, İstanbul:2012.
- 26.ASLAN, Pınar, "Halkla İlişkilerde Yeni Eğilimler: Sosyal Medya", Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Anabilim Dalı, Halkla İlişkiler Bilim Dalı, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul:2011.
- 27.ATAL, Deniz ve KOÇAK USLUEL, Yasemin, "İlköğretim Öğrencilerinin Okul İçinde ve Dışında Teknoloji Kullanımları", **Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, 41: 2011, s.24-35.
- 28.ATEŞ, Hülya, "Türk Eğitim Sisteminde Temel Eğitimin Gelişimi", Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eğitim Programları ve Öğretim Anabilim Dalı, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, İzmir: 1995.
- 29.ATICI, Bünyamin ve ÖZMEN, Büşra, "Blog Kullanımının Sınıf Topluluğu Duygusuna Etkisi", **Eğitim Teknolojileri Araştırmaları Dergisi**, Cilt:3, Sayı:1, 2012, s.1-12.
- 30.AVCI, Ümmühan, "Derslerde Web Günlüğü ve Viki'nin Kullanımı İle İlgili Üniversite Öğrencilerinin Görüşlerinin Karşılaştırılması", Hacettepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Ankara:2009.
- 31.AVŞAR YILMAZ, Leyla, "Motivasyon Araçlarının Çalışanların Performansı Üzerindeki Etkisi: Türk Telekom Personeli Üzerinde Bir Uygulama", Gazi Üniversitesi İşletme Anabilim Dalı, Kooperatifçilik Bilim Dalı, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Ankara:2010.
- 32.AYDEDE, Ceyda, **Sanal Ortam Günlükleriyle Blog Çağı**, Hayat Yayınları, İstanbul:2006.



- 33.AYGİN, Aslı Nur, “Performans Değerleme İle Çalışanların Motivasyonu Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Yönelik Bir Uygulama”, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı İnsan Kaynakları Yönetimi Yüksek Lisans Programı, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul:2007.
- 34.AYTEKİN, Çiğdem, “Wiki Uygulamalarına İletişimsel Yaklaşım İle Bir Model Önerisi”, **Ajit-e Academic Journal of Information Technology**, Vol:2, Num: 5, 2011.
- 35.BABUR, Aslıhan, “Eğitimde Bir Günlük Uygulaması: Weblog!”, **Akademik Bilişim’10, XII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri**, 10-12 Şubat, Muğla Üniversitesi, 2010, s. 429-437.
- 36.BABÜR TOSUN, Nurhan ve LEVİ, Eser, **Marka Topluluğu Yaklaşımında Sosyal Medyanın Kullanımı**, (Derleyenler Filiz Aydoğan ve Ayşen Akyüz), İkinci Medya Çağında İnternet Kitabı İçinde (ss.93-120), Alfa Yayınları, 1. Basım, İstanbul:2010.
- 37.BAŞ, Turgay ve TÜZÜN, Hakan, “Aday Öğretmenlerin Alan Eğitiminde Web Günlüklerinin (Blog’ların) Kullanılması”, **Uluslararası Öğretmen Yetiştirme Politikaları ve Sorunları Konferansı Bildirileri Kitabı**, Bakü-Azerbaycan, 2007, pp.34-38.
- 38.BAYKUL GÜVENCE, Saadet, “Küreselleşen Dünya’da Kalkınma Sürecinde Ab’deki ve Türkiye’deki Eğitim Finansmanının Karşılaştırılması”, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, İktisat Teorisi Bilim Dalı, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul: 2008.
- 39.BAYRAK; Fatma ve KOÇAK USLUEL, Yasemin, “Ağ Günlük Uygulamasının Yansıtıcı Düşünme Becerisi Üzerine Etkisi”, **Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, 40, 2011, s.93-104.
- 40.BODUR, Emine, “Ağ Günlüklerinin (Blogların) İşbirlikli Fen ve Teknoloji Dersindeki Başarı ve Tutumlara Etkisi: İlköğretim II. Kademe Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama”, Ege Üniversitesi Fen Bilimleri

- Enstitüsü Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, İzmir:2010.
41. BOSTANCI, Mustafa, “Sosyal Medyanın Gelişimi ve İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları”, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Kayseri:2010.
42. CEYLAN, Müyesser, “Sınıfta Motivasyon (İki Öğretmenin Sınıf İçinde Motivasyon Değişkenlerini Dikkate Alma Davranışlarının Betimlenmesi)”, Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Eskişehir:2003.
43. ÇELEBİ, Pınar, “Türkiye’de İnternet Ortamında Toplumsal Cinsiyetin Kuruluşu: Bloglar”, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Ankara:2009.
44. ÇELİK, Yüksel, “Özel Okulların Türk Eğitim Sistemine Ekonomik Katkılarının Değerlendirilmesi”, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Yönetimi ve Denetimi Bilim Dalı, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Ankara: 2006.
45. ÇETİN, Ebru, “Sosyal İletişim Ağları ve Gençlik: Facebook Örneği”, 2007, (<http://idc.du.edu.tr/tammetinler/bilim/bilim15.pdf>) Erişim tarihi:07.11.2012.
46. ÇETİN, Elif Burcu, “Halkla İlişkilerin Sosyal Medya Ortamında İncelenmesi”, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul:2010.
47. ÇUHADAR, Cem, “Oluşturmacılığa Dayalı Öğretimde Etkileşimin Blog Aracılığı İle Geliştirilmesi”, Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Öğretmenliği Programı, **Yayınlanmamış Doktora Tezi**, Eskişehir:2008.

48. DEMİREL, Turgay, “Blogların Öğretim Amaçlı Kullanımı Üzerine Öğretmen Adaylarının Görüşleri”, Atatürk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Erzurum:2010.
49. DİRİM, Cansen, “Kriz Döneminde Motivasyon Teorilerinin Geçerliliği ve Bir Uygulama”, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı İnsan Kaynakları Yönetimi Bilim Dalı, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul:2004.
50. DURAK, İbrahim, “İşletmelerde Çalışan İnsanlardan Daha Fazla Yararlanma Aracı Olarak Motivasyon Süreci ve Bir Uygulama”, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Denizli:1998.
51. DURMUŞ, Beril, YURTKORU, Serra, ULUSU, Yeşim ve KILIÇ, Bülent, **Facebook’tayız Sosyal Paylaşım Ağlarının Bireylere ve İşletmelere Yönelik İncelenmesi: Facebook Üzerine Bir Araştırma**, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 2. Baskı, İstanbul, Ekim 2010.
52. DURMUŞ, Ömer, “Eğitimde Blog Kullanımı”, **Eğitim Dergisi**, Sayı:29, Ocak 2011. (<http://www.egitirim.gen.tr/site/arsiv/65-29/561-egitimde-blog-kullanimi.html>)
53. ELMAS, Rıdvan ve GEBAN, Ömer, “21. Yüzyıl Öğretmenleri İçin Web 2.0 Araçları”, **International Online Journal of Educational Sciences**, 4(1), 2012, s.243-254. ([www.iojes.net/userfiles/Article/IOJES\\_795.pdf](http://www.iojes.net/userfiles/Article/IOJES_795.pdf))
54. ERDEM, Ali Rıza, “İlköğretimimizin Gelişimi ve Bugün Gelinek Nokta”, **Üniversite ve Toplum Dergisi**, Cilt: 5, Sayı: 2, Haziran 2005, ss.1-15.
55. ESGİN, Esad, PAMUKÇU, B. Selim, ERGÜL, Pembe ve ANSAY, Serkan, “3 Boyutlu Çevrimiçi Sosyal Ortamların Eğitimde Kullanılmasının Öğrenci Başarı ve Motivasyonuna Etkisi: Secondlife Uygulaması”, **5th International Computer & Instructional Technologies Symposium**, 22-24 September, Fırat University, Elazığ:2011.

56. FİDAN, Nurettin, **Okulda Öğrenme ve Öğretme**, Pegem Akademi, 3. Baskı, Şubat 2012.
57. GEDİKOĞLU, Tokay, “Avrupa Birliği Sürecinde Türk Eğitim Sistemi: Sorunlar ve Çözüm Önerileri”, **Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, Cilt 1, Sayı 1, Haziran 2005, ss.66-80.
58. GÜLBAHAR, Yasemin, KALELİOĞLU, Filiz ve MADRAN, Orçun, “Sosyal Ağların Eğitim Amaçlı Kullanımı”, **İnet-tr’10 XV. Türkiye’de İnternet Konferansı**, İstanbul Teknik Üniversitesi, 2-4 Aralık, İstanbul, 2010. <http://inet-tr.org.tr/inetconf15/>
59. GÜLMEZ, Eyüp, “Türk Kamu Sektöründe Performans Değerlendirme ve Kamu Görevlilerinin Motivasyonuna Etkisi”, Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Niğde:2008.
60. GÜLSEÇEN, Sevinç, GÜRSUL, Fatih, BAYRAKDAR, Betül, ÇİLENGİR, Sevgi ve CANIM, Sinem, “Yeni Nesil Mobil Öğrenme Aracı: Podcast”, **Akademik Bilişim’10, XII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri**, 10-12 Şubat, Muğla Üniversitesi, 2010, s.795-799.
61. GÜMÜŞ, Burak, **Bilişimin Siyasal Riskleri**, (Ed.) Murat Sedat Yumuşak ve İbrahim Güran, Bilgi Ekonomisi The Knowledge Economy içinde (s.297-307), İstanbul Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2011.
62. GÜNEY, Salih, **Örgütsel Davranış**, Nobel Yayın Dağıtım, 1. Basım, Ankara, 2011.
63. GÜRSEL, Musa, **Okul Yönetimi (Kuramsal ve Uygulamalı)**, Mikro Yayınları, Konya, 1997.
64. HORZUM, Mehmet Barış ve ÇAKIR BALTA, Özlem, “Farklı Web Tabanlı Öğretim Ortamlarında Öğrencilerin Başarı, Motivasyon ve Bilgisayar Kaygı Düzeyleri”, **Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, Sayı:34, 2008, s.140-154.
65. ([http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.50744b14c89d61.91814914](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.50744b14c89d61.91814914)) Erişim tarihi: 05.10.2012.

66. JARVIS, Jeff, **E-Sosyal Toplum Dijital Çağda Sosyal Medyanın İş ve Gündelik Hayata Etkisi**, Çev. Çağlar Kök, MediaCat Kitapları, İstanbul, Şubat 2012.
67. KALAFAT, Özgür ve GÖKTAŞ, Yüksel, “Sosyal Ağların Yükseköğretimde Kullanımı: Gümüşhane Üniversitesi, Facebook Örneği”, **5th International Computer & Instructional Technologies Symposium**, Fırat University, 22-24 September, Elazığ, 2011.
68. KALAYCI, Şeref, **SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikler**, Asil Yayın Dağıtım, 4. Baskı, Ankara 2009.
69. KANTEMİR TOROS, Dilara, “Pazarlama Halkla İlişkilerinde Sosyal Medya Uygulamaları”, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Halkla İlişkiler Bilim Dalı, **Yayınlanmamış Doktora Tezi**, İstanbul:2012.
70. KAPLAN, Mehmet, “Motivasyon Teorileri Kapsamında Uygulanan Özendirme Araçlarının İşgören Performansına Etkisi ve Bir Uygulama”, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Ankara:2007.
71. KARAÇOR, Süleyman, “Halkla İlişkilerde İletişim Aracı Olarak Bloglar”, **Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi**, Cilt:2, Sayı:2, 2009, s.87-99.
72. KARADEMİR, Tuğra ve ALPER, Ayfer, “Öğrenme Ortamı Olarak Sosyal Ağlarda Bulunması Gereken Standartlar”, **5th International Computer & Instructional Technologies Symposium**, Fırat University, 22-24 September, Elazığ, 2011.
73. KARAKULLUKÇU, Bayram, “Sosyal Medyaya Panoramik Bir Yaklaşım”, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, İşletme Bölümü, **Seminer Ödevi**, Eskişehir: 2012.
74. KARAKÜTÜK, Kasım, “Yaygın Eğitim Harcamalarının Değerlendirilmesi”, **Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, Cilt:23, Sayı:1, 1990, ss.195-211.

- 75.KARAL, Hasan ve KOKOÇ, Mehmet, “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amaçlarını Belirlemeye Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması”, **Turkish Journal of Computer and Mathematics Education**, Vol:1, No:3, 2010. s. 251-263.
- 76.KARAMAN, Selçuk ve KARAKUZU, Melih, “Sınıf İçi Etkinlikleri Desteklemek Üzere Web Sayfalarının Kullanımı”, **Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi**, Sayı:13, 2006, s.326-336.
- 77.KARAMAN, Selçuk, KABAN, Abdullatif ve YILDIRIM, Serkan, “Sınıf Blogu İle Grup Bloglarının Öğrenci Katılımı ve Görüşleri Açısından Karşılaştırılması”, **Eğitim Teknolojileri Araştırmaları Dergisi**, Cilt:1, Sayı:2, 2010, s.1-12.
- 78.KARAMAN, Selçuk, YILDIRIM, Serkan ve KABAN, Abdullatif, “Öğrenme 2.0 Yaygınlaşıyor: Web 2.0 Uygulamalarının Eğitimde Kullanımına İlişkin Araştırmalar ve Sonuçları”, **İnet-tr’08- XIII. Türkiye’de İnternet Konferansı Bildirileri**, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Ankara, 22-23 Aralık, 2008, s.35-40.
- 79.KARCIOĞLU, Fatih ve KURT, Esat, “Örgütsel İletişimin Etkinliği Açısından Kurumsal Bloglar ve Birkaç Kurumsal Blogun İncelenmesi”, **Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, Cilt:23, Sayı:3, 2009, s.1-17.
- 80.KARTAL, Sadık, “Türk Eğitim Sisteminde Özel Okullar”, **Mülkiye Dergisi** içinde (s.135-150), Mülkiyeliler Birliği, Sayı: 258, Cilt: XXXII, Ankara: 2008.
- 81.KAYA, Hüseyin, “Türkiye’de ve İngiltere’de Ortaöğretim Coğrafya Eğitim Öğretiminin Müfredat, Metot ve Araç- Gereçler Açısından Değerlendirilmesi”, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ortaöğretim Sosyal Alanlar Eğitimi Anabilim Dalı, Coğrafya Öğretmenliği Bilim Dalı, **Yayınlanmamış Doktora Tezi**, İstanbul: 2008.
- 82.KELEŞ, Esra ve DEMİREL, Pınar, “Bir Sosyal Ağ Olarak Fcebook’un Formal Eğitimde Kullanımı”, **5th International Computer**

- &Instructional Technologies Symposium**, Fırat University, 22-24 September, 2011.
- 83.KESKİN, Burcu, “Çalışanların Performanslarını Arttırmada Bir Araç Olarak Motivasyon ve Motivasyon Teknikleri”, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Ankara:2008.
- 84.KILIÇKAYA, Ferit, **Internet materials for English language classrooms: Videos, animations, social bookmarking and wiki pages**. In D. Demirbulak (Ed.), Practising the use of instructional technology: Material development. Germany: VDM Verlag Dr. Müller. 2010. pp.1-33.  
<http://kilickaya.scienceontheweb.net/documents/biography.html>
- 85.KOÇ, Meryem ve KARABATAK, Murat, “Sosyal Ağların Öğrenciler Üzerindeki Etkisinin Veri Madenciliği Kullanılarak İncelenmesi”, **5th International Computer &Instructional Technologies Symposium**, Fırat University, 22-24 September, Elazığ, 2011.
- 86.KOÇOĞLU, Zeynep, “Yabancı Dil Olarak İngilizce Yazma Dersinde Blog Kullanımı”, **Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi**, Cilt:42, Sayı:1, 2009, s.311-327.
- 87.KORKMAZ, Özlem, “Müzik Öğretmenlerinin Motivasyon Kaynakları ve Mesleki Tükenmişlikleri”, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Güzel Sanatlar Anabilim Dalı Müzik Öğretmenliği Bilim Dalı, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul:2004.
- 88.KORKUT, Hüseyin, **Özel Okulların Geleceği: Sorunlar ve Çözümler**, Özel Okullar ve Eğitimde Kalite içinde, Özel Okullar Derneği, ss.50-52
- 89.KÖROĞLU, Özlem, “İş Doyumu ve Motivasyon Düzeylerini Etkileyen Faktörlerin Performansla İlişkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma”, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, **Yayınlanmamış Doktora Tezi**, Balıkesir:2011.

- 90.KÖSE, Sacit, KAYA, Fatma, GEZER, Kutret ve KARA, İzzet, “Bilgisayar Destekli Kavramsal Değişim Metinleri: Örnek Bir Ders Uygulaması”, **Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, Sayı:29, Ocak 2011/1, ss. 73-88.
- 91.KUŞAY, Yeliz, **Sosyal Medyanın Gücü ve Uygulama Örnekleri**, (Derleyenler Filiz Aydoğan ve Ayşen Akyüz), İkinci Medya Çağında İnternet Kitabı İçinde (ss.61-90), Alfa Yayınları, 1. Basım, İstanbul:2010.
- 92.KUTLU, M. Oğuz, “İlköğretim Öğrencilerine ve Ailelerine Yönelik “Bilgisayar Destekli Ders Çalışma ve Öğrenme Stratejileri Eğitimi”nin Başarıya Etkisi”, **Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi**, Sayı:19, 2012, s. 212-226.
- 93.MEB Strateji Geliştirme Başkanlığı, **Cumhuriyet Döneminde Türk Milli Eğitim Sistemindeki Gelişmeler (1920-2010)**, Ankara: 2010.
- 94.MEB, **12 Yıl Zorunlu Eğitim Sorular ve Cevaplar**, Ankara 2012
- 95.ODABAŞI, H. Ferhan, MISIRLI, Özge, GÜNÜÇ, Selim, ŞAHİN TİMAR, Zeynep, ERSOY, Mehmet, SOM, Seçil, DÖNMEZ, Fevzi İnan, AKÇAY, Tayfun ve EROL, Osman, “Eğitim İçin Yeni Bir Ortam: Twitter”, **Anadolu Journal of Educational Sciences International**, 2(1), January 2012, s.89-103.
- 96.ODABAŞI, Koray ve ODABAŞI, A. Korhan, **İnternette Pazarlama ve Sosyal Medya Stratejileri**, Cinius Yayınları, 2. Baskı, Temmuz 2010.
- 97.OKTAY, Ayla ve POLAT UNUTKAN, Özgül, **Okul Öncesi Eğitimde Güncel Konular**, Morpa Yayınları, İstanbul: 2007.
- 98.ONAT, Ferah, “Bir Halkla İlişkiler Uygulama Alanı Olarak Sosyal Medya Kullanımı: Sivil Toplum Örgütleri Üzerine Bir İnceleme”, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, Güz 2010, Sayı:31, ss. 103-122.
- 99.ÖZ, Yeliz, “Yeni Bir Kurumsal İletişim Aracı Olarak Bloglar ve Türkiye’deki Yönetici Blogları Üzerine Bir Araştırma”, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, Bilişim Bilim Dalı, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul:2011.



100. ÖZGÜR, Erdem, “Performans Yönetimi İle Motivasyon İlişkisi Bir Uygulama”, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Erzurum:2006.
101. ÖZKALE, Durmuş Ali, **Ülkemizde Eğitim Sorunları ve Çözüm Önerileri Çağdaş Eğitim Sistemi (Eğitimcinin El Kitabı)**, Adana: 1999.
102. ÖZKAYA, Necdet, **Özel Öğretim Kurumlarının Eğitim Sistemimizdeki ve Sosyo Ekonomik Yapı İçindeki Yeri**, Türkiye’de ve Dünya’da Özel Öğretim Kurumlarının Eğitimdeki Yeri içinde, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Seminer 14 Ekim 1992, Yayın No: 1993-2, ss.7-23.
103. ÖZMEN, F., AKÜZÜM, C., SÜNKÜR, M. ve BAYSAL, N., “Sosyal Ağ Sitelerinin Eğitsel Ortamlardaki İşlevselliği”, **6th International Advanced Technologies Symposium (IATS’11)**, 16-18 May, Elazığ, 2011, s.42-47.
104. ÖZTÜRK, Müslüm, “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Paylaşım Sitelerini Kullanma Amaçları ve Eğitimde Kullanımıyla İlgili Görüşleri”, Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bilim Dalı, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Sakarya:2011.
105. PEKEL, Hüseyin Nail, “İşletmelerde Motivasyon-Verimlilik İlişkisi Devlet Hava Meydanları İşletmesi Antalya Havalimanı Çalışanları Arasında Bir Örnek Olay Araştırması”, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Isparta:2001.
106. RUSKIN, Heloise, **İnternet Nesli: Sosyal Ağlar Yükseliyor, Eleştirel Düşünce Düşüyor!**, (Ed.) Edibe Sözen, Hepimiz Globaliz Hepimiz Yereliz Gutenberg Galaksi’den Zuckerberg Galaksi’ye Kitabı İçinde (s.55-98), Alfa Yayınları, 1. Basım, İstanbul:2012.
107. SADIGOV, İlkin, “Azerbaycan ve Türkiye’de Ortaöğretim Coğrafya Eğitim ve Öğretiminin Müfredatlar, Metotlar ve Kullanılan

- Araç Gereçler Açısından Değerlendirilmesi”, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ortaöğretim Sosyal Alanlar Eğitimi Anabilim Dalı, Coğrafya Öğretmenliği Bilim Dalı, **Yayınlanmamış Doktora Tezi**, İstanbul: 2009.
108. SAYIMER, İdil, **Sanal Ortamda Halkla İlişkiler**, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 1. Baskı, İstanbul:2008.
109. SCOTT, David Meerman, **Pazarlamanın ve İletişimin Yeni Kuralları**, Çev. Nadir Özata, MediaCat Kitapları, 2. Baskı, İstanbul, Şubat 2010.
110. SEVİMLİ, Ömür Gözde, “Kurumsal İletişimde “Blog” Kavramına Yöneltilen Eleştiriler”, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, Halkla İlişkiler Bilim Dalı, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul:2007.
111. SHIRKY, Clay, **Herkes Örgüt İnternet Gruplarının Gücü**, Çev. Pınar Şiraz, Optimist Yayınları, İstanbul, Ocak 2010.
112. SÖZEN, Edibe, **Sosyal Medyanın Arkeolojisi**, (Ed.) Edibe Sözen, Hepimiz Globaliz Hepimiz Yereliz Gutenberg Galaksi’den Zuckerberg Galaksi’ye Kitabı İçinde (s.1-36), Alfa Yayınları, 1. Basım, İstanbul:2012.
113. SÖZER; Zeynep, “Örgüt Kültürünün İşgören Motivasyonu İle İlişkisi ve Bir Uygulama”, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İnsan Kaynakları Yönetimi Bilim Dalı, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul:2006.
114. ŞAHİN, Ali, “Türk Kamu ve Özel Kesim Yöneticilerinin Motivasyon Durumu: Kavramsal ve Ampirik Bir Çalışma (Konya Örneği)”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, **Yayınlanmamış Doktora Tezi**, Konya:2003.
115. ŞENDAĞ, Serkan, “Web’de Yeni Eğilimler: Öğrenme Ortamlarına Entegrasyonu”, **8. Uluslararası Eğitim Teknolojileri Konferansı Bildirileri Kitabı (s.995-1001)**, 1, 06-09 Mayıs, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir:2008.

116. ŞENEL; Hüseyin Can ve SEFEROĞLU, S. Sadi, “Eğitimde Ağ Günlüğü Uygulamaları: İlköğretim Bilişim Teknolojileri Dersinden Örnekler”, **9th International Educational Technology Conference (IETC2009)**, Hacettepe University, Ankara, May 6-7-8, 2009, s.142-148.
117. ŞİŞMAN, Mehmet ve TURAN, Selahattin, **Eğitim ve Okul Yönetimi**, (Ed.)Yüksel Özden, Eğitim ve Okul Yöneticiliği El Kitabı içinde (s.99-145),Pegem A Yayınları, Ankara: 2004.
118. TAPSCOTT, Don ve WILLIAMS, Anthony D., **Vikinomi Kitlesele İşbirliği Her Şeyi Değiştiriyor**, Çev. Deniz Boyraz, MediaCat Kitapları, İstanbul:2007
119. TARIMER, İlhan, ŞENLİ, Seher ve DOĞAN, Emel, “Mobil İletişim Cihazları İle Öğrenim Materyallerine Erişim Sağlayan Bir Yazılım Tasarımı”, **Bilişim Teknolojileri Dergisi**, Cilt:3, Sayı:3, Eylül 2010, s.1-6.
120. TAŞPINAR; Fatih, “Motivasyon Araçlarının İşgören Motivasyonu Üzerindeki Etkisi: Afyonkarahisar İçindeki Termal Otel İşletmelerinde Bir Araştırma”, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı İşletme Bilim Dalı, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Afyon:2006.
121. TEKİNARSLAN, Erkan ve GÜRER, Melih Derya, “Abant İzzet Baysal Üniversitesi Böte Öğrencilerinin Bilgi Paylaşımı ve Web Yayın Araçları Olarak Ağ Günlükleri Hakkındaki Görüşleri”, **Kastamonu Eğitim Dergisi**, Cilt:19, No:3, Eylül 2011, s.887-902.
122. TOPÇU, Filiz, “Türk Eğitim Sisteminin Tarihsel Gelişimi İle Yabancı Okullarının Bu Sistem Üzerindeki Etkileri”, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Yönetimi Anabilim Dalı Eğitim Yönetimi Ve Denetimi Bilim Dalı, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul: 2007.
123. ULUĞ YURTTAŞ, Özge, “Blogların Markalar Üzerindeki Gücü”, **İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi**, Cilt:1, Sayı:7, 2011a, s.107-122

124. ULUĞ YURTTAŞ, Özge, “Sosyal Medya Ortamı Olarak Second Life’da Yayınlanan Reklamların Marka Bilinirliğindeki Rolü”, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Reklamcılık ve Tanıtım Bilim Dalı, **Yayınlanmamış Doktora Tezi**, İstanbul:2011b.
125. ULUĞ, Feyzi, “Eğitim Sisteminde Değişime Yapısal Uyum Sorunları”, **Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi**, Sayı: 14, 1998, ss.153-166.
126. UYGUN, Selçuk, “Türkiye’de Düünden Bugüne Özel Okullara Bir Bakış (Gelişim ve Etkileri)”, **Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi**, Yıl:2003, Cilt:36, Sayı:1-2, ss.107-120.
127. UZUNOĞLU, Ebru, ONAT, Ferah, AŞMAN ALİKILIÇ, Özlem ve YEYGEL ÇAKIR, Sinem, **İnternet Çağında Kurumsal İletişim**, Say Yayınları, 1. Baskı, İstanbul:2009.
128. VAYNERCHUK, Gary, **Markanız İçin İnterneti Nasıl Kullanmalısınız?**, Çev. Levent Göktem, MediaCat Kitapları, İstanbul, Kasım 2010.
129. YILDIRIM, Nilay ve ÖZMEN, Büşra, “Video Paylaşım Sitelerinin Eğitsel Amaçlı Kullanımı”, **5th International Computer & Instructional Technologies Symposium**, Fırat University, 22-24 September, Elazığ, 2011.
130. YILMAZ, Hakan ve ÖZKAYNAK, Emrah, “İnternet Temelli Eğitimde Bir Motivasyon Aracı: Buz Kırıcılar”, **14. Akademik Bilişim Konferansı**, Uşak Üniversitesi, 1-3 Şubat, 2012.
131. YILMAZ, Hülya ve HUYUGÜZEL ÇAVAŞ, Pınar, “Fen Öğrenimine Yönelik Motivasyon Ölçeğinin Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması”, **İlköğretim Online**, 6(3), 2007, s.430-440. <http://ilkogretim-online.org.tr>.
132. YILMAZ, Mustafa Kemal, “Stres ve Motivasyonun Satış Gücünün İş Tatmini Üzerindeki Etkisi: Erzurum’daki İlaç Satış Mümessilleri Üzerinde Bir Uygulama”, Atatürk Üniversitesi Sosyal

- Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Erzurum:2006.
133. YİĞİT, Hicran Burcu, “Sosyal Medyada Marka Farkındalığı Oluşturma”, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Anabilim Dalı, Reklamcılık ve Tanıtım Bilim Dalı, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul:2011.
134. YÜRÜTÜCÜ ÖZTOPÇU, Aslı, “Okul Öncesi ve İlköğretim Sürecindeki Eğitimde Bilişim Teknolojilerinin Önemi”, **İnet’03 İnternet Konferansı**, 12-13 Aralık, İstanbul, 2003.
135. ZAFARMAND, Nafiseh, “Halkla İlişkiler Alanında Yeni Mecra ve Uygulamaların Yeri ve Önemi: Sosyal Medya ve PR 2.0”, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Ankara:2010.
136. (<http://tr.wikipedia.org/wiki/Blogosfer>) Erişim tarihi: 01.12.2012.
137. (<http://web-2-0-araclari-ue.wikispaces.com/Folksonomi>). Erişim tarihi: 19.11.2012.
138. AŞMAN ALİKILIÇ, Özlem, **Halkla İlişkiler 2.0 Sosyal Medyada Yeni Paydaşlar, Yeni Teknikler**, Efil Yayınevi, 1. Basım, Ekim 2011.
139. ATICI, Bünyamin ve YILDIRIM, Serkan, “Web 2.0 Uygulamalarının E- Öğrenmeye Etkisi”, **Akademik Bilişim’10, XII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri**, 10-12 Şubat, Muğla Üniversitesi, 2010, s.369-373.
140. ÇEVİKEL, Tolga, “Web 2.0, Bloglar ve Gazetecilik: Türkçe Politik Blogların Profesyonel Medya ve Gazetecilikle İlişkisi”, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, Genel Gazetecilik Bilim Dalı, **Yayınlanmamış Doktora Tezi**, İstanbul:2010.
141. DEPERLİOĞLU, Ömer ve KÖSE, Utku, “Web 2.0 Teknolojilerinin Eğitim Üzerindeki Etkileri ve Örnek Bir Öğrenme Yaşantısı”, **Akademik Bilişim’10, XII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri**, 10-12 Şubat, Muğla Üniversitesi, 2010, s.337-342.  
<http://ab.org.tr/ab10/bildiri/175.doc>.

142. ELDENİZ, Levent, **İkinci Medya Çağında Etkileşimin Rolü ve Web 2.0**, (Derleyenler Filiz Aydoğan ve Ayşen Akyüz), İkinci Medya Çağında İnternet Kitabı İçinde (ss.18-35), Alfa Yayınları, 1. Basım, İstanbul:2010.
143. GILCHRİST, Alan, "Can Web 2.0 Be Used Effectively In Organizations?", (Çev.)Mustafa Sağsan, **Bilgi Dünyası**, Cilt:8, Sayı:1, 2007, s.140-154.  
(<http://www.unak.org.tr/BilgiDunyasi/gorusler/2007/Cilt8/Sayı1/140-154.pdf> )
144. HORZUM, Mehmet Barış, "Öğretmenlerin Web 2.0 Araçlarından Haberdarlığı, Kullanım Sıklıkları ve Amaçlarının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi", **Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi**, Cilt:7, Sayı:1, Yıl:2010, s.603-634.
145. TÜZÜN, Hakan, "Programlama 2.0: Programlama Eğitiminde Yenilikçi İnternet Teknolojilerinin Kullanılması", **Akademik Bilişim'07, IX. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri**, 31 Ocak- 2 Şubat, Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya, 2007, s.185-192.
146. (<http://www.courseworkmojo.co.uk/web-3.0-is-a-clear-development-from-web-1.0-and-web-2.0/>) Erişim tarihi: 04.11.2012.
147. DEMİRLİ, Cihad ve KÜTÜK, Ömer Faruk, "Anlamsal Web (Web3.0) ve Ontolojilerine Genel Bir Bakış", **İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi**, Yıl:9, Sayı:18, Güz 2010, s. 97-108
148. GÖKÇEARSLAN, Şahin, "Semantik Web (Web 3.0) ve Eğitim Amaçlı Kullanımı", **Eğitim Teknolojileri Araştırmaları Dergisi**, Cilt:2, Sayı:4, 2011, s.(1-15).
149. YAĞCI, Yalçın, "Web Teknolojisinde Yeni Bilgi Fırtınası: Web 3.0", **Bilgi Çağında Varoluş: "Fırsatlar ve Tehditler"**, **Üniversite ve Araştırma Kütüphanecileri Derneği (ÜNAK'09) Toplantısı**, Yeditepe Üniversitesi, İstanbul, 01-02 Ekim 2009, s.138-147.
150. ([http://mevzuat.meb.gov.tr/html/2440\\_0.html](http://mevzuat.meb.gov.tr/html/2440_0.html))Erişim tarihi:12.10.2012

151. (<http://tr.wikipedia.org/wiki/Folksonomi>). Erişim tarihi: 19.11.2012.
152. (<http://www.alexa.com/siteinfo/Flickr.com>) Erişim tarihi: 20.11.2012.
153. (<http://bto401mmsi.blogspot.com/2006/12/eitimde-blog-ve-wiki-kullanmlar.html>) Erişim tarihi: 02.12.2012.
154. (<http://www.infobik.com/2011/03/maslowun- ihtiyaclar-hiyerarstisi-teorisi/>) Erişim Tarihi: 27.01.2013
155. (<http://nasuherturan.com/index.php/2011/03/28/bloglar-ve-egitim/>) Erişim tarihi: 07.12.2012.
156. (<http://www.sosyalmedyalar.org/2012/02/facebook-2012-yl-istatistikleri.html>)Erişim tarihi: 07.11.2012.
157. (<http://mevzuat.meb.gov.tr/html/88.html>)Erişim tarihi:09.10.2012.
158. (<http://tdkterim.gov.tr/bts/>).Erişim tarihi: 03.11.2012.
159. (<http://sosyalmedya-danismani.com/>)Erişim tarihi: 05.11.2012.
160. (<http://newsroom.fb.com/Key-Facts>). Erişim tarihi: 08.11.2012.
161. (<http://delicious.com/about>). Erişim tarihi: 19.11.2012.
162. (<http://tr.wikipedia.org/wiki/Flickr>) Erişim tarihi: 20.11.2012.
163. ([http://tr.wikipedia.org/wiki/World\\_Wide\\_Web](http://tr.wikipedia.org/wiki/World_Wide_Web)).Erişim tarihi: 04.11.2012.
164. ([http://egitimbilgisi.tr.gg/ogretim\\_nedir.htm](http://egitimbilgisi.tr.gg/ogretim_nedir.htm))Erişim tarihi: 09.10.2012
165. ([http://mevzuat.meb.gov.tr/html/27587\\_0.html](http://mevzuat.meb.gov.tr/html/27587_0.html))Erişim tarihi: 11.10.2012.
166. (<http://www.tbmm.gov.tr/anayasa/anayasa24.htm>)Erişim tarihi:11.10.2012.
167. ([http://mevzuat.meb.gov.tr/html/26434\\_0.html](http://mevzuat.meb.gov.tr/html/26434_0.html))Erişim tarihi: 12.10.2012.
168. (<http://tr.wikipedia.org/wiki/E%C4%9Fitim>)Erişim tarihi: 09.10.2012

169. (<http://www.manpower.com.tr/raporlar.asp>) Erişim tarihi:  
25.11.2012.



## EKLER

### EK 1: VALİLİK ONAYI



T.C.  
İSTANBUL VALİLİĞİ  
İl Millî Eğitim Müdürlüğü

Sayı : B.08.4.MEM.0.34.14.00-020-/ 135011  
Konu : Anket (Emine ÇAKIROĞLU)

15/10/2012


#### VALİLİK MAKAMINA

- İlgi : a) İst. Aydın Üniversitesinin 14.09.2012 gün ve 3255 sayılı yazısı  
b) MEB Yenilik ve Eğitim Teknolojileri Genel Müdürlüğü'nün 07.03.2012 tarihli ve 2012/133616 sayılı Genelgesi.  
c) Millî Eğitim Komisyonununun 10.10.2012 tarihli tutanağı.


İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İnsan Kaynakları Yönetimi Yüksek Lisans öğrencisi Emine ÇAKIROĞLU'nun "Özel Eğitim-öğretim kurumlarında ders aracı olarak blog kullanımının öğrencinin motivasyonuna ve bağlılığına etkisi" konulu tezine dair, Anket çalışmasını ilimiz Anadolu Yakasında yer alan özel eğitim kurumlarında öğrenim gören öğrencilere blog kullanımına ilişkin motivasyon ölçeği, okula bağlılık ölçeği, demagojik bilgi formu (12 madde) Anketi uygulama isteği hakkındaki ilgi (a) yazı ve ekleri müdürlüğümüzce incelenmiştir.

Yüksek lisans öğrencisi Emine ÇAKIROĞLU'nun söz konusu talebi; bilimsel amaç dışında kullanılmaması, Eğitim ve Öğretimi aksatmaması koşuluyla, okul idarelerinin denetim, gözetim ve sorumluluğunda ilgi (b) Bakanlık emri esasları dâhilinde uygulanması, sonuçtan Müdürlüğümüze rapor halinde (CD formatında) bilgi verilmesi kaydıyla Müdürlüğümüzce uygun görülmektedir.

Makamlarınızca da uygun görüldüğü takdirde Olurlarınıza arz ederim.

  
Dr. Muammer YILDIZ  
Millî Eğitim Müdürü

O J. U R  
.../10/2012

  
Günay ÖZDEMİR  
Vali a.  
Vali Yardımcısı

NOT: Verilecek cevapta tarih, numara ve dosya numarasının yazılması rica olunur.  
STRATEJİ GELİŞTİRME BÖLÜMÜ E-Posta: sgb34@meb.gov.tr  
ADRES: İl Millî Eğitim Müdürlüğü D Blok Bab-1 Ah Cad. No:13 Çağaloğlu  
Telefon: Snt.212 455 04 00 Dahili: 239, Faks: 212 520 05 64 Şb.Md.: 212 511 16 65

5070 Sayılı Kanuna Göre GÜNAY  
ÖZDEMİR tarafından  
54213460994996716 SeriNo.lu  
Serifilma ile 15.10.2012 14:04:29  
Tarihinde Elektronik Olarak  
İmzalanmıştır.

## EK 2: ANKET FORMU

Sayın Katılımcı,

Bu araştırma ders aracı olarak blog kullanımının motivasyonunuza ve bağlılığınıza yönelik etkilerini ölçmeye yönelik olarak yapılmaktadır.

Çalışma iki bölümden oluşmaktadır. Bu bölümde bazı bilgilerinizi belirtmenize yönelik ifadelere yer verilmiştir. İsim yazmanıza gerek yoktur. Lütfen ifadeleri boş bırakmadan işaretleyiniz.

Katkılarınız için teşekkür ederim.

### Kişisel Bilgiler

#### 1. Cinsiyetiniz

- a. Kız   
b. Erkek

#### 2. Yaşınız

- a. 10   
b. 11   
c. 12   
d. 13   
e. 14 ve üstü

#### 3. Sınıfınız

- a. 5   
b. 6   
c. 7   
d. 8   
e. Diğer  Belirtiniz: .....

#### 4. Okulunuz: .....

#### 5. Kendinize ait bilgisayarınız var mı?

- a. Evet   
b. Hayır

#### 6. Eğer bilgisayarınız var ise internet bağlantınız var mı?

- a. Evet   
b. Hayır

#### 7. İnternete ne sıklıkla bağlıyorsunuz?

- a. Her gün   
b. Haftada birkaç gün   
c. Haftada bir   
d. Nadiren   
e. Hiç bağlanmıyorum



**8. Derslerinizde blog kullanıyor musunuz ?**

- a. Evet   
b. Hayır

**9. Hangi derslerinizde sıklıkla blog kullanıyorsunuz?**

- a. Başarılı olduğum derslerde kullanıyorum   
b. Başarısız olduğum derslerde kullanıyorum   
c. Her ikisinde de kullanmıyorum   
d. Her ikisinde de kullanıyorum

**10. Daha önce hiç bir blogta yorum yaptınız mı?**

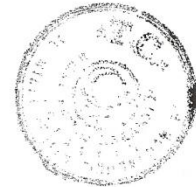
- a. Hayır, blog nedir bilmiyorum   
b. Hayır ama blogun ne olduğunu biliyorum   
c. Evet, birkaç kez yaptım   
d. Evet, düzenli bir blog yorumcusuyum

**11. Blogların ders aracı olarak kullanılması gerektiğini düşünüyor musunuz?**

- a. Evet   
b. Hayır

**12. Blog kullanımı hangi dersleri daha verimli hale getirebilir?( Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz )**

- a. Sosyal Bilimler ( Tarih, Coğrafya vb.)   
b. Fen Bilimleri ( Fizik, Kimya vb.)   
c. Dil Bilimleri ( Türkçe, İngilizce vb.)   
d. Bilgisayar ile ilgili dersleri   
e. Bütün dersler



*M*

### Blog Kullanımına İlişkin Motivasyon Ölçeği

Aşağıda yaşamımızla ilgili bir takım yargı cümleleri verilmiştir. Bu yargılara ne derece katıldığımızı aşağıdaki ölçeğe göre, her ifadenin yanındaki uygun kutucuğu işaretleyerek gösteriniz.

- 1 = HİÇ KATILMIYORUM  
2 = KATILMIYORUM  
3 = KARARSIZIM  
4 = KATILYORUM  
5 = TAMAMEN KATILYORUM

NO:	İFADELER	1	2	3	4	5
1	Ders aracı olarak blog kullanmak benim için bir hobi gibidir.					
2	Blog kullanmak sıkılmama yol açmayacak derecede ilginçtir.					
3	Arkadaşlarım bana göre blog kullanmaktan daha çok hoşlanıyormuş gibi görünüyorlar.					
4	Blog kullanmayı pek keyifli bulmuyorum.					
5	Blog kullanmayı boş zamanlarımdan daha çok seviyorum.					
6	Genelde blog kullanmaktan sıkılırım.					
7	Blog kullanmaktan çok memnunum.					
8	Çoğu zaman blog kullanımı konusunda kendimi zorlamam gerekiyor.					
9	Blog kullanmaktan şimdilik memnunum.					
10	Blog kullanmanın yapabileceğim diğer işlerden daha fazla ilgi çekici olmadığını düşünüyorum.					
11	Blog kullanmayı kesinlikle sevmiyorum.					
12	Çoğu kişiye göre blog kullanırken daha mutlu olduğumu düşünüyorum.					
13	Çoğu gün blog kullanırken hevesliyimdir.					
14	Her blog kullanımı bana hiç bitmeyecekmiş gibi geliyor.					
15	Ortalama öğrencilere göre blog kullanmayı daha çok seviyorum.					
16	Blog kullanmak hiç ilgi çekici değil.					
17	Blog kullanmayı gerçekten eğlenceli buluyorum.					
18	Pişmanım, keşke blog kullanmaya hiç çalışmasaydım.					

Bu ölçek, Brayfield&Rothe, 1951 İş Doyumu Ölçeği ile Allen&Meyer, 1990 Kuruma Bağlılık Ölçeğinden yararlanılıp uyarlanarak, tarafımda hazırlanmıştır.

