

Received-Makale Geliş Tarihi 11.06.2024
Published-Yayınlanma Tarihi 31.08.2024
Volume-Cilt (Issue-Sayı), ss/pp 11(110), 1543-1554

Research Article /Araştırma Makalesi
10.5281/zenodo.13625555

Doç. Dr. Buğra Zengin

<https://orcid.org/0000-0002-7443-5256>

Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, İngiliz Dili ve Edebiyatı Bölümü, Tekirdağ / TÜRKİYE
ROR Id: <https://ror.org/01a0mk874>

Dr. Öğr. Üyesi Rabia Korkmaz Tan

<https://orcid.org/0000-0002-3777-2536>

Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Çorlu Mühendislik Fakültesi, Bilgisayar Mühendisliği Bölümü, Tekirdağ / TÜRKİYE
ROR Id: <https://ror.org/01a0mk874>

Dr. Öğr. Üyesi Oya Mert Coşkun

<https://orcid.org/0000-0002-8791-3341>

Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Matematik Bölümü, Tekirdağ / TÜRKİYE
ROR Id: <https://ror.org/01a0mk874>

Google Arama Komutlarının Metaforlarda Yansıması¹

Reflection of Google Search Commands in Metaphors

ÖZET

Bilişsel olarak aşırı yüklemeye neden olan bilgilendirici araç kalabalığı amacı olumsuz etkilemektedir ve eğitimde bunun negatif sonuçlarına karşı tedbir alınmalı, çözümler geliştirilmelidir. Çeşitli akademik konulardaki açık erişim kaynaklarına ulaşmak ve bu kaynaklardan içerik üretmek açısından yüksek potansiyeline rağmen, arama motorlarının komutlar özelinde azami verim alma konusunda bu potansiyelinin en etkin şekilde nasıl harekete geçirileceği sorusunu araştıran çalışma sayısı oldukça azdır. Bu eksikliği giderme yönünde katkı sağlamak amacıyla Google komutlarının nasıl kullanılacağı önceden öğretilen bir öğrenci grubundan Google arama becerileri konusundaki kavramsallaştırma biçimlerini yansıtan bir metafor sunmaları istenmiştir. Öğrencilerin yazdıkları metafor için bir gerekçe sunmaları istenmemesine rağmen çoğu açıklayıcı bir neden eklemiştir ve bu ek bilgi doğal yapısı gereği öğrencinin ne demek istediğini ön plana çıkaran metafor cevabıyla örtüşmüştür. Öğrencilerin cevap olarak yazdıkları metaforların ön plana çıkan niteliklerinin birbiriyle örtüşen birkaç tematik başlık altında toplanabileceği ve genelleme imkânı verdiği görülmüştür. Öğrencilerin Google arama komutlarına dair tutumlarının derinliğine inme yolu olarak yine öğrencilerin bu konudaki kavramsallaştırma biçimlerini yatay kesen metaforların derinlikli analiz araçları işlevi gördüğü bu eylem araştırmasında öne çıkan sonuç, Google arama komutlarının içerik erişim ve üretiminde süreçlere hız katan, ilgilenilen konulara odaklanmayı kolaylaştıran bir rehberlik işlevi gören, bağımsız öğrenmeye destek veren eğitim araçları olduğudur. Öğrencilerin gerçek düşüncelerini ifade etmekte zorlandıkları durumlarda öğretmenler, onların düşüncelerinin derinliğini araştırmak için eylem araştırmasında metafor analizini uygulayabilirler.

Anahtar Kelimeler: Google komutları, Metafor analizi, Uygulamalı dilbilim, PAH döngüsü.

ABSTRACT

Google search operators (GSOs) are a promising research topic for accessing open-access resources in various academic subjects, producing content from these resources, and testing the accuracy and appropriateness of the language of instruction. However, there has been insufficient research conducted on this subject. To address this issue, English language and literature students in their first year at a Turkish university were instructed on the use of GSOs. They were then tasked with providing a metaphor that reflects their understanding of these operators. Although the students were not required to provide a justification for the metaphor they wrote, most of them added an explanation. This additional information overlapped with the metaphor answer, emphasising what the student meant. The metaphors analysis conducted demonstrated that the prominent qualities of the metaphors written by the students can be grouped under several overlapping thematic headings, allowing for generalisation. In this action research aiming to have deep insight into students' attitudes towards GSOs through their metaphors that function as deep analysis tools cutting horizontally across their conceptualisations, the main findings can be summarised as that GSOs can be used as educational tools to speed up the processes of content access and production, functioning as counseling tools to facilitate the focus on topics of interest and support independent learning.

Keywords: Google operators, Metaphor analysis, Applied linguistics, PAH cycle.

¹ Bu makale, 16 – 18 Şubat 2024 tarihleri arasında Anadolu 14. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresinde sunulan bildiri özetinin revize edilmiş ve genişletilmiş halidir.

1. GİRİŞ

Eğitim süreci durağan bir gölden ziyade dinamik bir nehirdir (Hase, 2001). İşte bu metafora paralel olarak, medeniyetin akan nehrine karşı durulamayacağı gerçeği düşünüldüğünde, bu gerçeğe göre politika yaparak bağımsız öğrenme kültürünün geliştirilmesi ve korunmasına büyük önem verilmesi gerekir. Öğrencilerin öğrenme süreçlerini kendilerinin yönlendirmeleri (öz-yönlendirme) hedefine ulaşmalarını kolaylaştırması rolüyle zihniyetine pedagojinin yanında andragojiyi dahil edip içselleştiren eğitim camiasının hetagojinin doğru kavramsallaştırması ve uygulanması noktasında fikir üretmesini ve bu fikirlerin ürünlerini test etmesini teşvik edici çalışmalar yapmak yarar sağlayacaktır.

Hetagoji öğrencilerin kendi öğrenmelerinde belirleyici rol üstelenecek şekilde sorumluluk aldıkları öz-belirlemeli öğrenmedir (Hase ve Kenyon, 2000) ve ilkesel köklerinin bulunduğu andragojinin bir uzantısıdır (Blaschke ve Hase, 2015). Öğrenme özerkliğinin en etkili versiyonunun zihinde canlanacağı bir aktarım yapmak gerekirse, bir ucunda bilgi aktarımının olduğu ve öğretmen kontrolü ağırlıklı pedagoji, öğretmenin kolaylaştırıcı rolünün öncelendiği öğretmen-öğrenci ilişkisinin öğrencinin öz-yönlendirmesiyle sonuçlandığı andragojinin ortada konumlandırıldığı ve diğer uca öğrencinin kendi öğrenme sürecinde belirleyici rol aldığı hetagojinin olduğu dairesel bir devamlılık çizgisi görselini zihinde canlandıran kavramsallaştırmasıyla Blaschke (2012) bu üç bakış açısının imkanlarından optimum bir şekilde yararlanılmasına yardım eden bir rehberlik yapmıştır. Hase ve Kenyon tarafından keşfedilmiş bir yeni model olan hetagojiden azami verim alabilmenin yolu hetagojinin pedagoji-andragoji-hetagoji (PAH) döngüsü içinde değerlendirilmesinden geçmektedir.

Blaschke (2012), Canning'in (2010) zeminde pedagoji ortada andragoji ve üst kısımda hetagojinin konumlandırıldığı piramit grafiğini uyarlayarak bu fikri tek yönlü doğrusal (linear) çizgi yerine esneklik, dinamiklik ve çeşitliliği yansıtan bir dairesellik ile sürecin daha doğru temsil edilebileceği şekilde zihnimizde canlandırmayı amaçlamıştır. Bu dairesel imgede öğretmen kontrolü ve ders/kurs yapısıyla öne çıkan pedagoji ile öğrenci olgunluğu ve özerkliğinin etkin olduğu hetagoji arasında kademeli ve çift yönlü gidiş gelişlerin yansımaları vardır (Blaschke ve Hase, 2019) bu dairesel dinamikte yer alan eğitim programı bileşenleri arasında öğrencinin kendi gereksinimlerine bağlı olarak ilerlediği, gerekirse yön değiştirdiği, bir hareketinin söz konusu olduğunu belirtir.

Hetagojinin öğrencilerin kendi öğrenme süreçlerinin belirleyicisi olma yönündeki tekamülleri açısından yararlı bir strateji olduğuna inanan Akyıldız (2019, s. 151) bu yararın özellikle yüksek öğretim düzeyinde olduğuna dikkat çekmiştir. Örneğin Kaur Sidhu, Ruofei, ve Md Nawi (2023) doktora (eğitim) öğrencilerinden oluşan bir gruba akademik okuma becerisi eğitimlerinin altı aylık bir PAH döngüsü içinde yürütülmesiyle hem akademik okuma becerilerinde gelişme kaydedilmiş hem de genel lisansüstü başarısı konusunda güven duygusunun artması sağlanmıştır. Betimsel ve çıkarımsal istatistik ve tematik analizler sonucunda elde edilmiş “bulgularının altında yatan anlam, PAH döngüsünün yetişkin, olgun lisansüstü öğrencilerinin lisansüstü eğitimi temel yetkinliklerini geliştirmeye yardımcı olacak şekilde uygulanabildiği ve geçerli bir öğretim/öğrenim çerçevesi oluşturduğudur” (Kaur Sidhu ve ark., 2023).

Yukarıda bahsi geçen örneklerin işaret ettiği vizyonun hayata geçmesi, bir başka deyişle eyleme geçirilmesi için, önerilebilecek stratejilerden biri öğretim dili aracı olarak Türkçeye ilaveten başvuru alan İngilizce dili alanında çalışan uzmanların uygulamalı dilbilimin disiplin ötesi ya da multidisipliner bakış açısı zenginliğiyle dil-dışı alan uzmanlarıyla da işbirliği yaparak hem alan bilgisi içerikleri hem de içeriklerin öğretim dilinin öğretimi ve öğreniminde Google arama komutlarının öğrenciler tarafından öğrenme özerkliğinde de geliştirecek şekilde bağımsız olarak kullanımı becerilerinin geliştirilmesidir.

Böyle bir stratejinin eyleme geçmesine katkıda bulunmak amacıyla, bu çalışmada öğrencilerin hem öğretim içerikleri hem de bu içeriklerin öğretilmesinde kullanılan dillerle ilgili bilgi erişim, kullanım ve üretimlerinde Google arama komutları özerk öğrenme hedefiyle öğrenciler için bir danışma aracı olarak kullanılabilir mi sorusu araştırılmıştır.

Bu tip sorulara cevap bulmanın en kolay yollarından bir tanesi metaforlar aracılığıyla ilerlemektir. Türk Dil Kurumunun (TDK) (TDK, 2023) Güncel Türkçe sözlüğünde Türkçede mecaz olarak da geçen metaforun iki anlamını sunmuştur. Bunlardan birincisi edebiyatı da içeren bir tanımdır: “Bir ilgi veya benzetme sonucu gerçek anlamından başka anlamda kullanılan söz” İkincisi ise bir kelimeyi veya kavramı kabul edilenin dışında başka anlamlara gelecek biçimde kullanma; metafor. Eğitimde metaforlar, soyut bir kavramı görselleştirmek ve daha somut bir şekilde betimlemek için kullanılabilir (Singh, 2010: akt. Hacıfazlıoğlu, Karadeniz ve Dalgıç 2011).

Metafor analizi yoluyla öğretmenlikle ilgili tutum ve bakış açılarını sergileyen çalışmalar yürütülmüştür. Öğretmenlerin ve öğretmen adaylarının sınıf-içi uygulamalar, öğretmen ve öğrenci arasındaki etkileşimler, öğretim ve öğrenimdeki tekamülle ilgili tutumları incelenmiştir (Leavy, McSorley, & Boté 2007). Yeni öğretmenlerin mesleki kimlikleriyle ilgili araştırmalar arasında metafordan yararlanılmalardan birini yürütmüş olan Thomas ve Beauchamp (2011) metaforlar sayesinde kazanılabilen derin içgörülerle öğretmenlerin bilişsel süreçleri ve inançlarına dair bilgi sahibi olunabileceğini göstermişlerdir. Ayrıca, öğretmen kavramını araştırmak amacıyla gerçekleştirilmek için elde ettikleri metaforlarla Oxford Tomlinson, Barcelos, Harrington, Lavine ve Saleh (1998) metaforun önemli bir araştırma aracı olarak işlev gördüğünün örneklerinden biridir. Bu metaforlar arasında kişisel gelişimin kolaylaştırıcıları, toplumsal ihtiyaçlarını temel alarak öğrencilerini şekillendiren toplum mühendisleri, demokratik toplumun yaratılması görevi verilen toplumsal reformcular vardır. Öğretmenleri betimlemede metaforlardan yararlanan diğer bir çalışmada Guerrero ve Villamil 'in (2002) metafor bulguları arasında bilgi sağlayıcıları, yenilik yapan insanlar, işbirlikçi liderler, sanatçılar, onarıcılar vardır.

Öte yandan öğretmenlerin kullandığı araçlarla ilgili de metafor analizi yapılabilir. Örneğin, Zengin ve Aydın Yıldız'ın (2024) çalışmasında sesli betimleme teknolojisinin dil öğrenim süreçlerinde kullanılması sonrası öğrenciler bu deneyime imkân veren sesli betimleme aracıyla ilgili görüşlerini gerekçeleriyle birlikte sundukları metaforlarla yansıtmışlardır.

Google arama komutlarıyla ilgili çeşitli olumlu sonuçlar elde edilmiştir. Örneğin, Şahin, Doğan ve Çermik (2009), Nurmukhamedov ve Olinger (2013, s. 127), Guo ve Zhang (2007), Chinnery (2008), Robb (2003), Zengin ve Kahraman (2022), Zengin (2023). Bu çalışmada literatüre yeni bir bakış açısıyla katkıda bulunmak için metafor analizinin uygulanması ele alınmıştır.

2. YÖNTEM

Çalışmada kolay ulaşılabilir durum örnekleme stratejisi kullanılmıştır (Dornyei, 2007). Türkiye de ki bir devlet üniversitesinin İngiliz dili ve edebiyatı öğrencilerinin öğrenmeye devam ettikleri İngilizceyi, özellikle doğal dilin sözcük dizilimleri boyutunda, geliştirmeleri ve ilgi alanları dahilindeki yararlı bilgileri öğrenmede Türkçenin yanında İngilizceden de araç-dil olarak faydalanmaları için Google arama komutlarıyla tanıştırmaları sonrası ulaştıkları kavramsallaştırmalar metafor analiziyle incelenmiştir. Araştırmalarda amaç katılımcıların görüş, tutum ve inançlarını elde etmekse bunların iletimi başarısı önemlidir. Ortony (1993) metaforun anlatımsallık işlevi, özlülük işlevi ve berraklık işlevini sıralayarak metaforun iletişim gücünün altını çizer. Bu özellikler iletimde metafordan yararlanılmasına gerekçe sağlamak açısından önemli niteliklerdir.

Google komutlarına ihtiyaç duyulabilecek çeşitli durum simülasyonlarına özel çevrimiçi arama sorgusu örneklerinin gösterilmesi sonrası Google arama becerilerinin bir mecazla yansıtılması istenen 84 kişiden cevabı mecaz olarak sunan 54 kişiden alınmıştır. Ek olarak on bir (11) kişinin cevabı benzetme olmuştur. Bu cevaplar da fikir verdiği için bulgulara on bir (11) kişinin verisi de dahil edilmiştir. Bu veriler metafor analizi ile işlenmiştir. Metaforun gerçek düşüncelerin ifade edilmesinden çekinilmesi veya kaçınılması durumlarında görüş veya tutumların gerçekte ne olduğuna dair fikir vermesi araştırma aracı olarak kullanılması avantajını beraberinde getirir.

Metaforlar bilgi aktarımında kavramayı kolaylaştıran arabuluculardır. Arabuluculuk işlevi araştırmalarda katılımcıların görüş ve tutumlarının gerçekte ne olduğunun anlaşılmasında kendini gösterir. Eylem araştırmaları da dahil olmak üzere görüş ve tutumların öğrenilmesi işlevini bir metaforla anlatmak gerekirse Zengin ve Yıldız'ın (2023, s. 354) bildirimlerinde kullanılan ifadeyle 'turnusol' kâğıdı (turnusol: bir sıvının asit mi alkali mi olduğunu öğrenmek için kullanılan boya) iyi bir örnek teşkil eder.

İnsanların mecazla (metaforla) yapılandırılmış düşünce süreç ve kavramsal sistemleri olduğu argümanının çok zengin örnekleri bulunan *Metaphors We live by* kitabı (Lakoff ve Johnson, 2003) metafor analizinin geçerli bir analiz olduğunu gösteren ana kaynaklardan biridir. Bu esere de atıf yapan (Özge Hacıfazlıoğlu ve ark., 2011) Hacıfazlıoğlu, Karadeniz ve Dalgıç'a (2011, s. 100) göre bu nedenlerle "eğitimde, insanların belirli bir olguya ilişkin algılarının betimlenmesinde metaforlar sıklıkla kullanılmaya başlanmıştır." Metaforların öğretimin pek çok alanı için kullanılmasına verilebilecek örneklerden bazıları "pedagojik bir araç, bir yansıtma aracı, değerlendirme aracı, bir araştırma aracı" olmakla birlikte "program kuramı, zihinsel model, keşfetmede bir araç ve öğretimde değişim için bir araç" olarak kullanımları da vardır (Saban, 2006: akt. Hacıfazlıoğlu, Karadeniz ve Dalgıç, 2011, s. 100).

Çalışmada kullanılan başlıca eğitim teknolojileri araçları Google arama komutlarıdır, bu komutlarla oluşturulan sorgular Google arama motoru kullanılarak geliştirilmiştir. Geliştirilmiş bu sorgular Google

arama motoruyla uyumluluk gösterir. Yahoo, Bing vb. arama motorları yerine Google arama motoru tercih edilmesi gerekir.

3. BULGULAR

Aşağıdaki başlıklar altında gruplandırılan metaforlar, Google arama komutlarını becerili bir şekilde kullanarak oluşturulan çevrimiçi arama sorguları olarak da açabileceğimiz Google arama becerileri (GAB) konseptindeki niteliklerle örtüşen kısımlarını bir başka deyişle küme kesişimlerini yansıtmaktadır. Anlamsal olarak birbirleriyle daha çok örtüşen metaforların listede de bunu yansıtacak şekilde yan yana yazılmasına gayret gösterilmiştir. Metaforlar öne çıkan özellikleriyle Google arama becerisi konseptiyle bağlantılandırılacak şekilde sunulmuştur.

Google arama sorgusu (GAS) devasa enformasyon verisi arasından ulaşılması amaçlanan spesifik alanla ilgili içeriklere ulaşmamıza sağlayan becerilerdir. Google arama sorgularından yüksek beceriyle yararlanılmasında öğretmenlerin yüksek nitelikli rehberlik etkilerini gören görece çok sayıda katılımcı vardır. Anneler de öğrenme süreçlerinde etkileşimleriyle zihinsel gelişmede aşama kaydetmede, öğrenmenin çoğunun olduğu enformel ortamlarda önemli rol oynamaktadırlar. Rehber, turist rehberi, öğretmen doğrudan rehberliğe vurgu yapmaktadır. Gidilecek yönü biliriz pusulamız şaşırılmaz. Hangi yolun takip edileceğini noktasında bilinçli olmak yararlıdır. Öğretmenler teknik geliştirme noktasında öğrencilere yardım ederek öğrenme süreçlerini etkin kılarlar. Bilgelğe giden yola girmemizi sağlarlar. Hakiki bilgiye erişim için ihtiyaç duyulanın azamisini vermeye çalışırlar. Bilgi açısından evrilme sürecini yansıtan literatürde tarih kayıtlarına benzetilebilir, ders alınacak noktalar vardır. Örneğin bir İngilizce öğretmeni yöntem tarihindeki bağlamları içinde değerlendirecek donanıma sahip olması beklenir. Rehberlik etkisi aydınlanmadır, aydınlanma özgürleşmedir ve zihinsel berraklığın olduğu vizyon açısından açık bir penceredir, kapıları açacak anahtar kod-açma veya deşifre etme etkiye sahip olur. Sözlüklerde terimler, bilimsel konseptler en doğru şekilde tanımlanır, sözlüğün doğru tanımlama işlevi hayatidir. Örneğin kavramlara her akademisyen aynı anlamı yüklemese sosyal kurum olan bilimde iletişim sorunları çıkma ihtimali ortaya çıkar ve aynı dilin konuşulmasında önemli sorunlar çıkar. Metafor listesinde üç tane sözlük geçen metafor vardır. Yetişkin öğrenmesinde materyal geliştirmeciler tarafından gizem unsuru kullanılması mümkündür, bulmaca metaforu da bu noktayı yansıtmaktadır.

3.1. Rehber (12 kadın, 8 erkek)

Guide [Rehber K], tourist guide [Turist Rehberi E], teachers for students [Öğrenciler için öğretmenler K], perfection of technique [Tekniğin mükemmelleştirilmesi E], road to wisdom [Bilgelğe giden yol K], wisdom path [Bilgelik yolu E], history book [Tarih kitabı K], everything we need to access true information [Hakiki bilgiye erişmek için ihtiyaç duyduğumuz herşey E], lights [Işıklar K], lamps [Lambalar K], key to help open many doors [Pek çok kapıyı açmaya yardım eden anahtar K], open window [Açık pencere K], freedom [Özgürlük E], mothers [Anneler K], Navigation [Navigasyon / Seyrüsefer K], compass [Pusula E], crossword [Bulmaca K], technological dictionary [Teknolojik sözlük E], dictionary [Sözlük K], world's dictionary at your disposal [Elinizin altında dünya sözlüğü E]

Aşağıda HIZ başlığında toplanmış metaforları hemen hemen birebir yorumlamak gerekirse yağ akışı kolaylaştırmasıyla öğrenme süreci akıcılığını yansıtır, bilinç aşılana kişiler zamanı etkin kullanıp zaman açısından avantaj sağlayan kişilerdir. İki tane araç kelimesi geçen metaforlar ise nerdeyse kendi kendini açıklamaktadır Nitekim araçlar gidilecek noktaya giden süreçte hız kazandırır. Zamanın etkin kullanımını en iyi yansıtan konseptlerden aciliyet konseptini yansıtan iki metafor da hız konseptini anlatmaktadır. Can kurtaran ve 911 aciliyetin ön plana çıkarılmasıdır. Aciliyet aynı zamanda beynin son dakika performansındaki yüksek kapasite kullanımı çağrıştırmaktadır.

3.2. Hız (6 kadın, 1 erkek)

Oil [Yağ K], Timesaver [Zaman kazandıran şey, K], cars [Arabalar K], taking a ride to a place while everything else is walking [Diğer herşey yürüyorken – araçla - gezintiye çıkmak K], path [Yol / Patika K], 911 [Dokuz yüz on bir K], life saver [Can kurtaran E]

Bilgiye ulaşmada süreci etkinleştiren araçların değerini yansıtan mücevher vurgusu vardır. Altın değerinde, pırlanta gibi sıfatlar değeri, kıymeti varlığı çok net öne çıkaran kavramlardır. Hazine ve ihmal edilmiş hazineler metaforları cevher yansıtır. Yaşamın kendisinin bir hediyedir, çölde en çok ihtiyaç duyulan su da yaşamın kendisi de Google becerilerinin kıymetinin bilinmesine dair inancı yansıtır. Metaforlardan bir çift kol ve bacak diye çevrilen metafor Türkçedeki birinin eli kolu olmak ifadesiyle daha anlam ağırlıklı bir çeviriyle yansıtılabilir.

3.3. Değer / Kıymet (5 kadın, 4 erkek)

Gold for students [Öğrenciler için altın K], diamond [Pırlanta E], ignored treasures [İhmal edilmiş hazineler K], treasure [Hazine K], Life itself [Yaşamın kendisi E], life water in a dessert [Çöldeki hayat suyu K], having one pair of arms and legs [Bir çift kol ve bacağına sahip olmak E], enhancing [Artırmak/Yükseltmek K]

Endeksleme kapasitesi çok iyi olan Google arama ile ulaşılan bilgi olsun gereken bilgilere erişim sağlayarak yaratılabilecek içerik üretimi olsun uzay, deniz, büyük kütüphane, fil ve okyanusla bu kapasite, bu potansiyel net olarak yansımıştır. Bir metafor da yüzme havuzudur. Yüzme havuzu denizlere açılmadan önce yüzme öğrenilen bir yer gibi düşünürsek sınırlı sayıda Google komutuyla yapılan kombinasyonlarla kısa zamanlı da olsa yapılan alıştırmalar sonraki safhalarda denizlere açılmada yardımcı olacaktır. Havuz, aynı zamanda, pek çok çeşitli değer toplandığı bir kavram olarak Google arama becerileri (GAB) setini olumlamaktadır. Metaforlar için ifade edilmiş gerekçelerde okyanus hariç büyüklük bilgiye bağlanmıştır.

3.4. Büyüklük (3 kadın, 4 erkek)

Space [Uzay K], sea full of educative skills for querries [Sorgular için eğitimsel becerilerle dolu deniz K], swimming pool [Yüzme havuzu K], large library that consist of every type of book [Her tip kitaptan oluşan geniş bir kütüphane E], elephant [Fil E], ocean [Okyanus E], some ways that get to the bottom of an ocean [Okyanusun derinliğine giden bir takım yollar E]

Bazen bilgi karmaşası kaotik haller alır, bazen önümüzü göremeyiz, zihnimiz berraklığını yitirir. Google becerileri kaostan çıkma noktasında yararlıdır, aşırı bilişsel yük noktasında ihtiyaç duyduğumuz asistanlar gibidir.

3.5. Yardım (1 kadın, 1 erkek)

Care-dog [Bakım/yardımcı köpek K], assistant who serves us [Bize yardım eden asistan E]

GAB ile spesifik hedefe yönelik arama yapmayı da erişim kapasitesiyle içerik üretmeyi de kolaylaştırır.

3.6. Kolaylık (1 Kadın, 1 erkek)

Piece of cake [Bir parça kek E], Piece of cake [Bir parça kek K]

Çalışma süreçlerini etkin kullanmak insanı iyi hissettirir. GAS da bu nokta açısından etkili bir araçtır. Çikolata magnezyum zenginliğiyle nasıl iyi hissettiriyorsa veri madenciliğinde etkili araç olarak da düşünülebilecek GAB iyi hissettirir. Çikolata rahatlatır. Çocuk oyuncakları hem kullanım kolaylığı hem de eğlenerek öğrenmeyi temsil etmektedir ve öğrenmeyi motive etmektedir. Çocuk oyuncakları kolaylık başlığındaki kavramları da yatay kesmektedir.

3.7. İyi Hissetme (2 kadın)

Box of chocolate [Bir kutu çikolata K], kid toys [Çocuk oyuncakları K]

Kral ve krallık metaforları yararlı bilginin detaylarına hâkim olmak, alanda otorite olmayı yansıtır.

3.8. Ustalık / Yetki Alanı (2 kadın)

King [Kral K], Kingdom [Krallık K]

3.9. Yenilik / İnovasyon (1 kadın)

Limes [Misket limonları / Yeşil limonlar K]

Google arama becerileri ilk aşamada öğrenmesinde zorluk teşkil eden ancak zamanla alışınca bu zor zamanları yararların takip ettiği araçlardır. Arama sorgusu yapılan hedefleri bulmada aramayı odaklama niteliği hayret duygusu uyandıran bir şekilde gerçekleşiyor.

3.10. Hayret Duygusu (2 kadın)

Maze [Labirent / Şaşkınlık K], magic [Büyü / Sihir K]

3.11. Benzetme

Yapısında ‘gibi’ kelimesi de yer alan benzetmeden farklı olarak metafor [mecaz] öncesi gibi [like] görülmediğinden çalışmamızda İngilizce yazılan metaforlar öncesi LIKE kelimesi gelen verilerin ayrı bir kategoride sunulması tercih edildi. Benzetme örneklerinin çoğunun da mecazlardaki tematik kategori başlıklarıyla aynı olduklarının altını çizmek gerekir. Rehber başlığında gruplanabilecek metaforlar,

benzetmelerde görece daha çok kullanılmıştır. Rehber dışında, üstteki metafor grup başlıklarından hız, değer, yardım ve yenilik kategorileri yine vardır. Metafor gruplarında olmayan başlık da vardır odaklı / net olma başlığı altında ilginç, etkili örnekler görülmüştür.

Benzetmelere sırasıyla değinmek gerekirse, rehber kitap nerdeyse kendi kendini açıklamaktadır. Görme engellilere gidilecek yön konusunda yardımcı olan köpek olsun, pek çok kapıyı açan anahtar yukarıdaki anlatımlarla örtüşmektedir. Gereğesinde özgürlüğü öncelenen kuş metaforu Google arama komutları konusunda pratik yapıp yetkin olma noktasında avantajlar kazanmış kişiler özerkliğe sahiptir. Öte yandan kuş mecazı HIZ başlığı altında da değiştirilebilirdi. Ulaşım araçlarıyla varış noktalarına gitmede önemli imkân ve avantaj getiren ana yollar (karayolları) ile hız ön plana çıkarılmıştır. Değer/kıymet kategorisini de çok net, bariz yansıtan örnekler var. Türkçede su gibi aziz ol ifadesi suya verilen önemden kaynaklanmıştır. Pişirmede ise gıda ürünlerinden çeşitli kombinasyonlarla, bazen yenilikçi, yaratıcı denemelerle de yemek yapma sonucu alınan pişirme işlemi anlamak, kavramak için de kullanılan işlemek mecazını çağrıştırmaktadır. Değer üretmek yanında rahat sindirebilmek hem öğrenme/öğretme hem kolaylık hem de tadı ve kokusuyla iyi hissetme kategorisini yatay kesmektedir. Gelecek vizyonu çizen benzetme de yeniliği yansıtan etkili bir nitelendirme olmuştur. Bütün bu kategorilerin dışında odaklı olma/netlik kategorisi metafor olarak olmasa da benzetme (simile) olarak karşımıza çıkması kıymetlidir. Şahin gözü keskinliğini çağrıştıran, eğitimde yararlanılan zihin gözünde canlandırmanın net, berrak olmasını yansıtan bu örnek dışında kahvaltıda çok etkili bir benzetme olmuştur. Kahvaltıda uykudan sonra metabolizmayı canlandıran, pek çok uzman tarafından önem atfedilen zengin, besleyici öğündür. İhmal edilip atlandığında şeker düşmesi kaynaklı da olabilen baş dönmesinin, odaklanamamanın görülebileceği söylenen bir öğündür. Bu mantıkla, Google arama becerileri için food for thought (düşünce için yemek) alternatif bir mecaz olabilirdi. Arama sorgularındaki komutlar aşırı büyüklükteki kaotik veri kalabalığının olası dikkat dağıtıcı ve amaç zayıflatıcı sonuçlarını baypas ederek aramayı hedefe odaklar, kilitler.

3.12. Like [Gibi] ile yazılmış benzetmeler

Benzetme Rehber (3 kadın, 1 erkek): Like a guidebook [Bir rehber kitap gibi E], Like a bird [Bir kuş gibi K], Like a well-educated dog which is educated for blind people [Görme engelliler için iyi eğitilmiş bir köpek gibi K], Like having a key that opens many doors [Pek çok kapıyı açan bir anahtar gibi K]

Benzetme Hız (1 erkek): Like the highways of a country [Bir ülkenin ana yolları / kara yolları E]

Benzetme Değer / Kıymet: (2* kadın) Like water [Su gibi K], Like cooking (Pişirme gibi K)

Benzetme Yardım (1 kadın): Like a well-educated dog which is educated for blind people [Görme engelliler için eğitilmiş iyi eğitimli bir köpek K]

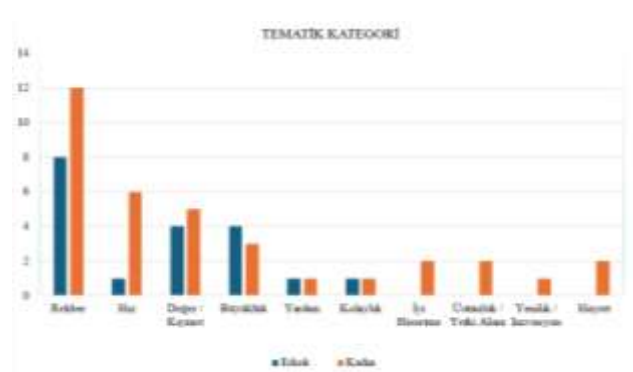
Benzetme Yenilik / İnovasyon (1 kadın): Like a future industry [Gelecekteki sanayi gibi K]

Benzetme Odaklı Olma / Netlik (1 kadın, 1 erkek): Like being a hawk [Şahin olmak gibi K], Like a breakfast [Kahvaltıda gibi K]

Tablo 1: Tematik Kategoriler

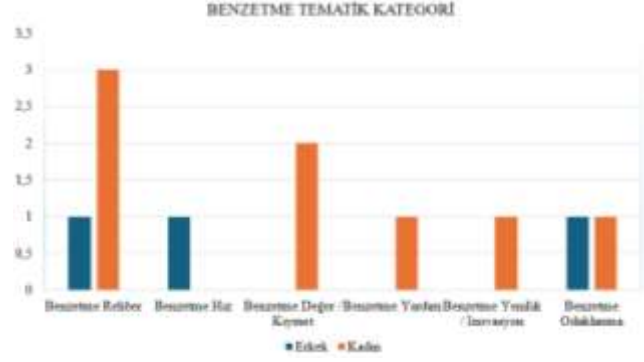
Kategori	Erkek	Kadın
Rehber	8	12
Hız	1	6
Değer / Kıymet	4	5
Büyüklik	4	3
Yardım	1	1
Kolaylık	1	1
İyi Hissetme	0	2
Üstünlük / Yetki Alanı	0	2
Yenilik / İnovasyon	0	1
Hayret	0	2

Şekil 1. Tematik Kategori Dağılımı



Tablo 2: Benzetme (Simüle) Tematik Kategorisi

Benzetme Tematik Kategorisi	Erkek	Kadın
Benzetme Rehber	1	3
Benzetme Hız	1	0
Benzetme Değer / Kıymet	0	2
Benzetme Yardım	0	1
Benzetme Yenilik / Inovasyon	0	1
Benzetme Odaklanma	1	1

Şekil 2. Benzetme (Simüle) Tematik Kategorisi

4. TARTIŞMA

Bulgular Google arama komutlarıyla ilgili yapılmış akademik çalışmalarla büyük oranda örtüşmektedir. Ne sadece insan ne de sadece makine değil, insan artı makine yaklaşımını benimseyerek çevrimiçi aramaya bir düzen getirecek şekilde Google komutlarını kullanmada insanın müdahil olmasının yararını gösteren araştırmalar vardır. Bu konuda özellikle öğretmen ve akademisyenlerin göstereceği ilgi hem derslere hem araştırmalara hem de materyal gelişimleri süreçlerine yararlı olacaktır. Bu konunun araştırmalarda yer alması önem arz etmektedir. Örneğin Şahin, Doğan ve Çermik (2009) Pamukkale üniversitesi sınıf öğretmenliği öğrencilerinin çevrimiçi aramadaki belirgin bilgi eksikliklerini tespit ettiklerini belirterek, öğrencilerin aramada rastgelelik yerine süre verimliliğini sağlayan yöntem-bilgisiyle donatılmasını sağlayacak eğitimler verilmesini savunurlar.

İnternet araması denkleminde sıklıkla görülen sorunun insan faktörünün ihmal edilmesi olduğunu vurgulayan Norton (2011, Nisan 27) arama motorlarındaki gayretin arama sonuçlarının en alakalı olanlarının ön sıralarda sunulması yönünde olduğunu belirtmekle birlikte arama sorgularının kullanılmasını tavsiye eder. İnternetteki keşif yolculuğunda aradığımız sorulara cevap bulma ihtimalini artırmak için amacımız açısından faydası dokunmayacak, alakasız içerikleri kaldırmak zorunda olduğumuzun altını çizerek bu amaca giden süreci etkinleştirmeye yarayan bir dizi komutlar örneği listeler. Listesindeki tavsiyelerin hepsinde hızı, kapsamı ve derinliğini övdüğü Google arama motoruna gönderme yapar. Bu komutlar arasında alakasız kelimeleri çıkartarak aramayı daraltan eksi komutu (-), dizilim (kelime grubu) ile birebir eşleşme için kullanılan çift tırnak ("be nice to nerds"), dizilimde bir veya birden fazla kelimenin yerine kullanılabilir yıldız (*) komutu ve aramayı belirli bir siteye yönlendirme işlevini betimlediği site araması (site:www.intel.com) vardır (Norton'un listesindeki + ve ~ komutları artık aktif değildir).

Çevrimiçi arama tekniklerinin yararları arasında hedeflenen içeriğe erişimde bu içeriklerin geçtiği metinlerde geçen kelime dizileriyle birebir eşleşme sağlayan aramaları yapma avantajı vardır. Ancak bazen kelime dizilerindeki bir veya birden çok kelimenin bilinmediği veya hatırlanmadığı durumlar aramada dezavantaj oluşturur. Bu sorunu bir yazarın deneyimleyebileceği "dilimin ucunda fenomeni" açısından ele alan Nurmukhamedov ve Olinger (2013, s. 127) ne demek istediğini bilen ancak demek istediğini ifade ederken kuracağı cümlenin diziliminde bir veya birkaç unsuru unutmuş olanlar ya da bilmeyenlerde de görülen bu dezavantaj karşısında YILDIZ komutunu kullanmayı bilmenin yararına vurgu yapar. Daha önceden Guo ve Zhang (2007) da bu kombinasyonu önermiştir.

Türkçe karşılığı Google Yardımlı Dil Öğrenme anlamına gelen yeni sözcük GALL (Google Assisted Language Learning) ile anılan Chinnery (2008) define: komutunu tanımlar için kullanmayı önerir. Robb (2003) belirlediği bazı kelime dizilimlerini eğitilmiş insanların söylemlerinde geçip geçmediği, ne derece geçtiği noktasında kıyaslama ve karşılaştırma yapmanın bir yolu olarak çift tırnak içine aldığı dizilimlere eğitim uzantılarını (edu, ac.uk, edu.au) gerektiğinde ülke uzantılarıyla da birleştirdiği araçları arama sorgularına eklemiştir. İkinci bir alternatif olarak da içeriği eğitim düzeyi açısından iyi bilinen bir siteyle aramasını daraltmıştır.

Zengin (2009, s. 157) dilin doğal kullanımını eşdizimlilik doğruluğu ve uygunluğunu kontrol etmek için çift tırnak, site:, filetype: komutlarını test etmiştir. Bu gibi sorgularda çıkabilecek istenmeyen alakasız öğeleri silmek için söz konusu öğenin hemen öncesinde (aralarında boşluk kalmayacak şekilde) eksi (-) komutunu getirerek sorgular da Google arama motorunda test edilmiştir. Aramaların hepsinde sonuç sayıları ve bulunan içeriklerin web siteleri ve bağlamları, sitedeki dil kullanımlarıyla birlikte arama

sorguları konusunda eşdizim kontrolü işlevi açısından değerlendirmeler yapılmıştır. Wu ve ark., (2009) da birebir kelime dizilimi eşleşmesi için çift tırnak komutunu kullandığında arama sonuç sayısından fikir almıştır.

Zengin ve Kaçar (2015) tarafından yapılan araştırmada çift tırnak, eksi, yıldız (wildcard), site: (.edu, edu.tr, .uk, ac.uk gibi ülke ve eğitim siteleri yanında belirli bir siteye yönlendiren sorgular), filetype: (filetype:ppt, vb) komutları ve iki dizilimin karşılaştırıldığı GoogleFight aracı Türkiye'deki bir üniversitenin İngiliz dili ve edebiyatı öğrencilerine hazırlık ve birinci sınıflarında görülen dil becerileri derslerinde öğretilip bu araçları İngilizce doğal dil kullanımı açısından kendi yazılarını düzenlemede nasıl kullandıkları raporlanmıştır. Arama motoruyla ilgili sorgulara örnek vermek gerekirse ["make a wish" filetype:pdf site:uk] vs ["hold a wish" filetype:pdf site:uk], ["hold a wish" -music -aspidistrafly -song] (p. 330) sorgularına atıf yapılabilir.

Projelerini yayına dönüştürme sürecinde hem 5'li Likert ölçekli anket hem de metafor analiziyle yaptıkları araştırmada Zengin ve Doğan (2018) çalıştıkları üniversitedeki akademisyenlerin Google komutlarını kendi dil kullanımlarını test etme, düzenleme, alan içeriklerine erişerek materyal geliştirme, test etme, sınav hazırlama gibi mesleklerinin hem araştırma hem de öğretim boyutlarına hitap edecek şekilde kullanılacakları kullanmadıklarını veya ne dereceye kadar kullandıklarını araştırmıştır. Zengin ve Kahraman (2022) Japon kültürü içeriklerine erişim için Google arama komutlarıyla oluşturduklarıyla alanın farklı boyutlarına hitap edecek stratejik sorgular tasarlamışlar, Google arama motorunda arama sonuç rakamı ve arama içerik bağlamı açısından bu sorguları test etmişlerdir, Türkçe, Japonca ve İngilizce dilindeki sorguları üzerinde karşılaştırmalı değerlendirmeler yapmışlardır. Zengin (2023) Türkçe ve ilave dil olarak İngilizce olarak lojistik alanı için Google sorgu imkanlarını azami çeşitlilikle faydalanmış ve Google komutlarının bu alana özel bilgiler olsun, bu bilgilerin dilindeki disipline özel söylem/dil kullanım doğruluğu ve uygunluğu olsun, çeviri karşılıkları konusu olsun, çok istikbal vadettiğini tespit etmiştir.

Zengin (2023) sorgu alternatifleri açısından zengin çeşitlilik sergiler Arama sorgularında yazı düzenlemesi yapılmış içeriklere odaklanmak için sorguya filetype:pdf eklenmesi, zaman darlığında Powerpoint dosyalara odaklanılabileceği gibi önermelerde bulunulabilir. Kısaltmalar tek kelime olsalar dahi çift tırnak içine alınıp olası harf/ses benzerliği olan sonuçların çıkması engellenebilir. Ayrıca [anahtar kelimeler:X kelimesi * Y kelimesi] belli anahtar kelimeye odaklanmak üzere başlıklarda arama komutlarına alternatif olarak kullanılabilir. Bu aramanın türevleri denenebilir. Örneğin yıldız komutu farklı sıralarda kullanılabilir ya da hiç kullanılmayabilir ya da arama kelimeleri yerine arama sözcükleri kullanılabilir. Ancak tümü çift tırnak içinde aratılır. Yine çift tırnak içinde sırasıyla alanın otoritesinin soy ismi ve yayın yılı ve gerekirse doğrudan alıntı için sayfa kısaltması p, Türkçe istenirse de s harfi girilebilir.

Öğretmen ve öğrencilerin eşdizimleri (collocations) tetkik etmede başvuracakları en iyi kaynaklar çevrimiçi sözlük veya ders kitabı değil arama motorları ve yıldız komutu kullanma stratejileridir (Nurmukhamedov ve Olinger, 2013, s. 123). Tureng.com sözlüğünde wildcard bilgisayar alanındaki anlamıyla, bir veya daha fazla sayıda bilinmeyen karakteri temsil eden semboldür. Eşdizimler için Nurmukhamedov ve Olinger (2013, s. 123) tarafından tavsiye edilen diğer kaynaklar ise çevrimiçi bütünceler (verilikler, corpora) ve bilgisayar alanında bağlamli dizin (concordance) özelinde kullanılan uyuşma programlarıdır. Nurmukhamedov ve ark., 2013, s. 126) sıraladığı bu dört kaynağın yazarların yazılarındaki eşdizimlerin doğal dil kullanımı açısından doğru ve uygun olması amaçlı yapabilecekleri edisyonlar için daha çok etkileşim imkânı sunduğunu belirtmiştir.

Arama motorlarının sınırlarına da dikkat çeken Nurmukhamedov ve Oliner (2013, s. 129) yıldız komutunun kelimedenden küçük birlikler (kök, ek gibi) için kullanılması noktasında arama motorlarının eksik kaldığını belirterek somut bir tavsiye olarak ücretsiz ulaşılabilen, kapsamıyla dikkat çeken bir bütünce olan COCA (Word neighbors and Corpus of Contemporary American English) bütüncesine başvurulmasını önerir.

Bununla birlikte, Nurmukhamedov ve Olinger web-temelli kaynaklarla ilgili uyarıda bulunarak, hiçbir web sitesine bağımlı kalınmaması gerektiğini, kullanılan sitenin geçici de olsa bazı zamanlarda aktif olmayabileceğini, fonlanma sorunu ve/veya başka sebepten projelere son verilebileceğini, beklenmeyen ama yaşanması olası sorunlara hazırlıklı olup alternatifler belirlemiş olmayı tavsiye etmişlerdir.

5. SONUÇ

Araştırmada elde edilen metaforlar araştırma sorusuna olumlu cevap verme niteliği imkânı sağlamaktadır. Metafor bulgularından hem öğretim içerikleri hem de bu içeriklerin öğretim aracı dilleriyle ilgili bilgi erişim, kullanım ve üretim hedeflerinin olduğu bir bağlamda Google arama komutlarıyla çevrimiçi arama yapma becerisi öğrencilerin bağımsız öğrenme süreçlerini kolaylaştıran bir danışma aracı olduğunu çıkarmak mümkündür.

Google arama becerileri (GAB) konseptini metaforla anlatan kişiler arasından, metaforu anlamamış ya da talep edildiği gibi ifade edilmemiş (örneğin like eklenerek ifade edilmiş olanlar) yanlış ya da eksik ifade ettiği net gözükten cevaplar çıkartıldıktan sonra 54 (19 erkek, 35 kadın) geçerli cevaptaki metaforların her biri Google arama becerilerinde araştırma katılımcısının seçici algısıyla öncelediği; ağırlıklı olduğunu düşündüğü niteliklere göre tematik kategorilere ayrılmıştır. Elli dört (54) metaforun sınıflandığı on tematik kategori arasında yirmi (20) metaforla en yüksek sayıya sahip kategori rehber olarak isimlendirilen, rehberlik niteliklerinin ağırlıklı olarak öne çıktığı metaforların sınıflandığı kategoridir. Yirmi (20) metafordan sekiz (8) metafor erkeklerin (E), on iki (12) metafor kadınların (K) yazdığı cevaplardır (8E + 12K = 20 katılımcı %37.037). On (10) kişiden neredeyse dördünün (4) rehber başlığı kategori dışındaki dokuz (9) kategoriden en yüksek sayıda olan kategori HIZ kategorisidir. Diğerleri sırasıyla dokuz (9) metaforla DEĞER, ve yedi (7) metaforla BÜYÜKLÜK (4 erkek, 3 kadın) başlığında sınıflanmıştır. Her birinde iki metaforun yer aldığı diğer başlıklar yardımcılık (asist işlevi görme özelliğinden dolayı), kolaylık, iyi hissetme, yetki alanı, (olumlu manada) hayret duygusu uyandırma olarak adlandırılmıştır. Yenilik niteliğinin ön plana çıktığı metafor sayısı bir olmuştur. Yardımcılık ve kolaylık başlığındaki ikişer metafordan birini erkek diğerini kadın katılımcı yazmıştır. İyi hissetme, yetki alanı, (olumlu anlamda hayret duygusu uyandırma) başlıklarındaki ikişer metaforu da kadın katılımcı yazmıştır. Yenilik/İnovasyon kategorisinde yer alan bir metafor da kadın cevaplayıcı tarafından yazılmıştır.

Kategori kümelerin örtüştüğü noktalar vardır, bir başka deyişle birbirlerini yatay kestikleri niteliksel kısımlar vardır ve farklı bir açıdan bakıldığında tema kategori isimleri birbirlerinin yerine değişmeli olarak da kullanılabilirler. Örneğin rehberlik sahibi olunan süreçlerde zamanın etkin kullanımı bir başka deyişle rehberlik süreci hızlandırır. Bir başka deyişle en sık ikinci tematik kategorinin başlığı olan HIZ rehberliğin sonucu olarak ortaya çıkar. Aynı mantıkla, yardım (asist etme) ve kolaylık da rehberliğe bağlanabilir. Benzer bir şekilde yardım olunca kolaylık olur. Yardım ve kolaylık iyi hissettirir (İyi Hissetmek). Rehber temasına dönecek olursak rehberlik bir değerdir, rehberin bir yetki alanı vardır ve yenilikçi olması beklenir. Vizyonu büyüktür ve olumlu manada hayret uyandıran bir duygu uyandırır. Bu şekilde farklı açılardan da bakıldığında kümesel kesişmeler, arayüzler olduğu barizdir.

Çalışmadan elde edilen bulguların özünde eğitim uygulamalarında PAH döngüsünden yararlanmanın gerekliliğine işaret eden imalar vardır. Google arama motorları öğrenme özerkliğini teşvik edecek ve besleyecek yönde gerektiği zaman gerektiği dozda rehberlik yapacak bir uzman yardımıyla süreci kolaylaştırmak için uygun araçlardır. Akyıldız (2019, s. 155) bu sürekliliğin doğrusal (linear) bir süreç olmadığını, her bir unsurun karma kullanımlarının görüldüğünü vurgular. Garnett ve O'Beirne (2013) de öğrencide ve öğrenme süreçlerinde ortaya çıkabilecek olası gereksinimlere göre bu üç bileşenden karmalar yaparak yararlanılmasını savunmuşlardır.

Google arama sorgularının öğrenme özerkliği, bir başka deyişle bağımsız öğrenme açısından yararlarının azami düzeye ulaşması PAH döngüsüyle ilgili bu esnek kavramsallaştırmayla gerçekleşirse mümkün olacaktır. Hedef içerik bilgisine ve öğrencinin olgunluğuna göre değişkenlik sergileyen bir şekilde pedagoji, andragoji veya hetagoji konseptlerinin dozunun ayarlandığı bu konseptlerin farklı dozda konumlandığı kademeler arasında çift yönlü gidiş gelişlerin olabileceği bir devamlılık dairesinin bütün bağlamı yansıttığı büyük resim bütününün içine entegre edildiğinde Google arama sorgularından sağlanabilecek yararlar artış gözlemlenebilir. Bu potansiyelin aktifleştirilmesi için gereken nitelikli kavramsallaştırma ve buna dayanan uygulamalarda Blaschke ve Hase'nin (2019) PAH döngüsünü yorumladığı gibi öğrencinin ihtiyacına göre bir ucunda öğretmen kontrolü diğer ucunda öğrenci bağımsızlığının olduğu bir döngünün farklı noktalarına hareket imkanlarının olması gerekir. Örneğin arama sonuçları noktasında eleştirel düşünceyle istişarelerde bulunabilir.

Amacı akademik içerik ve doğal dil kullanımı için Google komutlarından yararlanılması olan bu araştırma bağlamında arama sorgu sonuçlarının eleştirel düşünce becerisiyle değerlendirilmesi konusunda hemfikir olunması gerektiği inancıyla ve Google haber araması özeline giren değerlendirmeler yapılmamıştır. Haber aramaları noktasında değerlendirmeler kapsam dışında tutulmuştur. Özellikle tartışmalı meseleleri içeren haberler konusunda yapılan aramaların sonuçlarında yanlışlık görülebilir. Bu yüzden haberlerini arama

motoruyla alan kullanıcıların değerlendirmelerini eleştirel medya okuryazarlığı bilinciyle yapmaları gerekmektedir.

Gelecekte Google haber aramalarının dil eğitimi için nasıl değerlendirilmesi gerektiğine dair araştırmalar yapılması önerilebilir çünkü özellikle haberlerde yer alan tartışmalı meseleler görmezden gelinmemelidir. Gezici, Lipani, Saygın ve Yılmaz (2021) tarafından yapılan araştırmada belirtildiği üzere arama motorları sorgulara alakalı/uygun buldukları sonuçlarla karşılık verirler ve neyin uygun/alakalı olduğunda sofistike algoritmalar da kullanılır bu algoritmalarda odak noktada arama tarafsızlığının olması mutlak şartı yoktur. Gezici ve ark., (2021) hem Google haber arama hem Bing haber aramayı yanlılık açısından değerlendirdikleri çalışmada perspektifte açısından olmasa da ideolojik açıdan yanlılık tespit etmişlerdir.

Google arama aracı insanların doğru bilgiye erişimini kolaylaştırmak için yapay zekâ tekniklerini kullanmaktadır. Google arama motoru, yapay zekâ ve gelişmiş teknolojiler kullanarak kullanıcı deneyimini iyileştirir. Doğal dil işleme, kişiselleştirilmiş sonuçlar, otomatik tamamlama, yazım düzeltme, zengin snippet'lar, bilgi grafikleri ve görsel arama gibi özelliklerle kullanıcıların arama becerilerini geliştirir, hızlı ve doğru bilgiye erişimlerini sağlar. Bu yenilikler, kullanıcıların internet üzerinden bilgiye daha etkin erişimini kolaylaştırır ve arama stratejilerini geliştirmelerine yardımcı olur. Ancak, Google arama komutları yapay zekâ destekli değildir; Google arama motorları, kullanıcıların arama sorgularını daha spesifik bir şekilde yapılandırılmalarına olanak tanıyan sabit komutlar ve sembollerdir.

Yapay zekâ ve makine öğrenimi, Google'ın arama algoritmasının nasıl çalıştığını ve sonuçların nasıl sıralandığını geliştirmekte kullanılır. Örneğin, Google'ın RankBrain gibi yapay zekâ sistemleri, kullanıcıların niyetini daha iyi anlamak ve daha önce karşılaşılmamış sorgular için bile en alakalı sonuçları sunmak amacıyla kullanılır.

Arama komutları ise, kullanıcılara arama işlemlerini manuel olarak daha detaylı kontrol etme imkânı sunar. Bu komutlar, kullanıcıların aramalarını daraltmaları, belirli sitelerde arama yapmaları, belirli dosya türlerini bulmaları veya belirli terimleri dışlamaları gibi işlemleri yapmalarını sağlar. Bir başka deyişle, arama komutlarının kullanımı, kullanıcıların arama sorgularını daha etkin biçimde yönlendirmelerine dayanır ve bu işlevsellik doğrudan kullanıcı tarafından kontrol edilen, yapay zekâ destekli dinamik bir süreçten ziyade, sabit kurallara dayanır.

Günümüzde Chat GPT gibi doğal dil işleme tabanlı uygulamaların Google arama motorlarının yerini alacağı düşünülmektedir. Fakat temel işleyiş ve işlev bakımından birbirinden tamamen farklıdır. Google arama motoru ve ChatGPT, bilgiye erişim ve etkileşim sağlama konusunda iki önemli teknoloji olmasına rağmen, temel işlevsellikleri ve kullanıcı deneyimleri açısından birbirinden önemli ölçüde farklılık gösterir.

Google arama motoru, kullanıcılara geniş bir bilgi ağından anlık bilgi erişimi sağlar. Kullanıcıların girdiği sorgulara dayanarak, milyarlarca web sayfasını tarayıp endeksleyerek en alakalı sonuçları sıralar ve sunar. Bu, kullanıcılara haberler, makaleler, blog yazıları, resimler, videolar ve daha fazlasına hızlı bir şekilde erişim imkânı tanır. Google'ın gücü, sürekli güncellenen devasa veri tabanında ve karmaşık algoritmaları kullanarak kullanıcı sorgularına en uygun sonuçları sunma yeteneğinde yatar.

Öte yandan, ChatGPT, OpenAI tarafından geliştirilen ve doğal dil işleme (NLP) tekniklerini kullanarak metin tabanlı yanıtlar üreten bir yapay zekâ modelidir. ChatGPT, doğal bir sohbet akışı içinde kullanıcıların sorularına yanıt verir, açıklamalar yapar ve çeşitli konularda tartışabilir. Kullanıcı deneyimi daha kişisel ve sohbet benzeri bir yapıdadır. ChatGPT'nin bilgi bankası, modelin eğitildiği veri setlerine dayanır ve bu nedenle, gerçek zamanlı veri veya son dakika haberleri hakkında bilgi sağlamada sınırlı olabilir.

Bu iki teknoloji arasındaki temel fark, Google arama motorunun anlık, geniş çaplı ve güncel bilgi sağlama kapasitesine karşın, ChatGPT'nin daha derinlemesine, etkileşimli ve kişisel yanıtlar sunma yeteneği olmasıdır. Google, kullanıcılarına çeşitli kaynaklardan bilgi sunarken, ChatGPT, belirli bir konuda daha yoğun ve odaklı bir diyalog kurma imkânı tanır. Kullanıcıların ihtiyaçları ve aradıkları bilgi türüne bağlı olarak, her iki teknolojinin de kendine has avantajları ve kullanım durumları vardır. ChatGPT gibi yapay zekâ araçları ile Google arama sorgularının kullanılması arasındaki insan-makine etkileşimi farkı birinde etkileşim aracının insan dili olması diğerinde ise makine dili olmasıdır. ChatGPT insan dilinden anlayacak şekilde tasarlanmıştır ve ChatGPT kullanan bir insan arama yaparken bir insan dili kullanır. Google komutlarıyla yapılan sorgularda ise insanın makineyle olan etkileşimi arama motorunun dil kodlarıyla gerçekleşir. Bir başka deyişle makinenin kodlarını etkileşim aracı olarak kullanması söz konusudur.

Kullanılan araç çevrim içi Google arama motorudur, Google arama motorları yapay zekâ destekli olarak geliştirilir, kullanıcı deneyimini büyük ölçüde iyileştirmek için bir dizi gelişmiş teknolojiyi kullanır. Bu teknolojiler, kullanıcıların arama becerilerini önemli ölçüde geliştirebilir. Örneğin, doğal dil işleme (NLP) teknolojisi, Google'ın kullanıcı sorgularının bağlamını ve niyetini daha iyi anlamasını sağlar, böylece kullanıcılar ne aradıklarını tam olarak ifade etmeseler bile alakalı sonuçlar alabilirler. Kişiselleştirilmiş arama sonuçları, kullanıcıların geçmiş davranışları ve tercihleri temelinde sunulur, bu da aradıkları bilgilere daha hızlı ulaşmalarına ve zamanla arama becerilerinin gelişmesine yardımcı olur.

Google ayrıca, kullanıcıların sorgularını daha etkili bir şekilde formüle etmelerine yardımcı olan otomatik tamamlama ve öneri özelliklerini sunar. Yazım hatalarını otomatik olarak düzelten ve doğru yazımı öneren özellikler sayesinde, kullanıcıların yanlış bilgilere ulaşması engellenir. Zengin snippet'lar ve bilgi grafikleri, kullanıcılara arama sonuçlarında hızlı cevaplar ve özetler sağlar, bu da bilgiye erişimi kolaylaştırır ve arama sonuçlarını daha etkili bir şekilde değerlendirmelerine olanak tanır. Görsel arama ve Google Lens gibi araçlar, kullanıcılara bilgiye ulaşmanın alternatif yollarını sunarak arama becerilerini çeşitlendirir ve genişletir. Bu özelliklerin tümü, Google'ın yapay zekâ teknolojilerinin nasıl kullanıldığını gösterir ve kullanıcıların daha hızlı, daha doğru ve daha etkili bir şekilde bilgi aramalarına olanak tanır. Bu teknolojik gelişmeler, kullanıcıların arama stratejilerini geliştirmelerine yardımcı olurken, aynı zamanda internet üzerinden bilgiye erişim süreçlerini de kolaylaştırır.

KAYNAKÇA

- Aydın Yıldız, T., & Zengin, B. (2024). Metaphor analysis of audio description in English language teaching. *The Literacy Trek*, 10(1), 103-130. <https://doi.org/10.47216/literacytrek.1493137>
- Blaschke, L. M. (2012). Heutagogy and Lifelong Learning: A Review of Heutagogical Practice and Self-Determined Learning. *International Review of Research in Open and Distance Learning*, 13, 56-71. <https://doi.org/10.19173/irrodl.v13i1.1076>
- Blaschke, L. M., & Hase, S. (2015). Heutagogy, technology, and lifelong learning: Curriculum geared for professional and part-time learners. In A. Dailey-Hebert & K. S. Dennis (Eds.), (pp. 75-94). Springer-Verlag. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-09247-8>
- Blaschke, L. M., & Hase, S. (2019). Heutagogy and digital media networks: Setting students on the path to lifelong learning. *Pacific Journal of Technology Enhanced Learning*, 1. <https://doi.org/10.24135/pjtel.v1i1.1>
- Canning, N. (2010). Playing with heutagogy: Exploring strategies to empower mature learners in higher education. *Journal of Further and Higher Education*, 34. <https://doi.org/10.1080/03098770903477102>
- Chinnery, G. (2008). You've got some GALL: Google-Assisted Language Learning. *Language Learning & Technology*, 12(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10125/44126>
- De Guerrero, M., & Villamil, O. (2002). Metaphorical Conceptualizations of ESL Teaching and Learning. *Language Teaching Research*, 6(2), 95-120. <https://doi.org/10.1191/1362168802lr101oa>
- Davis, L. & Hase, S. (2001, March 28-30). *The river of learning in the workplace*. Putting VET research to Work: Proceedings of the Fourth National Conference of the Australian Vocational Education and Training Research Association (AVETRA), Adelaide, SA.
- Garnett, F., & O'Beirne, R. (2013). Putting heutagogy into learning. In S. Hase & C. Kenyon (Eds.). *Self-determined learning: Heutagogy in action* içinde (s. 131–144). London: Bloomsbury Academic.
- Guo, S., & Zhang, G. (2006). Building a customised Google-based collocation collector to enhance language learning. *British Journal of Educational Technology*, 38(4), 747-750. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8535.2006.00667.x>
- Hacıfazlıoğlu, Ö., Karadeniz, Ş., & Dalgıç, G. (2011). Okul yöneticilerinin teknoloji liderliğine ilişkin algıları: Metafor analizi örneği [School administrators' perceptions of technology leadership: an example for metaphor analysis]. *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 97-121. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ebader/issue/44648/554587>
- Hase, S., & Kenyon, C. (2000). From andragogy to heutagogy. *Ultibase Articles*, 5, 1-10.

- Kaur Sidhu, G., Ruofei, D., & Md Nawi, S. (2023). Enhancing postgraduate students' reading skills via the pedagogy-andragogy-heutagogy (PAH) Continuum training programme. *Asian journal of university education*, 19(4), 728-742. <https://doi.org/10.24191/ajue.v19i4.23985>
- Lakoff, G., & Johnson, M. (2023). *Metaphors We Live By* (Vol. 5). University of Chicago Press.
- Leavy, A., McSorley, F., & Bote, L. (2007). An examination of what metaphor construction reveals about the evolution of preservice teachers' beliefs about teaching and learning. *Teaching and Teacher Education*, 23, 1217-1233. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2006.07.016>
- Narcy-Combes, M.-F. (2008). Zoltán Dörnyei, *Research Methods in Applied Linguistics*: Oxford : Oxford University Press, 2007. *ASp*, 197-198. <https://doi.org/10.4000/asp.294>
- Norton, A. (2011). 10 tips for smarter, more efficient internet searching. Retrieved 19 Mart 2024 from <https://www.techrepublic.com/article/10-tips-for-smarter-more-efficient-internet-searching>
- Nurmukhamedov, U., & Olinger, A. (2013). Computer-Mediated Collocation Resources for Exploring Word Choice in English Academic Writing. *Writing & Pedagogy*, 5(1). <https://doi.org/10.1558/wap.v5i1.121>
- Ortony, A. (1994). *Metaphor and Thought* (2nd ed.). Published By The Press Syndicate Of The University Of Cambridge.
- Oxford, R., Tomlinson, S., Barcelos, A., Harrington, C., Lavine, R., Saleh, A., & Longhini, A. (1998). Clashing Metaphors about Classroom Teachers: Toward a Systematic Typology for the Language Teaching Field. *System*, 26, 3-50. [https://doi.org/10.1016/S0346-251X\(97\)00071-7](https://doi.org/10.1016/S0346-251X(97)00071-7)
- Şahin, A., Doğan, B., & Çermik, H. (2009). Öğretmen Adaylarının Arama Motoru Kullanırken Karşılaştıkları Temel Sorunlar [Major Issues Prospective Teachers Confront while Using a Search Engine]. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25(25), 166-177. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/pauefd/issue/11118/132967>
- TDK (2023). Türk Dil Kurumu, <https://sozluk.gov.tr/>
- Thomas, L., & Beauchamp, C. (2011). Understanding new teachers' professional identities through metaphor. *Teaching and Teacher Education*, 27(4), 762-769. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2010.12.007>
- Tümen Akyıldız, S. (2019). Do 21st Century Teachers Know about Heutagogy or Do They Still Adhere to Traditional Pedagogy and Andragogy? *International Journal of Progressive Education*, 15, 151-169. <https://doi.org/10.29329/ijpe.2019.215.10>
- Zengin, B. (2009). Benefit of Google Search Engine in Learning and Teaching Collocations. *Eurasian Journal of Educational Research (EJER)*, 8(34), 151-166.
- Zengin, B., & Kaçar, I. (2015). Google Search Applications in Foreign Language Classes at Tertiary Level: A Case Study in the Turkish Context. In (pp. 313-356). <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-8499-7.ch013>
- Zengin, B., & Doğan, D. (2018). Academics' perceptions of Google search skill for the use of English and translation for academic purposes. K. Özdaşlı, M. C. Demir, O. Tire ve İ. S. Arvas eds., *Innovative approaches in social, human and administrative sciences* içinde (s. 395-409). Ankara: Gece Kitaplığı.
- Zengin, B. (2023). *Lojistik odaklı Google arama sorgularıyla dolaylı ingilizce öğretimi-öğrenimi ve stratejik hazırlık*. Duvar Yayınevi.
- Zengin, B., & Aydın Yıldız, T. (2024). Metaphor analysis of audio description in English language teaching. *The Literacy Trek*, 10(1), 103-130.