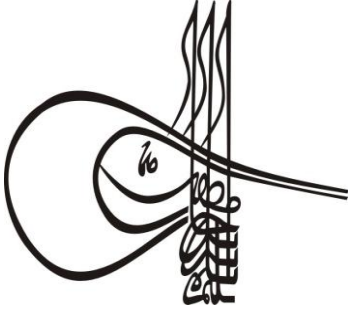




Turkish Studies

International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic

Volume 11/9 Spring 2016, p. 617-634

DOI Number: <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.9562>

ISSN: 1308-2140, ANKARA-TURKEY

Article Info/Makale Bilgisi

✍ Received/Geliş: 11.04.2016

✓ Accepted/Kabul: 11.06.2016

✍ Referees/Hakemler: Doç. Dr. Ömer Faruk SÖNMEZ – Doç. Dr. Selahattin KAYMAKCI

This article was checked by iThenticate.

SOSYAL BİLGİLER ÖĞRETMEN ADAYLARINA GÖRE SOSYAL MEDYA KULLANIMININ DEĞERLER ÜZERİNE ETKİSİ

Sibel OĞUZ* - Ufuk SÖZCÜ**

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, sosyal bilgiler öğretmen adaylarının sosyal medya kullanım düzeylerini belirleyerek sosyal medya kullanımının değerler üzerine etkisini tespit etmektir. Araştırmada betimsel tarama modeli kullanılmıştır. Çalışma grubunu Kastamonu Üniversitesi Eğitim Fakültesi İlköğretim Bölümünde öğrenim gören 143'ü (% 57) kadın, 108'i (% 43) erkek olmak üzere 251 sosyal bilgiler öğretmen adayı oluşturmaktadır. Çalışma grubunun oluşturulmasında, amaçlı örnekleme yöntemlerinden biri olan kolay ulaşılabilir durum örnekleme yolu seçilmiştir. Veri toplama aracı olarak Polat ve Eren (2013) tarafından hazırlanan 'Öğretmen Adaylarının Sosyal Medyada Değer Algıları ve Yönelimleri' adlı anket kullanılmıştır. Anket sonuçları SPSS 20 paket programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Verilerin değerlendirilmesinde betimsel istatistik değerleri ve t testi kullanılmıştır. Sosyal ağ kullanım sıklığı sonuçları öğretmen adaylarının %76,5'inin her gün sosyal ağı kullandığını, gün içinde sosyal ağı yoğunlukla 30 dakika ile 3 saat arasında kullandığını, sosyal ağlardaki arkadaş sayısının da en çok 0- 300 kişi arasında olduğu görülmüştür. Öğretmen adaylarının sosyal ağ kullanım sürelerine ait sonuçlara göre, adayların yoğunluğunun beş yıldan fazla bir süredir sosyal ağları kullandığını görülmektedir. Öğretmen adaylarının değer tercihleri ve önem sırası sonuçlarına göre, tüm sınıf düzeylerindeki öğretmen adaylarının en fazla vatanseverlik değerini tercih etmiştir. Analiz sonucunda öğretmen adayları sosyal medyayı en çok bilgilendirme amacıyla kullandıklarını belirtirken sosyal medyayı anonimlik ve özgürlük alanı olarak görmedikleri anlaşılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Değer, Sosyal Bilgiler, Sosyal Bilgiler Öğretmen Adayı

* Yrd. Doç. Dr. Kastamonu Üniversitesi Eğitim Fakültesi, İlköğretim Bölümü, Sosyal Bilgiler Öğretmenliği ABD, El-mek: soguz@kastamonu.edu.tr

** Öğretmen – MEB, Doktora öğrencisi, El-mek: usozcu@hotmail.com

SOCIAL STUDIES TEACHER CANDIDATES' PERCEPTIONS OF THE EFFECTS OF SOCIAL MEDIA USAGE ON VALUES

ABSTRACT

The aim of this study was to determine the effect of social media usage on the attitudes towards values by determining the level of candidates of social study teachers. In the research, descriptive methods were used. The sample is constituted by 143 (57%) women and 108 (43%) of the men, including 251 students of the University of Kastamonu, Faculty of Education Department of Social Studies Teaching. the creation of working groups, easily accessible way for sampling is one of the sampling method is selected. Polat and Eren's (2013) survey "The Values and Approaches of Teacher Candidates Regarding Social Media" was employed for data collection. The data were analyzed by using descriptive statistics, t-test. Data obtained from the questionnaires were analyzed with SPSS statistics 20 program. Social networking often results in teachers having used the social network every day of 76,5%, the social network during the day, mostly used in 3 hours and 30 minutes, the number of friends on social networks were found to be among the most 0- 300 people. According to the results of their social networking time teacher candidates is more than five years, it is seen that the majority of the candidates use social networks. According to the preferences and values of teacher candidates in order of importance as a result, he has chosen the values of patriotism, most teachers at all grade levels. The analysis concluded that teacher candidates view social media not as an area of freedom and anonymity but a source of information

STRUCTURED ABSTRACT

Introduction

With a wide ranging influence in today's world, social media and social networks have significant effects on individuals and the society. One of the most important of these effects is the effect on values. Values reflect wishes, choices, and desirable/undesirable situations by describing what individuals find important. As a term, they are defined as the principles and standards that judge by looking at whether someone is good, right, or respectable (Halstead, 2014, p.68, cited by Sözcü, 2015, p.25; Erdem, 2003, p.56). The education process of individuals, especially primary school education, is of crucial importance in developing practices aimed at adopting values and reflecting them on behavior in the daily life. In this regard, social studies lessons play a key role. Since 2003, radical changes have been made in curricula in Turkey. Especially in the curriculum for secondary schools, the emphasis on 'values education' has increased. In the social studies and science curricula, a new title has been opened for 'values education'. The values that will be given directly in any subject have been specified and how they will be given is explained in the curricula through approaches for teaching values. As a teacher of the lessons where values education is of key importance, pre-service teachers' knowledge level and views about values are naturally very important.

Turkish Studies

The perspective of this group on whom social media has a wide influence regarding values as well as the changes in value judgments that come along with the use of social media should be investigated. The situation of especially social studies pre-service teachers, who will play a key role in raising new generations, is much more important. This is because the perspective of pre-service teachers on values has a potential to influence the students they teach. Within this scope, the aim of the present study is to determine the value judgments of social studies pre-service teachers according to their use of social media.

Method

In the study, descriptive survey model was used. The study group consisted of 251 social studies pre-service teachers studying at the Department of Primary School Education of Faculty of Education at Kastamonu University in the 2015-2016 education year. To form the study group, convenience sampling, which is a purposeful sampling technique, was used. The questionnaire titled "Value Judgments and Value Orientations of Pre-Service Teachers in Social Media" developed by Polat and Eren (2013) was used to collect data. The questionnaire items fell under 9 different parts under the following titles: Getting Information (Items 1-4); religious and moral development (Items 5-9); improving communication opportunities and skills (Items 10-15); belonging and solidarity (Items 16-23); emotional pleasure, fun, intrinsic satisfaction (Items 24-30); anonymity (Items 30-35); feeling safe (Items 36-39); freedom (Items 40-45); and negative effects of social media (Items 46-56). The reliability coefficient (Cronbach's alpha) was .947. For the analysis of the data, SPSS Version 20 package was used. Frequency, percentage, and arithmetic means were found via SPSS and independent-samples t test results were used.

Discussion and Conclusion

The communication networks of the present century have significant influences on socio-economic and cultural areas at national and international levels. That social media, a transparent network, is easy to access affects even people's daily relationships. New movements of idea, student unions, and social movements are easily carried out and managed through social networks. Thus, the place of the Internet and social media having wide effects on the society is increasingly questioned every day.

Internet, which is an undeniable fact of the cyber world, social media, which is its biggest output, has pervaded the world. The number of people who prefer social media to real relationships due to such reasons as expressing their thoughts more easily, getting rid of their problems during the day, being liked/approved, improving themselves in various subjects, and impressing others and getting themselves a place has increased every passing day.

Today, individuals communicate through the Internet without considering the past, identity, and social and biological existence of the people they communicate with. They can change or hide their identity while communicating with people they do not know. They may resort to different materials and cultural elements about their dressing style, use of language, leisure activities, music preferences, and media use to create an identity as they wish (Güzel, 2006, p.7)

Turkish Studies

The present study was designed considering the above-mentioned influences of social media on people. The obtained results in the present study, where the influence of social media and social studies pre-service teachers' social media use on values have been found out, are given below.

According to the results with regards to the time pre-service teachers spend using social networks, most of the pre-service teachers began to use social networks more than 5 years ago. This situation proves that pre-service teachers have been using social networks since high school, maybe even middle school and demonstrates the fact that people start to use social media at very young ages in Turkey. Dikme (2013) found out that 88.5% of the participants in his study had been using the Internet for more than 5 years, 4.8% for 5 years, 2.9% for 3 years, 1.9% for 4 years, and the rest 1.9% for 2 years. These results are similar to the results obtained in the present study.

The results about the frequency of social network use have demonstrated that 76.5% of pre-service teachers use social networks every day. This result proves that social networks have gained an important place in the daily life. Similarly, Bostancı (2010) indicates that 55% of university students use the Internet every day; and Dikme reports that 99% of the participants in his study use the Internet every day. On the other hand, 39.6% of the participants in the study carried out by Ök (2013) use social networks every day.

In the present study, it has also been seen that pre-service teachers use social networks mostly for 30 minutes - 3 hours and they have 0 - 300 friends at most in social networks. These results indicate that pre-service teachers definitely spare time for social networks during the day, and a considerable part of their communication with friends takes place in the cyber environment.

According to the results about pre-service teachers' value preferences and orders of importance, pre-service teachers at all grades prefer the value of 'patriotism' mostly. It is also striking that the preference of this value is much more common among the 3rd and 4th grade students in comparison to other grades. It can be said that the current terrorist attacks in our country and Syrian civil war have had an effect on these results as well as the consciousness of pre-service teachers. The values that pre-service teachers give the least importance to or do not choose in the first place are solidarity, responsibility, and helpfulness. Considering that patriotism is the source of solidarity and unity at the same time, it is seen that there is not a linear relationship in the preferences of pre-service teachers.

When the social media orientations of pre-service teachers are examined, it is seen that they use social media mostly to get information. Examining the questionnaire items, it is seen that pre-service teachers mostly opted for Item 3 '*I can access information about the people who are important for me.*' and for Item 1 '*I can follow current events in Turkey and the world.*' in the Getting Information part.

Apart from getting information, pre-service teachers use social media in the context of belonging and solidarity. That Item 16 '*I learn about people who suffer/are subject to oppression at regional and global levels*' is among the items that participants have chosen mostly proves

Turkish Studies

this idea. On the other hand, the rate of social media's being considered as an environment of freedom and anonymity is the lowest. This situation refutes the argument that social media is considered to be an environment of freedom where one can do whatever he wants easily. That Item 35 '*I can enjoy my fantasies and dreams that I hesitate to enjoy in real life.*' is the least-opted item can be regarded as proof of this. Similarly, Item 33 '*I can behave how I like to behave rather than how I am in social media.*' and Item 34 '*I can impersonate an identity that people who I communicate with in social media want/expect me to have.*' in the 'anonymity' part are at the top of the least-opted items.

Polat and Eren (2013) report that the value of 'giving information' comes to the forefront in the use of social media and most of the pre-service teachers say that they are informed about religion & religious life and share information about religious topics in social media. The reasons that 'social media allows hiding one's identity (anonymity)' and 'gives freedom to users' are the least-opted reasons for using social media among the pre-service teachers participating in the study. Sönmez (2013) points out that the interviewed teachers use Facebook to share pedagogical materials/information etc., to communicate with colleagues, and to distribute homework, tests, or materials about their branch. Dikme (2013) found out that 16.4% of the participants used social networks to chat online; 16.4% to see what their friends do; 14.8% to upload photos; 13% to follow university activities/events; 11.4% to update their profiles; 8.9% to upload videos; and 7.7% for other reasons.

To Akçay (2011) the first factor accounting for the satisfaction with social media use is 'entering a new social environment/socialization'; the second one is 'fun/leisure'; and the third one is 'relaxing/getting away from stress'. In the study carried out by Bostancı, 'communicating with friends comes in the first place among university students' purposes in using social media while 'access to information' comes in the second place and 'academic information/material sharing' comes in the third place. That the primary purpose in using social media is generally 'getting information' has been found in the present study as well as other studies. However, in Ök's (2013) list of 5 factors that are influential on social media use, "getting information and gaining personal status" factor comes in the 5th place. This situation is different in other studies. So, it is possible that the study group's consisting of high school students led to the emergence of this result.

When the social media orientations of pre-service teachers are examined according to gender, a significant difference is seen in the 'being safe' and 'freedom' parts. The score averages of female participants in these 2 parts are lower in comparison to those of male participants. Also, it is a significant result that female participants do not consider social networks to be environments of freedom or feel safe as distinct from male participants.

Keywords: Social Media, Value, Social Studies, Social Studies Teacher Candidate

1. Giriş

İletişim tarih boyunca farklı değişimler geçirerek bugünkü konumuna erişmiştir. Eski çağlarda insanlar bilgi ve belge iletimi gerçekleştirme konusunda yetersiz kalırken, yazının icadı, güvercinlerin kullanılması ve posta hizmetleri gibi gelişmeler iletişim yöntemlerini nispeten geliştirmiştir. Matbaanın icadı ile biraz daha gelişen kitlesel iletişim teknolojileri, 1800' lü yıllardan itibaren telefon, telgraf, radyo ve televizyon gibi aletlerin icadı gelişerek günümüzdeki seviyesine ulaşmıştır. 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren ise bilgisayar ve internet hizmetlerinin gelişmesi, iletişim olanaklarını daha da artırmıştır.

İnternet, dünyada milyonlarca bilgisayar kullanıcısını ve binlerce sosyal grubu bir araya getiren ve birbirleriyle doğrudan iletişim kurmalarını sağlayan, sürekli büyüyen bir iletişim ağıdır. Günümüzde internet ve internete dayalı aktivitelerin, bireyin gündelik yaşamının ayrılmaz bir parçası haline geldiği açık bir gerçektir. İnternette bağımsız bir yaşamı düşünmek artık mümkün görünmemektedir. Çünkü bilgi toplumunda birey, gündelik yaşamına dair pratiklerinin neredeyse tamamını internet üzerinden gerçekleştirebilmektedir (Göker vd. 2010, s.186). İnsanların internette karşılıklı diyalog ve paylaşımlarda bulunması ve içeriğe ait unsurların (haber, fotoğraf, bilgi, video) kullanıcılar tarafından hem yayılması hem de paylaşılmasıyla sosyal medya ortamı oluşmaktadır.

Sosyal medya genel anlamda Web 2.0 teknolojisi üzerine kurulan, daha derin sosyal etkileşime, topluluk oluşumuna ve işbirliği projelerini başarmaya imkan sağlayan web siteleri olarak tanımlamak mümkündür (Akar, 2010, s.17). Hatipoğlu' na (2009, s.72) göre sosyal medya araçlarının tanımı ve kapsamı kişiden kişiye değişmekle beraber bilgisayar ya da mobil telefon gibi araçların desteklediği ana unsurları bloglar, mikrobloglar, online chat (çevrimiçi sohbet) , RSS (basit birleştirme) beslemeleri, sosyal ağlar, sosyal imleme siteleri, forumlar, podcastler, video paylaşım siteleri, sanal dünyalar gibi çeşitli formlarda karşımıza çıkmaktadır. Yani, sosyal medya, en yüksek derecede paylaşımın gerçekleştiği, online medyanın yeni bir türü olarak fırsatlar sunduğu en yeni fikirlerden biridir (Solis, 2010, s.6 Akt. Vural ve Bat, 2010, s. 3351).

Sosyal medyada sosyal iletişim kelimeler, görseller, ses dosyaları yolu ile sağlanmakta, uygulamalarında içeriği tamamen kullanıcılar belirlemekte, iletiler/mesajlar kullanıcılar tarafından üretilmekte ve düzenlenmektedir. Kullanıcılar birbirleri ile sürekli bu uygulamalar üzerinden etkileşime geçtiği için sosyal medya kolay ulaşılabilirlik, daha fonksiyonel bir gündem ve kamuoyu oluşturma süreci/etki gücüne sahiptir. Kısacası zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın paylaşımın, etkileşimin ve tartışmanın esas olduğu bir iletişim şeklidir. Sosyal medyada birey, gelen iletilerden hem etkilenmekte hem de kendisi başka bireyleri ve toplumları etkileme sürecinde yer almaktadır. Sosyal medya masrafsızdır ve herkese açık fonksiyonel yapı özelliğine sahip iken, aynı zamanda yalnızlıklarını giderme, insanların hikâyelerini ve tecrübelerini bu bağlamda paylaşmak farklılık yaratmak, insan hayatında farklılık oluşturma, bireylerin ya da kurumların seslerini duyurmak istedikleri platformları oluşturmaktadır. Sosyal medyayı çekici kılan unsurlar arasında; ileti/mesajın güncelliği, çekiciliği, erişim hızı, erişilebilirlik, kullanılabilir olma, yeniliklere açık olma ve kalıcı olma gibi özellikler yer almaktadır (Alav, 2014, s.4; Kuşay, 2010, s.61; Bostancı, 2010, s.36).

Kısacası toplumların sıradan hayat koşullarını ve iletişim düzenini değiştirmeye başlayan sosyal medyada her gün yeni bir gelişme yaşanmaktadır. Sosyal medya aracılığıyla bireyler, şimdiye kadar hiç olmadığı ölçüde, kendilerini ifade edebilme olanağına sahip olmuşlardır. Sosyal medya sayesinde bireyler istedikleri takdirde çok büyük kitlelere ulaşabilir; sosyal medya kullanıcısı olarak düşüncelerini, yorumlarını, yaşadıklarını, deneyimlerini ve enformasyonlarını onlarla paylaşabilirler.

Günümüzde ülkelerin gelişmişlik düzeyine, güdülen politikalara göre farklılaşan oranlarda bilgisayar sahipliği ve internet kullanımı görülmektedir. Bilgisayarların evlere girmesiyle birlikte

ev içinde ev işi, dinlenme, aile bireyleriyle iletişim ya da kişisel gelişim veya hobiler için ayrılan zamanlar giderek azalmakta ve bilgisayar başında harcanan zaman daha da artmaktadır (Oğuz, 2016, s.606). Sosyal medyayla beraber bir yandan bireyselleşme meydana gelirken, diğer yandan da yeni bir toplumsallaşma biçimi ortaya çıkmaktadır. Kullanıcı sanal ortamdaki toplumsal ilişkilerini gerçek yaşamdan bildiği ve güvenilir bulduğu toplumsal ağlar üzerinden yeniden kurmakta ve geliştirmektedir (Binark, 2007, s.23, Akt. Sönmez, 2013, s.37). Böylelikle insanlar, kısa zamanda kurumlarını tanıtır, arkadaş ilişkileri kurar, ürün servis, fikir ve nesnelerin içeriğine ilişkin bağlılık gösterir.

İnternet ortamında, kullanıcıların kendilerini tanımlayarak her kültürden farklı kullanıcı ile iletişime geçtiği, bunun yanında normal sosyal yaşamda kullanılan jest ve mimik hareketlerini simgeleyen sembollerle duygu ve düşüncelerini sanal olarak ifade ettiği, bu şekilde sosyal iletişim kurduğu ortamlar “sosyal ağ” olarak tanımlanmaktadır (Koç ve Karabatak, 2012, s.156). Başka bir deyişle internet kullanıcılarının birbirleriyle tanışması, irtibata geçmesi, içerik paylaşımında bulunması, tartışma ortamı oluşturmaları ve ortak ilgi alanlarındaki kişilerin bir araya gelebileceği gruplar oluşturulması amacıyla oluşturulan internet siteleri sosyal ağlar olarak tanımlanmaktadır.

Sosyal ağların geçmişine bakıldığında aslında bilinenden daha eski oldukları görülmektedir. İlk toplumsal paylaşım ağları, 1990’lı yılların sonlarında oluşturulmaya başlanmıştır. Bilinen ilk sosyal ağ ise, 1997 yılında kurulan SixDegrees’tir (Toprak vd.2009, s.27). Günümüzde en popüler siteye örnek olarak verebileceğimiz ve uluslararası arenada kendine olağanüstü bir ağ oluşturma imkanı bulan Facebook’tur. Ayrıca LinkedIn, Twitter, Youtube, Myspace, WhatsApp, Instagram gibi ağlar en çok kullanıcısı olan sosyal ağlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Kişiler bu sosyal ağlar vasıtasıyla ilkökul arkadaşlarını bulabilmekte, video izleyebilmekte, müzik dinleyebilmekte, birçok bilgiyi ve etkinliği arkadaşları ile paylaşabilir hale gelmiştir. Ayrıca bu tür sosyal ağlara üye olmak ve profil oluşturmak ise sadece birkaç dakikalık bir işlem gerektirmektedir. Sosyal medya platformlarında, kişi günlük hayatında karşılaşamayacağı kişilerle arkadaşlık kurmakta, onlarla özel hayatına ilişkin paylaşımlarda bulunmaktadır. Sosyal ağlar sadece sosyalleşmek ve eğlenmek amacıyla değil, bilgiye erişmek, öğrenmek ve profesyonel iş yapmak amacıyla da kullanılmaktadır. Yani kişilerarası iletişimin belki de en temel özelliği olan ortak mekan ve amaç birlikteliği dönüştürülmüş olarak işletilmektedir. Sosyal ağların sağladığı işbirliği, kişiselleştirme, kullanıcı destekli içerik ekleme ve üst veri gibi özellikler kullanıcı deneyimini zenginleştirmekte ve bu web sitelerini daha çekici kılmaktadır. Öte yandan sosyal medyanın çok hızlı yayılması onun takibini ve kontrolünü zorlaştırmaktadır (Vural ve Bat, 2010, s.5; Tonta, 2009, s.742). Aynı zamanda sosyal medya ve paylaşım sitelerinin çocuklar üzerinde olumsuz etkisi olduğu ifade edilmekte ve bu durum oluşmasını engelleyebilmek için ailelerin bulunduğu tek çözümün sosyal paylaşım sitelerinin kullanılmasının yasaklandığı belirtilmektedir (Sidekli ve Avaroğulları, 2103, s. 149).

Günümüzde etki alanı bu kadar geniş olan sosyal medya ve sosyal ağlar birey ve toplum üzerinde önemli etkiler oluşturmaktadır. Bu etkilerin en önemlilerinden biri de değerler üzerindeki etkileridir. Bu nedenle önce değere ait tanımlamalardan bahsetmek sonra da sosyal medyanın değerlere olan etkisini irdelemek yerinde olacaktır. Değerlere ait farklı bilim insanları tarafından değişik yönleri vurgulanarak tanımlar oluşturulmuştur. Bu çeşitli tanımlara rağmen değerler üzerinde ortak bir tanım üzerinde anlaşılmadığı görülmektedir. Bu durum değerler içerik olarak kapsamının çok geniş olduğuna işaret ederken aynı zamanda sınırlarını çizmenin de zorluğuna dikkat çekmektedir.

Değerler, bir sosyal grup veya toplumun kendi varlığını, birliğini, işleyişini ve devamını sağlamak için üyelerinin çoğunluğu tarafından doğru ve gerekli olduğu kabul edilen ortak düşünce, amaç, temel ahlaki ilke ya da inançlardır (MEB, 2010, s.17). Değerler, tümüyle nesnel olmayan,

duygulardan arındırılmamış doğru ve yanlışın ayırt edilmesinde yardım eden inançlar, toplum ya da bireyler tarafından benimsenen birleştirici olgular, bireyin bilincinde yer eden ve davranışı yönlendiren, toplum ve bireylerin faydası için iyi olduğuna inanılan ölçütlerdir (Canpolat, Kaya ve Küçüktağ, 2010, s.1123).

Değerler, bireylerin neyi önemli gördüklerini tanımlayarak istekleri, tercihleri, arzu edilen veya edilmeyen durumları gösterir ve terim olarak değerler iyi olmak, doğru olmak ya da saygıdeğer olmak gibi şeyler tarafından muhakeme ettiğimiz prensip ya da standartlar olarak adlandırılır. (Halstead, 2014, s.68, Akt. Sözcü, 2015, s.25; Erdem, 2003, s.56). Yapılan tanımlara bakıldığında değer kavramı hem bireysel hem de sosyal olguları içinde barındırmaktadır (Elbir ve Bağcı, 2013). Değeri, insanı değerli kılan, sahip olduğu üstün nitelikler ve sahip olduğu donanımlar olarak tanımlayan Yaman (2012, s.18) sahip olunan değerleri bireyin gelecekte kişiliğini, bakış açısını, davranışlarını, hatta hayatını belirleyecek etkenler olduğu için, bireyin belli başlı değerlerin farkına varması, gerekli değerleri kazanması, yeni değerler benimsemesi, bütün bu değerleri kişiliğinin temel taşları haline getirerek davranışa dönüştürmesi gerektiğini ifade etmiştir.

Değerleri benimseme, gündelik yaşamda davranışlarına yansıtma gibi değere yönelik uygulamaların geliştirilmesinde bireylerin eğitim dönemi özellikle ilköğretim büyük bir öneme sahiptir. Bu önemdeki en büyük payı da sosyal bilgiler dersi almaktadır. Sözer' in (1998, 8) de ifade ettiği gibi sosyal bilgiler dersinin önemli görevlerinden biri de çocuklara bu değerleri öğrenmelerini sağlayarak, demokratik yaşantıların onlara küçük yaşlardan itibaren kazandırılmasını sağlamaktır.

Aynı doğrultuda Kan' a (2010, s.140) göre sosyal bilgiler dersi bir değer eğitimi dersidir ve sosyal bilgiler dersi içeriğinin tarihsel bir nitelik taşıması, değişik kültür ve yaşam hikâyelerini anlatması ve çok disiplinli bir yapıya sahip olması açısından değer öğretimi bakımından önemlidir. Bunun yanı sıra medya ile ilgili okuryazarlık eğitiminin mevcut programlarla ilişkilendirilmesinde sosyal bilgiler öğretim programı oldukça önemli bir yere sahip olmaktadır (Altun, 2010). Sosyal bilgiler dersinin, “sosyal bilgiler dersinin toplumsal mühendisliği görevi gereği yıkılan, bozulan kültür ve değerlerimizi iyileştirme” gibi bir görevi olduğunu (Bağcı, 2007, s.41); sosyal bilgiler eğitiminin bireylere demokratik değer, tutum ve inanç kazandırma, sahip oldukları değerlerin farkına varma ve bunların diğer insanlarla etkileşimlerine etkisinin bilincine varmalarını sağlama sorumluluğu bulunduğu (Doğanay, 2011, s.230) ifade edilerek değer vurgusunda bulunmaktadır.

Ülkelerin ileride hangi konumda olacağı yetiştireceği insanlara vereceği eğitim ile yakından ilgilidir. Doğru karaktere sahip olmak, ahlaki yozlaşmanın önlenmesi, değerlere saygının ve bağlılığın artması yetiştirilecek insanlarda aranacak temel nitelikler için hayati önem taşımaktadır. Bunun gerçekleşebilmesi için geleceğin teminatı olan bireyleri iyi bir şekilde yönlendirmeye, doğru örneklerle baş başa bırakmaya gerek vardır (Sözcü, 2015, 39). Dünya’da ülkeler arası etkileşimin artması daha doğrusu teknolojinin gelişmesi ile birlikte özellikle gelişmiş ülkelerin sosyal paylaşım siteleri üzerinden empoze edilen kültür aktarım faaliyetleri ülke kültürümüzde bozulma ve yozlaşmaları artırmıştır.

Teknolojik araçlar sayesinde farklı ülkelerde yaşayan insanlar kolay iletişime geçebilmekte ve birbirlerinden etkilenmektedir. Bu durum olumlu birçok gelişmelere neden olduğu kadar olumsuz sonuçlara da neden olmaktadır (Merter ve Şekerci, 2015). Ancak değişen değer yargılarının yanı sıra değişmemesi ve bozulmaması gereken çok önemli değerler bulunmaktadır. Durmuş’a (2012, s.148) göre bir toplumun geleceğinin iyi yetişmiş ve karakter sahibi insanlara bağlı olduğu tartışma götürmez bir gerçektir ve insanlar da iyi ahlaki karaktere kendiliğinden sahip olamazlar. Bundan dolayı öğrenim çağındaki her bireyin uygun ahlaki kararlar ve davranışlar sergilemesine yardımcı olacak değerler ve becerilerle donatılması kaçınılmaz olarak okulların temel hedefleri arasında yer almalıdır. Değerler eğitiminin temellendirilmesi ve gerçekleştirilmesi rolünün en iyi sergilenmesini sağlayacak olan mekân, okullardır. Değerler eğitimi ailede nispeten

programsız olarak anne ve babalar tarafından verilmeye başlanır. Ailede verilmeye başlayan bu eğitimin sosyalleşme sürecinde önemli yeri olan okullarda programlı olarak gerçekleştirilir. Toplumun sahip olduğu değerleri öğrenmeyen, öğrenemeyen ya da bu değerlerin gerektirdiği tavır ve davranışları sergileyemeyen ya da değerleri içselleştiremeyen bireyler hem kendileri için hem de toplum için kötü sonuçlara yol açacak tavırlar geliştirebilir.

Değerler eğitimi yoluyla kazandırılmaya çalışılan değerler, hem eğitim kurumları hem de okullardaki etkinliklerin merkezinde yer almaktadır. Çünkü okullar, onun bir parçası olan öğretmenlerle, aile, medya, arkadaş grubu ile beraber bireyin değerlerinin oluşumuna etki etmektedirler. Okullar aynı zamanda dolaylı olarak da toplumun değerlerinin oluşumuna etki etmektedirler. Okullar toplumun değerlerini şekillendiren ve aynı zamanda yansıtan yapılardır (Halstead, 1996, s.3; Akt. Sözcü, 2015, s.34). Bilgi toplumunun önemli olgularından biri olan küreselleşme, kültürlerin etkileşmesi sonucu, evrensel bir dünya kültürü olarak düşünüldüğünde, yerel kültürlerin kendini koruması noktasında, değerler önem teşkil etmektedir.

Sosyal medya ve ağların gelişmesi ile eğitimin ulusal ve küresel değerleri bütünleştirecek, aynı zamanda milli değerlerin kaybolmasını engelleyecek şekilde düzenlenmesi gerekmektedir. Bu şartların yerine getirilmesinde etkin güç olan öğretmenlerin değerlere hakim ve değerler konusunda bilinçli olması oldukça önemlidir. Doğal olarak okullardaki eğitim öğretmenler vasıtasıyla gerçekleştirilmektedir. Öğretmen, insan yetiştiren kişidir. İnsanın yetiştirilmesi ve eğitilmesi; insanın ilmi, ahlaki, insani ve manevi değerler yönünden yetiştirilmesi demektir. Sosyal açıdan insanın eğitilmesi ise iyi düşünceli, iyi sözlü, iyi ve demokratik davranışlı bireyler yetiştirmektir. Dolayısıyla öğretmen sadece bilgi aktaran, beceri kazandıran değil, aynı zamanda fazilet öğreten, güzel ahlaka örnek olan kimsedir (Çelikkaya, 1998, s.137).

Ülkemizde 2003 yılından itibaren derslerin öğretim programlarında köklü değişiklikler yapılmaya başlanmıştır. Özellikle ortaokullarda verilen derslerin programlarında değer eğitimi yönelik vurgular artmıştır. Fen bilgisi ile birlikte mihver ders olan sosyal bilgiler dersi programında değerler eğitime ayrı bir başlık açılmıştır. Her konu alanına yönelik olarak doğrudan verilecek değerler belirtilmiş olup, bu değerlerin nasıl verilebileceği değer öğretim yaklaşımları ile programlarda açıklanmıştır. Değer eğitime bu kadar önem verilen bir dersin öğretmeni olacak öğretmen adaylarının değerlere ait bilgi düzeyleri ve görüşleri doğal olarak önem arz etmektedir. Sosyal medyanın çok etkili olduğu bu grubun değerlere bakış açısı, sosyal medya kullanımı ile değer yargılarında meydana gelen değişim sorgulanmalıdır. Özellikle yeni nesillerin yetiştirilmesinde başrol oynayacak olan sosyal bilgiler öğretmen adaylarının bu konudaki durumu daha da önem arz etmektedir. Çünkü gelecekte öğretmen olacak kişilerin değerlere bakış açısı eğiteceği öğrencileri de etkileyecek potansiyele sahiptir.

Yapılan çalışmalar incelendiğinde (Merter ve Şekerci, 2015; Canpolat, Kaya ve Küçüktağ, 2010; Coşkun ve Yıldırım, 2009) öğretmen adaylarının değerlere yönelik görüşleri üzerine araştırmalar yapıldığı görülmektedir. Ayrıca eğitim fakültesi öğrencileri yoğun olmamakla birlikte üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanma düzeyleri ve nedenleri de bazı araştırmalarda (Dikme, 2013; Akçay, 2011; Vural ve Bat 2010; Balcı ve Ayhan, 2007) sorgulanmıştır. Ancak sosyal medya ve değer ilişkisini inceleyen araştırma Polat ve Eren (2013) tarafından yapılmış olup, başka bir araştırmaya ulaşılammıştır. Değer eğitimi yapı taşlarından biri haline getiren sosyal bilgiler eğitimi programının önemli ayaklarından biri olan sosyal bilgiler öğretmen adayları üzerinde ise hiçbir araştırma yapılmadığı görülmektedir. Bu bağlamda araştırmanın amacı, sosyal bilgiler öğretmen adaylarının sosyal medya kullanma durumlarına yönelik değer algılarını ortaya çıkartmaktır.

2. Yöntem

Araştırmada betimsel tarama modeli kullanılmıştır. Tarama (survey) araştırması bir grubun belirli özelliklerini belirlemek için verilerin toplanmasını amaçlayan çalışmalardır (Büyüköztürk vd., 2009, s.16). Bu araştırmanın çalışma grubunu, 2015-2016 eğitim-öğretim yılında Kastamonu Üniversitesi Eğitim Fakültesi İlköğretim Bölümünde öğrenim gören 251 sosyal bilgiler öğretmen adayı oluşturmaktadır. Çalışma grubunun oluşturulmasında, amaçlı örnekleme yöntemlerinden biri olan kolay ulaşılabilir durum örnekleme yolu seçilmiştir. Bu örnekleme yöntemi araştırmaya hız ve pratiklik kazandırmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013, s.113). Çalışma grubuna ait betimsel veriler Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1. Çalışma Grubuna Ait İstatistiki Bilgiler

Cinsiyet	Frekans (f)	Yüzde (%)
Kadın	143	57
Erkek	108	43
Mezun Olunan Lise		
Genel Lise	130	51,8
Öğretmen Lisesi	10	4,0
Meslek Lisesi	32	12,7
Anadolu Lisesi	69	27,5
Diğer	10	4,0
Sınıf Seviyesi		
Birinci Sınıf	81	32,3
İkinci Sınıf	68	27,1
Üçüncü Sınıf	46	18,3
Dördüncü Sınıf	56	22,3
Toplam	251	100

Tablo 1’ de görüldüğü gibi çalışmaya dahil edilen 251 sosyal bilgiler öğretmen adayının 143’ü (% 57) kadın, 108’i (% 43) erkektir. Mezun oldukları liselere göre % 51,8 ile genel liseler en fazla orana sahipken, en az oran ise diğer liseler ve öğretmen lisesi mezunlarında görülmektedir. Sınıf seviyelerine göre öğretmen aday sayıları eşit olmamakla birlikte oransal olarak birbirlerine yakın değerlere sahiptirler.

Veri toplama aracı olarak Polat ve Eren (2013) tarafından hazırlanan ‘Öğretmen Adaylarının Sosyal Medyada Değer Algıları ve Yönelimleri’ adlı anket kullanılmıştır. Anket maddeleri bilgilenme (1.-4.maddeler), dini ve ahlaki gelişim (5.-9.maddeler), iletişim imkân ve kabiliyetinin gelişimi (10.-15.maddeler), aidiyet ve dayanışma (16.-23.maddeler), duygusal haz, eğlence, öz tatmin (24.-30.maddeler), anonimlik (31.-35.maddeler), güvende olma hissi (36.-39.maddeler), özgürlük (40.-45.maddeler) ve sosyal medyanın olumsuz etkileri (46.-56.maddeler) başlıkları altında dokuz farklı bölümden oluşmaktadır. Güvenirlilik katsayısı (Cronbach Alpha) .947 bulunmuştur. Verilerin analizinde SPSS 20 paket programı kullanılmıştır. SPSS ile frekans, yüzde ve aritmetik ortalamalar bulunmuş, bağımsız örneklem t-testi sonuçlarından yararlanılmıştır.

3. Bulgular

Bu bölümde araştırmaya ilişkin bulgulara yer verilmiştir. Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının sosyal ağ kullanım süresi, sıklığı, gün içinde sosyal ağ kullanım süresi ve sosyal ağlardaki arkadaş sayısına ait tablolar aşağıda gösterilmektedir.

Turkish Studies

International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic
Volume 11/9 Spring 2016

Tablo 2. Öğretmen Adaylarının Sosyal Ağ Kullanım Süresi ve Sıklığı

Sosyal Ağ Kullanım Süresi	f	%	Sosyal Ağ Kullanım Sıklığı	f	%
Bir Yıldan Az	26	10,4	Ayda 1-2 gün	16	6,4
1-3 Yıl Arası	69	27,5	Haftada 1-2 gün	23	9,2
3-5 Yıl Arası	67	26,7	Haftada 3-4 gün	20	8,0
5 Yıldan Fazla	89	35,5	Her gün	192	76,5

Tablo 2 incelendiğinde öğretmen adaylarının % 35,5' inin beş yıldan daha fazla süredir sosyal ağları kullandığı görülmektedir. Yalnızca 26 kişi (%10,4) bir yıldan az bir süredir sosyal ağ kullanmaktadır. Sosyal ağ kullanım sıklığına göre ise öğretmen adaylarının büyük çoğunluğunun (%76,5) her gün sosyal ağları kullandığı dikkati çekmektedir.

Tablo 3. Öğretmen Adaylarının Gün İçinde Sosyal Ağ Kullanım Süresi ve Sosyal Ağlardaki Arkadaş Sayısı

Gün İçinde Sosyal Ağ Kullanım Süresi	f	%	Sosyal Ağlardaki Arkadaş Sayısı	f	%
0-30 dakika	31	12,4	0- 150 kişi	92	36,7
30 dk.- 1 saat	76	30,3	150- 300 kişi	78	31,1
1- 3 saat	68	27,1	300-450 kişi	43	17,1
3-5 saat	41	16,3	450 kişi üzeri	38	15,1
5 saatten fazla	35	13,9			

Tablo 3' de öğretmen adaylarının % 42,5' inin sosyal ağları gün içinde bir saatten az, %57,5'inin ise en az bir saat ve üzerinde kullandıkları görülmektedir. Sosyal ağlardaki arkadaş sayıları incelendiğinde, en fazla oranı 150 kişiden az arkadaşına sahip olanların oluşturduğu dikkati çekmektedir.

Tablo 4. Öğretmen Adaylarının Değer Tercihleri ve Önem Sıraları

Değerler	İlk Beş Sırada Tercih Edenler	Sınıf Düzeylerine Göre İlk Sırada Tercih Edenler								
		1.Sınıf		2.Sınıf		3.Sınıf		4.Sınıf		Toplam
		f	%	f	%	f	%	f	%	
Vatanseverlik	161	21	25,9	21	30,8	24	52,1	24	42,8	90
Dürüstlük	165	34	41,9	20	29,4	10	21,7	12	21,4	76
Bağımsızlık	72	10	12,3	5	7,3	1	2,2	2	3,6	18
Barış	104	4	4,9	3	4,4	5	10,8	4	7,2	16
Bilimsellik	52	4	4,9	5	7,3	2	4,3	2	3,6	13
Adil olma	120	4	4,9	2	2,9	2	4,3	3	5,3	11
Duygu ve düşüncelere saygı	57	-	-	5	7,3	1	2,2	4	7,2	10
Hak ve özgürlüklere saygı	82	2	2,4	4	6	-	-	1	1,8	7
Estetik	25	-	-	1	1,5	-	-	3	5,3	4
Doğa sevgisi	28	-	-	1	1,5	1	2,2	-	-	2
Dayanışma	57	1	1,2	1	1,5	-	-	-	-	2
Sorumluluk	33	1	1,2	-	-	-	-	-	-	1
Yardımseverlik	35	-	-	-	-	-	-	1	1,8	1

Tablo 4 'te görüldüğü gibi öğretmen adaylarının önem sırasına göre ilk beş sırada en çok tercih ettikleri değerlerin dürüstlük, vatanseverlik, adil olma ve barış değerleri olduğu görülmektedir. Değer tercihlerinin sınıf düzeylerine göre dağılımı incelendiğinde birinci sınıf öğrencilerinin en önemli gördükleri değer % 41,9 ile (34 kişi) dürüstlük değeri olduğu dikkati

Turkish Studies

çekmektedir. İkinci sınıf öğrencilerinin % 30,8'i (21 kişi); üçüncü sınıf öğrencilerinin %52,1'i ve dördüncü sınıf öğrencilerinin %42,8'i vatanseverlik değerini ilk sırada tercih etmişlerdir. Tüm sınıf düzeylerinde yardımseverlik ve sorumluluk değerleri yalnızca bir kişinin tercihiyle en az önem verilen değerler olmuştur. Bu değerleri iki kişinin tercih ettiği doğa sevgisi, dayanışma ve estetik değerleri takip etmektedir.

Tablo 5. Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Yönelimleri ve Değer Yargıları

Anket Bölümleri	Toplam	$\bar{X}$
Bilgilenme	15,26	3,81
Aidiyet ve dayanışma	26,53	3,31
İletişim imkân ve kabiliyetinin gelişimi	19,39	3,23
Dini ve ahlaki gelişim	15,38	3,07
Duygusal haz, eğlence, öz tatmin	21,28	3,04
Sosyal medyanın olumsuz etkileri	31,11	2,82
Güvende olma hissi	11,05	2,76
Anonimlik	12,51	2,50
Özgürlük	14,46	2,41

Tablo 5 öğretmen adaylarının sosyal medya yönelimleri ve değer yargılarının ortaya çıkardığı bulguları göstermektedir. Bu tabloya göre öğretmen adayları sosyal medyayı en çok bilgilenme amacıyla kullanmaktadır. Daha sonra dayanışma ve iletişim amaçlı kullanım gelmektedir. Sosyal medyadan dini ve ahlaki gelişim ile haz ve eğlence anlamında yararlanıldığı da göze çarpmaktadır. Bu kullanım amaçlarına karşılık öğretmen adaylarının sosyal medyayı anonimlik ve özgürlük alanı olarak görmedikleri anlaşılmaktadır.

Tablo 6. Öğretmen Adaylarının Katılma Oranının En Yüksek Olduğu Anket Maddeleri

Maddeler	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
M24. Sosyal medyada film/müzik/video vb. eğlendirici unsurlara ulaşabiliyorum.	3,2	4,0	13,5	33,5	45,4
M3. Önemseydiğim kişiler hakkındaki bilgilere ulaşabiliyorum.	4,0	3,2	17,1	42,2	33,5
M1. Türkiye’de ve dünyadaki güncel olayları takip edebiliyorum.	4,0	4,0	20,7	39,8	31,5
M16. Sosyal medya sayesinde bölgesel ve evrensel çapta ezilen/felakete uğrayan kişilerden haberdar oluyorum.	4,0	4,4	17,9	39,0	34,7
M25. Sosyal medyada sevdiğim sanatçıları takip ediyorum.	5,2	10,0	17,9	33,1	33,9
M10. Sosyal medya sayesinde özel günlerden haberdar oluyorum/özel günleri kutluyorum.	5,6	9,6	20,3	30,7	33,9

Tablo 6 incelendiğinde öğretmen adaylarının katılım düzeyinin en yüksek olduğu maddelerin duygusal haz, eğlence, öz tatmin bölümünde bulunan yirmi dördüncü madde ile bilgilenme bölümünde bulunan bir ve üçüncü maddeler olduğu görülmektedir. Bu maddeleri takiben aidiyet ve dayanışma bölümünde bulunan on altıncı madde, duygusal haz, eğlence, öz tatmin bölümünde bulunan yirmi beşinci madde ve iletişim imkan ve kabiliyetinin gelişimi bölümünde bulunan onuncu madde gelmektedir.

Tablo 7. Öğretmen Adaylarının Katılma Oranının En Düşük Olduğu Anket Maddeleri

Maddeler	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
M35. Gerçek hayatta uygulamaktan çekindiğim uygulama imkanı bulamadığım fantezi ve hayallerimi yaşayabiliyorum.	38,2	31,1	16,3	8,4	6,0
M45 Gelenekleri gereksiz bulduğum için bunların gözetilmediği sosyal medyayı tercih ediyorum.	45,8	23,1	18,3	6,8	6,0
M56. Sosyal medya kullanımı gereksiz şeyler satın almama neden oluyor.	39,0	26,3	17,5	8,8	8,4
M34. Sosyal medyada iletişime geçtiğim kişi/kişilerin istediği ve beklediği kimliğe daha kolay bürünebiliyorum.	34,7	27,9	17,5	13,9	6,0
M30. Sosyal medyada oynadığım savaş/dövüş oyunları sayesinde stres atıyorum/dinleniyorum.	36,3	19,5	18,3	15,5	10,4
M29. Sosyal medyada ne kadar çok fotoğraf/video, yorum vs. paylaşırsam mutlu oluyorum.	26,3	28,7	29,9	8,4	6,8
M33. Sosyal medyada olduğum gibi değil de olmak istediğim gibi davranabiliyorum.	30,7	23,5	21,1	14,7	10,0

Tablo 7.'ye göre öğretmen adaylarının katılım oranlarının en düşük olduğu madde anonimlik bölümünde yer alan 35. maddedir. Daha sonra özgürlük bölümündeki 45. madde, sosyal medyanın olumsuz etkileri bölümündeki 56. madde, anonimlik bölümündeki 33. ve 34. maddeler ile duygusal haz, eğlence, öz tatmin bölümündeki 29. ve 30. maddeler katılımın en az olduğu maddeler olmuştur.

Tablo 8. Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Yönelim ve Değer Yargılarının Cinsiyet Değişkenine Göre Analizi

Anket Bölümleri	Cinsiyet	N	$\bar{X}$	Ss	Sd	t	p
Bilgilenme	Kadın	143	15,433	2,76	249	.954	.341
	Erkek	108	15,037	3,82			
Aidiyet ve dayanışma	Kadın	143	26,419	6,09	249	.321	.749
	Erkek	108	26,685	6,98			
İletişim imkân ve kabiliyetinin gelişimi	Kadın	143	18,818	5,20	249	1.96	.051
	Erkek	108	20,148	5,47			
Dini ve ahlaki gelişim	Kadın	143	15,664	3,84	249	1.22	.220
	Erkek	108	15,009	4,59			
Duygusal haz, eğlence, öz tatmin	Kadın	143	20,979	5,50	249	.976	.330
	Erkek	108	21,685	5,89			
Sosyal medyanın olumsuz etkileri	Kadın	143	30,636	8,99	249	.959	.339
	Erkek	108	31,750	9,26			
Güvende olma hissi	Kadın	143	10,419	3,60	249	3.10	.002*
	Erkek	108	11,898	3,90			
Anonimlik	Kadın	143	12,021	4,70	249	1.87	.062
	Erkek	108	13,157	4,82			
Özgürlük	Kadın	143	13,692	5,56	249	2.46	.015*
	Erkek	108	15,481	5,87			

*p<0.05

Tablo 8' de öğretmen adaylarının sosyal medya yönelim ve değer yargıları ile cinsiyet arasındaki bağımsız örneklem t-testi analizleri gösterilmiştir. Buna göre öğretmen adaylarının cinsiyetleri ile anketin güvende olma hissi $[t(249)=.002, p< .05]$ ve özgürlük $[t(249)=.002, p< .05]$ bölümleri arasında anlamlı farklılık görülmüştür. Diğer bölümler ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

4. Sonuç ve Tartışma

Yeni yüzyılın iletişim ağları ulusal ve uluslararası boyutta sosyo-ekonomik ve kültürel alanlarda önemli etkiler oluşturmaktadır. Saydam bir ağ olan sosyal medyanın kolay ulaşılabilir olması insanların gündelik ilişkilerini dahi yeter derecede etkilemektedir. Yeni fikir akımları, öğrenci birlikleri, toplumsal hareketler sosyal ağlar üzerinden rahatça yürütülmekte ve de yönetilmektedir. Bu şekilde önemli etkileri bulunan internet ve sosyal medya her geçen gün artan biçimde sorgulanmaktadır.

Sanal dünya denilen aslında hayatın yadsınamaz bir gerçeği haline gelen internet ve onun en büyük ürünü sosyal medya tüm dünyayı sarmış durumdadır. Daha kolay ve rahat bir şekilde duygu ve düşüncelerin ifade edilebilme, gün içindeki sıkıntılardan kurtulma, beğenilme, onaylanma, çeşitli konularda kendini geliştirme, diğer insanları etkileme, kendisine bir konum elde etme gibi nedenlerle sosyal medyayı gerçek ilişkilere tercih edenlerin sayısı gün geçtikçe artmaktadır.

Günümüzde internet aracılığıyla bireyler, iletişim içerisinde bulunduğu ötekinin geçmişini, kimliğini, toplumsal ve biyolojik varlığını dikkate almaksızın iletişimde bulunurken, tanımadığı kişilere karşı kendi kimliğini de gizleyebilmekte ya da değiştirebilmektedir. Kişi, kimliğini arzu ettiği şekilde konumlandırmak için giyinme tarzlarından, dil kullanımına, boş zaman etkinliklerine, müzik tüketimine ve medya kullanma örüntülerine değin farklı materyal ve kültürel öğelere başvurabilmektedir (Güzel, 2006, s.7).

Sosyal medyanın insanlar üzerinde tespit edilen bu etkileri göz önüne alınarak bu çalışma kaleme alınmıştır. Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının sosyal medya kullanımı ve sosyal medyanın değerlere olan etkisinin tespit edildiği bu çalışmada ortaya çıkan sonuçlar aşağıda verilmiştir.

Öğretmen adaylarının sosyal ağ kullanım sürelerine ait sonuçlara göre, adayların çoğunluğunun beş yıldan fazla bir süredir sosyal ağları kullandığı görülmektedir. Bu durum öğretmen adaylarının lise hatta ortaokul döneminden itibaren sosyal ağları kullandığını kanıtlayarak, ülkemizde sosyal ağ kullanım yaşının düşük olduğunu göstermektedir. Dikme (2013) çalışmasında katılımcıların % 88,5'inin 5 yıldan fazla süredir, %4,8'inin 5 yıldır, %2,9'unun 3 yıldır, %1,9'unun 4 yıldır ve geriye kalan % 1,9'luk kısmında 2 yıldır internet bağlantısının olduğu belirlemiştir. Bu sonuçlar çalışmamızdaki sonuçlarla benzerlik göstermektedir.

Sosyal ağ kullanım sıklığı sonuçlarına göre öğretmen adaylarının %76,5'inin her gün sosyal ağı kullandığını ortaya koymaktadır. Bu sonuç sosyal ağların gündelik hayatta önemli bir yer edindiğini ispatlamaktadır. Bostancı (2010) çalışmasında benzer bir şekilde üniversite öğrencilerinin %55'inin her gün interneti kullandığını, Dikme (2013) ise katılımcıların %99,0'ının her gün internet kullandığını ve Ök (2013) çalışmasında deneklerin %39,6'sının sosyal ağları her gün kullanmakta olduğunu ifade etmiştir.

Öğretmen adaylarının gün içinde sosyal ağı yoğunlukla 30 dakika ile 3 saat arasında kullandığı, sosyal ağlardaki arkadaş sayısının da en çok 0- 300 kişi arasında olduğu görülmüştür. Bu sonuçlar öğretmen adayların sosyal ağlara gün içerisinde mutlaka zaman ayırdıklarını ve arkadaşları ile iletişimlerinin önemli bir kısmını sanal ortamda gerçekleştirdiklerini göstermektedir.

Öğretmen adaylarının değer tercihleri ve önem sırası sonuçlarına göre, tüm sınıf düzeylerindeki öğretmen adaylarının en fazla vatanseverlik değerini tercih etmiştir. Ayrıca üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencilerinin vatanseverlik değerini diğer sınıflara göre daha fazla tercih ettiği dikkati çekmiştir. Bu sonucun çıkmasında öğretmen adaylarının bilinç düzeyinin yanı sıra ülkemizdeki terör olaylarının ve Suriye savaşının da etkili olduğu söylenebilir. Öğretmen adaylarının en az önem verdiği ve ilk sıralarda tercih etmediği değerler ise dayanışma, sorumluluk ve yardımseverlik olmuştur. Vatanseverliğin aynı zamanda dayanışma ve birliktelikten kaynağını aldığını düşündüğümüzde, bu sonuçların öğretmen adaylarının tercihlerinde doğrusal bir ilişkinin olmadığını göstermektedir.

Öğretmen adaylarının sosyal medya yönelimleri incelendiğinde, öğretmen adaylarının sosyal medyadan en çok bilgilene amacıyla yararlandıkları sonucuna varılmıştır. Anket maddeleri incelendiğinde öğretmen adaylarının katılma oranının en yüksek olduğu maddelerin bilgilene bölümündeki 3. Madde ‘Önemsediğim kişiler hakkındaki bilgilere ulaşabiliyorum’ ve 1. madde ‘Türkiye’de ve dünyadaki güncel olayları takip edebiliyorum’ olduğu görülmektedir.

Öğretmen adayları sosyal medyadan bilgilene dışında aidiyet ve dayanışma bağlamında yararlanmaktadırlar. 16. anket maddesi olan ‘Sosyal medya sayesinde bölgesel ve evrensel çapta ezilen/felakete uğrayan kişilerden haberdar oluyorum’ maddesi katılma oranı en yüksek maddelerden olması bu durumu kanıtlamaktadır. Tüm bunlara karşılık sosyal medyanın özgürlük alanı ve anonimlik olarak görülme oranı en düşük düzeyde çıkmıştır. Bu durum sosyal medyanın özgürlük ve istediği şeyleri rahatça yapma ve paylaşma alanı olarak görüldüğü yargısını çürütmektedir. Buna kanıt olarak 35. maddenin ‘Gerçek hayatta uygulamaktan çekindiğim uygulama imkanı bulamadığım fantezi ve hayallerimi yaşayabiliyorum’ katılma oranı en düşük madde olması gösterilebilir. Aynı şekilde anonimlik bölümündeki 33. madde ‘Sosyal medyada olduğum gibi değil de olmak istediğim gibi davranabiliyorum’ ve 34. madde ‘Sosyal medyada iletişime geçtiğim kişi/kişilerin istediği ve beklediği kimliğe daha kolay bürünebiliyorum’ en az katılım oranına sahip maddelerin başında gelmektedir.

Polat ve Eren (2013) çalışmalarında sosyal medya kullanımında en çok bilgilene değeri öne çıktığını, öğretmen adaylarının çoğunun sosyal medyada din ve dini yaşam ile ilgili bilgilendiklerini, dini konularla ilgili paylaşımda bulunduklarını ifade etmişlerdir. Yine bu çalışmada araştırmaya konu olan öğretmen adayları, sosyal medyanın kullanıcıya kimliğini gizleyebilme (anonimlik) ve ona özgür hareket etme olanağı sağlayabilmesini sosyal medyayı kullanma nedenleri arasında çok alt seviyede sıralamışlardır. Sönmez (2013) ise görüşülen öğretmenlerin Facebook’u pedagojik paylaşımlar yapmak, iş arkadaşlarıyla Facebook üzerinden haberleşmek, öğrencilere ödev, test dağıtmak, branşlarıyla ilgili paylaşımlar yapmak amaçlı kullandıklarını belirtmiştir. Dikme (2013) çalışmasında katılımcıların %16,4’ ünün sosyal ağları online sohbet etmek için, %16,4’ ünün arkadaşlarının ne yaptığını görmek için, %14,8’ inin fotoğraf yüklemek için, %13’ ünün üniversitelerin etkinliklerini takip etmek için, %11,4’ ünün profil güncellemek için, %8,9’ unun video yüklemek için, %7,7’sinin diğer sebeplerle sosyal ağları kullandığını tespit etmiştir.

Akçay (2011)’ a göre, sosyal medya kullanımından elde edilen doyumu açıklayan ilk faktör ‘sosyal çevre edinme/sosyalleşme’, ikinci faktör ‘eğlence/boş vakit geçirme’ ve üçüncü faktör ‘rahatlama/stresten uzaklaşma’ faktörüdür. Bostancı (2010) ise çalışmasında üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçlarında birinci sırayı ‘‘arkadaşlarımla iletişim kurmak ifadesi, ikinci sırası bilgiye erişim’ ifadesi ve üçüncü sırayı ‘‘akademik bilgi paylaşım’ın aldığını belirtmektedir. Sosyal medya kullanımında ilk amacın genellikle bilgilene olduğu, diğer çalışmalarda olduğu gibi bu çalışmada da tespit edilmiştir. Ancak Ök (2013) çalışmasında, sosyal medya kullanımında etkili olan beş faktör sıralamış olup, beşinci faktörü ‘bilgilene ve kişisel’

statü faktörü olarak ifade etmiştir. Bu durum diğer çalışmalarla farklılık göstermektedir. Ortaya çıkan bu sonuçta, deney grubunun lise öğrencilerinden oluşması etkili olabilir.

Öğretmen adaylarının sosyal medya yönelimlerinin cinsiyete göre durumu incelendiğinde, güvende olma hissi ve özgürlük bölümleri arasında anlamlı farklılık görülmüştür. Kadın öğretmen adaylarının bu iki bölüme yönelik ortalamaları erkeklere göre daha düşük çıkmıştır. Bayan öğretmen adaylarının sosyal ağları birer özgürlük alanı olarak görmemeleri, güvende olma hissine kapılmamaları ve erkek öğretmen adaylarından bu konularda farklılaşmaları anlamlı bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır.

KAYNAKÇA

- Akar, E. (2010). *Sosyal Medya Pazarlaması*, İstanbul: Elif.
- Akçay, H. (2011). Kullanımlar Ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı: Gümüşhane Üniversitesi Üzerine Bir Araştırma, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 33, 137-161.
- Alav, O. (2014). Sosyal Medya'nın Birey ve Toplumsal Yapıya Etkileri, *Elektronik Sosyal Bilgiler Eğitimi Dergisi*, 1(1), 1-22.
- Altun, A. (2010). *Medya Okuryazarlığının Sosyal Bilgiler Programıyla İlişkilendirilmesi ve Öğretim*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü
- Altunay, E. ve Yalçinkaya, M. (2011). Öğretmen Adaylarının Bilgi Toplumunda Değerlere İlişkin Görüşlerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 17(1), 5-28.
- Altunay M. C. (2010). *Twitter: Gündelik Yaşamın Yeni Rutini 'Pıt Pıt Net'*, Anadolu Üniversitesi İletişim Fakültesi 6. Ulusal İletişim Öğrencileri Sempozyumu' nda sunulan bildiri, 12 Nisan.
- Aydoğan F. ve Akyüz A. (2010). *İkinci Medya Çağında İnternet*, İstanbul: Alfa.
- Aykaç, N. (2007). İlköğretim Sosyal Bilgiler Dersi Eğitim- Öğretim Programına Yönelik Öğretmen Görüşleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(22), 46-73.
- Balcı, Ş. ve Ayhan, B. (2007). Üniversite Öğrencilerinin İnternet Kullanım ve Doyumları Üzerine Bir Saha Araştırması, *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 5 (1), 174-197.
- Bağcı, İ. (2007). J. J. Rousseau, Emile ve Çocuğun Sosyal Eğitimi. *Eğitim Klasikleri İncelemeleri* (Edt. Bahri Ata ve İkrar Bağcı), 31-41. Ankara: Pegem A.
- Bostancı, M. (2010). *Sosyal Medyanın Gelişimi ve İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Büyükoztürk, Ş. vd. (2009). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Pegem Akademi, Ankara.
- Canpolat, E., Kaya, M. ve Küçüktağ, İ. (2010). Öğretmen Adaylarının Değer Algısı, 9. Sınıf Öğretmenliği Eğitimi Sempozyumu' nda sunulan bildiri, Elazığ, 1123-1126.
- Çelikkaya, H. (1998). *Fonksiyonel eğitim sosyolojisi (pedagojik formasyon amaçlı)*. (2. Basım), İstanbul: Alfa.
- Coşkun, Y. ve Yıldırım, A. (2009). Üniversite Öğrencilerinin Değer Düzeylerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. 1 (6), 311-328.

- Dikme, G. (2013). *Üniversite Öğrencilerinin İletişimde ve Günlük Hayatta Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları: Kadir Has Üniversitesi Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Doğanay, A. (2011). Değerler Eğitimi, Cemil Öztürk (Ed.), *Sosyal Bilgiler Öğretimi Demokratik Vatandaşlık Eğitimi*, (s. 225-256), Ankara: Pegem A.
- Durmuş, A. (2012). “EDAM Karakter Okulu Modeli”, Değerler Eğitimi Uluslararası Konferansı, İstanbul: MEB, 148-158.
- Elbir, B. ve Bağcı, C. (2013). Değerler Eğitimi Üzerine Yapılmış Lisansüstü Düzeyindeki Çalışmaların Değerlendirilmesi, *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic* 8(1), 1321-1333.
- Eldeniz, L. (2010). *İkinci Medya Çağında Etkileşimin Rolü ve Web 2.0*, İkinci Medya Çağında internet, (drl.) Filiz Aydoğan ve Ayşen Akyüz, İstanbul: Alfa.
- Erdem, A. R. (2003). Üniversite kültüründe önemli bir unsur: Değerler. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 1(4), 55-72.
- Erkul, E. (2009). Sosyal Medya Araçlarının (Web 2.0) Kamu Hizmetleri ve Uygulamalarında Kullanılabilirliği, *Türkiye Bilişim Derneği*, 116, 96-101.
- Evin, İ. ve Kafadar, O. (2004). İlköğretim sosyal bilgiler programının ve ders kitaplarının ulusal ve evrensel değerler yönünden içerik çözümlemesi, *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 2 (3), 293-302.
- Göker, G., Demir, M. ve Doğan, A. (2010). Ağ Toplumunda Sosyalleşme ve Paylaşım: Facebook Üzerine Ampirik Bir Araştırma, *E-Journal of New World Sciences Academy Humanities*, 4C0035, 5(2), 183-206.
- Güzel, M. (2006). Küreselleşme, Gençlik ve İnternet Kültürü, *Küresel İletişim Dergisi*, 1, 17-23.
- Halstead, J. M. (1996). *Values and values education in schools*. J. M. Halstead ve M. J. Taylor(Ed.), *Values in Education and Education in Values* kitabı içinde(ss.3-13). Oxon: Routledge Falmer.
- Hatipoğlu, H. B. (2009). Sosyal Medya ve Ticaret Hayatına Etkileri, *CİO Club*, 71- 74.
- İli, K. (2013). *Sosyal Medya Ortam Ve Araçlarının Öğrenci Davranışlarına Etkisi* (Gazi Çiftliği Anadolu Lisesi Örneği), (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Eğitim Yönetimi, Teftişi, Planlaması ve Ekonomisi Bilim Dalı.
- Kan, Ç. (2010). Sosyal Bilgiler Dersi ve Değerler Eğitimi, *Milli Eğitim Dergisi*, 187, 138-145.
- Karaduman, M. ve Kurt, H. (2014). *İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medyayı Kullanım Düzeyleri*, XIX. Türkiye'de İnternet Konferansı 27-29 Kasım 2014.
- Koç, M. ve Karabatak, M. (2011). *Sosyal Ağların Öğrenciler Üzerindeki Etkisinin Veri Madenciliği Kullanılarak İncelenmesi*, 5th International Computer & Instructional Technologies Symposium, 22-24 September 2011, Fırat University, ELAZIĞ- TURKEY.
- Kuşay, Y. (2010). *Sosyal Medyanın Gücü ve Uygulama Örnekleri*, İkinci Medya Çağında İnternet (Drl: Filiz Aydoğan, Ayşen Akyüz), İstanbul: Alfa.
- MEB (2010). *İlköğretim Sosyal Bilgiler Dersi 4-5 Sınıflar Öğretim Programı ve Kılavuzu Bilgiler*. Ankara: Devlet Kitapları Müdürlüğü Basım Evi.
- MEB (2005). *İlköğretim Sosyal Bilgiler Dersi (4.-5. Sınıflar) Öğretim Programı*. Ankara: MEB.
- MEB (2005). *İlköğretim Sosyal Bilgiler Dersi (6.-7. Sınıflar) Öğretim Programı*. Ankara: MEB.
- Merter, F. ve Şekerci, H. (2015). Değerlerin Kaybolma Durumuna İlişkin Sınıf Öğretmeni Görüşlerinin Değerlendirilmesi, *Turkish Studies International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic* Volume 10/3 Winter 2015, p. 851-

- 874 DOI Number: <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.7987> ISSN: 1308-2140, ANKARA-TURKEY
- Oğuz, S. (2016). *Bilişim ve Medya Sorunları*, Günümüz Dünya Sorunları, (Editör: Fatih Aydın), Ankara:Pegem A.
- Oktaç, A. S. (2007). *İslam Düşüncesinde Ahlaki Değerler ve Bunların Global Ahlak Etkileri*, “Değerler ve Eğitimi” Uluslararası Sempozyumu. Edt. R. Kaymakcan ve diğerleri. İstanbul: DEM Yayınları; 131–144.
- Oktaç, A. ve Esmer, E. A. (2008). *Öğretmenin değişen rolleri ve değerler*, Eğitim Bilimleri Bakış Açısıyla Türkiye Cumhuriyeti’nde Eğitimin Çağdaş Değerlerle İrdelenmesi Çalıştayı. 1-3 Mart 2008. Ankara: Eğitim Bilimleri Fakültesi.
- Ök, F. (2013). *Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Motivasyonları*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, Elazığ.
- Önür, N. (2007). *Modernleşme Sürecinde Okul, Aile ve Medya Kavşağında Toplumsal Değerler*. “Değerler ve Eğitimi” Uluslararası Sempozyumu, Edt. R. Kaymakcan ve diğerleri. İstanbul: DEM Yayınları; 157–176.
- Özden, Y. (2008). *Eğitimde yeni değerler*. 6. Baskı, Ankara: Pegem A.
- Sidekli, S. ve Avaroğulları, M. (2013). Facebook: Sosyal Bilgiler Öğretiminde Yeni Bir Yöntem, *Cumhuriyet International Journal of Education*, 2(2), 145-154.
- Sönmez, B. (2013). *Sosyal Medya ve Ortaöğretim Öğretmenlerinin Facebook Kullanım Alışkanlıkları*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Sözcü, U. (2015). *7.Sınıf Öğrencilerinin Bilimsellik Değerine İlişkin Zihinsel Modellerindeki Değişimin İncelenmesi*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sözer, E. (1998). *Sosyal Bilgiler Programının Amaçları, İlkeleri ve Temel Özellikleri*. Sosyal Bilgiler Öğretimi, (Editör: Gürhan Can), 15- 39, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1064, Açık öğretim Fakültesi Yayınları No:581. Eskişehir, Anadolu Üniversitesi, Web-Ofset Tesisleri, 1998.
- Tonta, Y. (2009). Dijital Yerliler, Sosyal Ağlar ve Kütüphanelerin Geleceği, *Türk Kütüphaneciliği Dergisi*, 4(24), 742-768.
- Toprak, A. vd. (2009). *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: “Görülüyorum Öyleyse Varım!”* İstanbul: Kalkedon.
- Turan, Z. ve Göktaş, Y. (2011). *Çevrimiçi Sosyal Ağlar: Öğrenciler Neden Facebook Kullanmıyor?* 5th International Computer & Instructional Technologies Symposium, 22-24 September 2011, Fırat University, Elazığ.
- Vural, B.Z. ve Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma, *Journal of Yasar University* 20(5) 3348-3382.
- Yaman, E. (2012). *Değer eğitimi: Eğitimde yeni ufuklar*. Ankara: Akçağ.

Citation Information/Kaynakça Bilgisi

- Oğuz, S. & Sözcü, U. (2016). “Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarına Göre Sosyal Medya Kullanımının Değerler Üzerine Etkisi / Social Studies Teacher Candidates’ Perceptions of the Effects of Social Media Usage on Values”, *TURKISH STUDIES -International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic-*, ISSN: 1308-2140, Volume 11/9 Spring 2016, ANKARA/TURKEY, www.turkishstudies.net, DOI Number: <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.9562>, p. 617-634.