



T.C
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
TÜRKÇE VE SOSYAL BİLİMLER EĞİTİMİ ANA BİLİM DALI
SOSYAL BİLGİLER EĞİTİMİ BİLİM DALI

SOSYAL BİLGİLER ÖĞRETMEN ADAYLARININ ALGILARINA
GÖRE KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ SOSYAL BİLGİLER
ÖĞRETİMİNDE KULLANIMI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

İrem Nur KARACA

Malatya-2020

T.C
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
TÜRKÇE VE SOSYAL BİLİMLER EĞİTİMİ ANA BİLİM DALI
SOSYAL BİLGİLER EĞİTİMİ BİLİM DALI

SOSYAL BİLGİLER ÖĞRETMEN ADAYLARININ ALGILARINA
GÖRE KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ SOSYAL BİLGİLER
ÖĞRETİMİNDE KULLANIMI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

İrem Nur KARACA

Danışman: Doç. Dr. Erol KOÇOĞLU

Malatya-2020

ONUR SÖZÜ

Doç. Dr. Erol KOÇOĞLU danışmanlığında yüksek lisans tezi olarak hazırladığım Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Algılarına Göre Kitle İletişim Araçlarının Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kullanımı başlıklı bu çalışmanın bilimsel ahlaka ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmada tarafımda yazıldığını ve faydalandığım bütün kaynakların hem metin içinde hem de kaynakçada yöntemine uygun olarak gösterilenlerden oluştuğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

İrem Nur KARACA



ÖN SÖZ

Tez çalışmamın her aşamasında, bana yol gösteren bilgisi ve tecrübesiyle her zaman bana destek olan sayın hocam Doç. Dr. Erol Koçoğlu'na sonsuz teşekkür ederim. Her konuda bilgi birikimiyle bizlere ışık olan, manevi desteklerini esirgemeyen yüksek lisans eğitimi aldığım değerli hocalarıma ve lisansüstü eğitim hayatım boyunca bana maddi ve manevi destek sağlayan, her daim arkamda duran ve bana bu yolda güven sağlayan kıymetli anneme, babama ve kardeşlerim; Göktuğ Karaca ve Mehmet Alptuğ Karaca'ya desteklerinden dolayı sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

İrem Nur KARACA

ÖZET

SOSYAL BİLGİLER ÖĞRETMEN ADAYLARININ ALGILARINA GÖRE KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ SOSYAL BİLGİLER ÖĞRETİMİNDE KULLANIMI

KARACA, İrem Nur

Yüksek Lisans, İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü

Sosyal Bilgiler Eğitimi Bilim Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Erol KOÇOĞLU

Temmuz-2020, XV+106 sayfa

Araştırmada kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin sosyal bilgiler öğretmen adaylarının algılarını belirlemek amaçlanmaktadır. Bu amacın yanında araştırmada sosyal bilgiler öğretmenliği bölümünde öğrenim gören öğretmen adaylarının algılarının araştırmanın demografik değişkenleri olan cinsiyet, öğrenim görülen sınıf, gazeteleri takip etme durumu, radyo dinleme durumu, televizyon izleme durumu, internet kullanım durumu, sosyal medya araçlarını kullanım durumu ve akıllı telefon kullanım durumu değişkenlerine göre anlamlı bir şekilde farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemekte amaçlanmıştır. Araştırmada açıklanan amaçlar doğrultusunda, karma yöntem tasarımlarından açıklayıcı sıralı desen kullanılmıştır. Bu desende araştırmacı araştırmaya önce nicel bir aşamayı yöneterek başlar ve ikinci bir nitel aşamayla özel sonuçlar aramaya başlar. Bu kapsamda araştırmanın çalışma grubu nicel veriler ve nitel veriler için ayrı ayrı belirlenmiştir. Araştırmanın nicel verilerini toplamak için İnönü Üniversitesi, Eğitim Fakültelerinde öğrenim gören Sosyal Bilgiler Öğretmenliği bölümünde öğrenim gören öğrenciler evren olarak belirlenmiştir. Nicel verileri toplamak için evrenin ulaşılabilir olması nedeniyle örneklem alma yoluna gidilmemiştir. Yapılan araştırmanın nitel verilerini toplamak için amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örneklem türü kullanılmıştır. Maksimum çeşitlilik örneklem türü doğrultusunda her sınıftan öğretmen adayı araştırmaya dâhil edilmiştir. Bu kapsamda her sınıftan beş öğretmen adayı olmak üzere toplamda 20 öğretmen adayı araştırmanın nitel verilerini toplamak için örnekleme alınmıştır. Araştırma kapsamında iki bölümden oluşan bir veri toplama seti kullanılmıştır. Veri setinin birinci bölümünde araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kişisel bilgilerini belirlemeye yarayan sorular yer alırken, ikinci bölümünde araştırmacı tarafından geliştirilen “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” ne ilişkin maddeler yer almaktadır. Araştırmada öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler

öğretiminde kullanımına yönelik algılarının genel ortalamasının da “Katılıyorum” düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Bu durum sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanılabilirliğine ilişkin olarak öğretmen adaylarının olumlu görüşe sahip oldukları şeklinde yorumlanabilir. Ayrıca araştırmada cinsiyet değişkeninde “İşlev” alt boyutunda, öğrenim görülen sınıf değişkenine göre “Yarar” alt boyutunda, gazeteleri takip etme durumu değişkenine göre “İşlev” ve “Yarar” alt boyutlarında, radyo dinleme durumu değişkenine göre “Yarar” alt boyutunda, televizyon izleme, internet kullanım, sosyal medya araçlarını ve akıllı telefon kullanım değişkenlerine göre tüm alt boyutlarda kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin öğretmen adaylarının algılarının anlamlı farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Sözcükler: İletişim, Kitle İletişim, Sosyal Bilgiler, Sosyal Bilgiler Öğretimi

ABSTRACT

THE USE OF MASS COMMUNICATION TOOLS IN SOCIAL INFORMATION TEACHING ACCORDING TO THE PERCEPTIONS OF SOCIAL INFORMATION TEACHER CANDIDATES

KARACA, İrem Nur

M.S., Inonu University, Institute of Educational Sciences

Department of Social Studies Education

Advisor: Doç. Dr. Erol KOÇOĞLU

July, 2020, XV+106 pages

The aim of the study is to determine the perceptions of social studies teachers regarding the use of mass media in social studies teaching. Within the scope of this purpose, the opinions of the teachers working in secondary schools are gender, marital status, educational status, professional seniority, whether there are any social media tools used by teachers, and whether the perceptions of teachers of social studies differ significantly according to the variables of active use of the internet. It is intended to determine. In line with the stated purpose, descriptive sequential pattern, one of the mixed method designs, was used in the research. In this pattern, the researcher starts the research by managing a quantitative stage first and starts looking for specific results with a second qualitative stage. In this context, the study group of the research was determined separately for quantitative and qualitative data. In order to collect the quantitative data of the research, the students studying in the Department of Social Studies Teaching at the Education Faculties of İnönü University were determined as the universe. Because the universe is accessible to collect quantitative data, no sampling has been made. In order to collect qualitative data of the research, maximum diversity sampling type was used. In line with the maximum diversity sample type, teacher candidates from each class were included in the study. In this context, a total of 20 teacher candidates, including five teacher candidates from each class, were sampled to collect the qualitative data of the research. Within the scope of the research, a data collection set consisting of two parts was used. In the first part of the data set, there are questions to determine the personal information of prospective teachers participating in the research, while in the second part, there are items related to the “Questionnaire for the Use of Mass Media in Teaching Social Studies” developed by the researcher. In the research, it has been determined that the general average of the pre-service teachers’ perceptions about the use of mass media in teaching social studies is at the level of “I agree”. This

situation can be interpreted as the pre-service teachers' positive opinions about the availability of mass media in social studies education. In addition, in the research, in the variable of "Function" in the gender variable, in the "Benefit" sub-dimension according to the class variable in which education is being studied, in the sub-dimensions of the "Function" and "Benefit" sub-dimension according to the follow-up variable, watching the television in the "Benefit" sub-dimension according to the radio listening status variable. According to the variables of internet usage, social media tools and smartphone usage, it was concluded that the pre-service teachers' perceptions regarding the use of mass media in social studies teaching differed significantly.

Keywords: Communication, Mass Communication, Social Studies, Social Studies Teaching

İÇİNDEKİLER

ONUR SÖZÜ.....	i
ÖN SÖZ	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT.....	v
İÇİNDEKİLER.....	vii
TABLolar LİSTESİ	x
ŞEKİLLER LİSTESİ	xiv
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xv

BÖLÜM I

GİRİŞ

1.1. Problem Durumu	1
1.2. Amaç.....	2
1.3. Problemler.....	3
1.4. Önem.....	4
1.5. Sınırlılıklar.....	5
1.6. Tanımlar.....	5

BÖLÜM II

KURAMSAL BİLGİLER VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1. İletişim	6
2.2. Kitle İletişimi	6
2.3. Kitle İletişimin Özellikleri.....	7
2.4. Kitle İletişim Araçlarının İşlevleri.....	8
2.5. Kitle İletişim Araçları	11
2.5.1. Gazete.....	11
2.5.2. Radyo	12
2.5.3. Televizyon	13
2.5.4. İnternet	14
2.5.5. Sosyal Medya Araçları.....	15
2.5.6. Cep Telefonu	19
2.6. Kitle İletişim Araçlarının Toplumsal Hayat Ve Eğitim Üzerindeki Yeri.....	19

2.7. İlgili Araştırmalar	21
--------------------------------	----

BÖLÜM III

YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Modeli.....	25
3.2. Çalışma Grubu	25
3.3. Verilerin Toplanması	28
3.4. Veri Toplama Araçları	29
3.5.1. Kişisel Bilgi Formu	29
3.5.2. Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi	30
3.5.3. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu	30
3.5. Verilerin Analizi	31
3.5.1. Nicel Verilerin Analizi.....	31
3.5.2. Nitel Verilerin Analizi	33
3.5.2.1. Nitel verilerin geçerlik ve güvenirliği.....	34

BÖLÜM IV

BULGULAR ve YORUMLAR

4.1. Birinci Alt Probleme İlişkin Bulgular.....	36
4.1.1. Kapsam Boyutuna İlişkin Bulgular	36
4.1.2. İşlev Boyutuna İlişkin Bulgular	42
4.1.3. Yarar Boyutuna İlişkin Bulgular	48
4.2. İkinci Alt Probleme İlişkin Bulgular	54
4.2.1. Kapsam Boyutuna İlişkin Bulgular	54
4.2.2. İşlev Boyutuna İlişkin Bulgular	56
4.2.3. Yarar Boyutuna İlişkin Bulgular	58
4.3. Üçüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular	61
4.4. Dördüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular	63
4.5. Beşinci Alt Probleme İlişkin Bulgular	65
4.6. Altıncı Alt Probleme İlişkin Bulgular.....	67
4.7. Yedinci Alt Probleme İlişkin Bulgular	69
4.8. Sekizinci Alt Probleme İlişkin Bulgular	71
4.9. Dokuzuncu Alt Probleme İlişkin Bulgular	73

4.10. Onuncu Alt Probleme İlişkin Bulgular	75
4.11. Nitel Bulgular	77
4.11.1. Gazetelerin Sosyal Bilgiler Öğretimine Katkısına İlişkin Bulgular	77
4.11.2. Radyonun Sosyal Bilgiler Öğretimine Katkısına İlişkin Bulgular	79
4.11.3. Televizyonun Sosyal Bilgiler Öğretimine Katkısına İlişkin Bulgular	80
4.11.4. İnternetin Sosyal Bilgiler Öğretimine Katkısına İlişkin Bulgular	82
4.11.5. Sosyal Medya Araçlarının Sosyal Bilgiler Öğretimine Katkısına İlişkin Bulgular	83
4.11.6. Akıllı Telefonların Sosyal Bilgiler Öğretimine Katkısına İlişkin Bulgular	85

BÖLÜM V

SONUÇLAR, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

5.1. Sonuçlar ve Tartışma	87
5.2. Öneriler	96
KAYNAKÇA	98
EKLER	103
Ek-1. Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi	103
Ek-2. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu	106

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 3.1. Öğretmen Adaylarının Cinsiyetlerine Göre Dağılımları.....	26
Tablo 3.2. Öğretmen Adaylarının Öğrenim Gördükleri Sınıfa Göre Dağılımları.....	26
Tablo 3.3. Öğretmen Adaylarının Gazeteleri Takip Etme Durumuna Göre Dağılımları.....	26
Tablo 3.4. Öğretmen Adaylarının Radyo Dinleme Durumuna Göre Dağılımları.....	27
Tablo 3.5. Öğretmen Adaylarının Televizyon İzleme Durumuna Göre Dağılımları.....	27
Tablo 3.6. Öğretmen Adaylarının İnternet Kullanım Durumuna Göre Dağılımları.....	27
Tablo 3.7. Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Araçlarını Kullanım Durumuna Göre Dağılımları.....	28
Tablo 3.8. Öğretmen Adaylarının Akıllı Telefon Kullanma Durumuna Göre Dağılımları.....	28
Tablo 4.1. Anketin 1. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	36
Tablo 4.2. Anketin 2. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	37
Tablo 4.3. Anketin 3. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	37
Tablo 4.4. Anketin 4. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	38
Tablo 4.5. Anketin 5. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	38
Tablo 4.6. Anketin 6. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	39
Tablo 4.7. Anketin 7. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	39
Tablo 4.8. Anketin 8. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	40
Tablo 4.9. Anketin 9. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	40
Tablo 4.10. Anketin 10. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	41
Tablo 4.11. Anketin 11. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	41

Tablo 4.12. Anketin 12. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	42
Tablo 4.13. Anketin 13. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	42
Tablo 4.14. Anketin 14. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	43
Tablo 4.15. Anketin 15. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	43
Tablo 4.16. Anketin 16. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	44
Tablo 4.17. Anketin 17. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	44
Tablo 4.18. Anketin 18. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	45
Tablo 4.19. Anketin 19. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	45
Tablo 4.20. Anketin 20. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	46
Tablo 4.21. Anketin 21. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	46
Tablo 4.22. Anketin 22. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	47
Tablo 4.23. Anketin 23. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	47
Tablo 4.24. Anketin 24. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	48
Tablo 4.25. Anketin 25. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	48
Tablo 4.26. Anketin 26. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	49
Tablo 4.27. Anketin 27. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	49
Tablo 4.28. Anketin 28. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	50

Tablo 4.29. Anketin 29. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	50
Tablo 4.30. Anketin 30. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	51
Tablo 4.31. Anketin 31. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	51
Tablo 4.32. Anketin 32. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	52
Tablo 4.33. Anketin 33. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	52
Tablo 4.34. Anketin 34. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	53
Tablo 4.35. Anketin 35. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	53
Tablo 4.36. Anketin 36. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları.....	54
Tablo 4.37. Öğretmen Adaylarının Anketin Kapsam Boyutuna İlişkin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri.....	55
Tablo 4.38. Öğretmen Adaylarının İşlev Boyutuna İlişkin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri.....	57
Tablo 4.39. Öğretmen Adaylarının Anketin Yarar Boyutuna İlişkin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri.....	59
Tablo 4.40. Öğretmen Adaylarının Anketin Boyutlarına ve Geneline İlişkin Algılarının Ortalama ve Standart Sapma Değerleri.....	60
Tablo 4.41. Öğretmen Adaylarının Cinsiyetlerine Göre Algılarının Analizi.....	61
Tablo 4.42. Öğretmen Adaylarının Öğrenim Görülen Sınıf Değişkenine Göre Algılarının Analizi.....	63
Tablo 4.43. Öğretmen Adaylarının Gazeteleri Takip Etme Durumu Değişkenine Göre Algılarının Analizi.....	65
Tablo 4.44. Öğretmen Adaylarının Radyo Dinleme Durumu Değişkenine Göre Algılarının Analizi.....	67
Tablo 4.45. Öğretmen Adaylarının Televizyon İzleme Durumu Değişkenine Göre Algılarının Analizi.....	69

Tablo 4.46. Öğretmen Adaylarının İnternet Kullanım Durumu Değişkenine Göre Algılarının Analizi.....	71
Tablo 4.47. Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Araçlarını Kullanım Durumu Değişkenine Göre Algılarının Analizi.....	73
Tablo 4.48. Öğretmen Adaylarının Akıllı Telefon Kullanım Durumu Değişkenine Göre Algılarının Analizi.....	75



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Gazetelerin sosyal bilgiler öğretiminde kullanılmasına ait kodlar	78
Şekil 2. Radyonun sosyal bilgiler öğretiminde kullanılmasına ait kodlar	79
Şekil 3. Televizyonun sosyal bilgiler öğretiminde kullanılmasına ait kodlar.....	81
Şekil 4. İnternetin sosyal bilgiler öğretiminde kullanılmasına ait kodlar	82
Şekil 5. Sosyal medya araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanılmasına ait kodlar	84
Şekil 6. Akıllı telefonların sosyal bilgiler öğretiminde kullanılmasına ait kodlar.....	85



KISALTMALAR LİSTESİ

F	: Anova Değeri
f	: Frekans
n	: Sayı
p	: Anlamlılık Derecesi
SBÖA	: Sosyal Bilgiler Öğretmen Adayı
SS	: Standart Sapma
t	: t değeri (Bağımsız Örneklem t-Testi İçin)
$\bar{X}$	: Ortalama Değer
α	: Güvenirlik Katsayısı
%	: Yüzde

BÖLÜM I

GİRİŞ

1.1. Problem Durumu

Savage ve Amstrong'a (1996) göre ABD'de profesyonel Sosyal Bilgiler eğitimcilerinin üyesi olduğu Sosyal Bilgiler Ulusal Konseyi (NCSS), 1992 yılında Sosyal Bilgilerin tanımı ile ilgili tartışmalara son vermek amacıyla alana kapsamlı bir tanım getirmiştir. Sosyal Bilgiler uzmanları tarafından uzlaşa sağlanan ve referans kabul edilen tanım şu şekildedir: “Sosyal Bilgiler, sosyal ve beşeri bilimleri vatandaşlık yeterliliklerini geliştirmek amacıyla kaynaştırılan bir çalışma alanıdır. Okul programı içinde Sosyal Bilgiler, antropoloji, arkeoloji, ekonomi, coğrafya, tarih, hukuk, felsefe, siyaset bilimi, psikoloji, din ve sosyolojinin yanı sıra beşeri bilimler, matematik ve doğa bilimlerden kendine mal ettiği içerik üzerinde sistematik ve eşgüdümlü bir çalışma sağlar. Sosyal Bilgilerin öncelikli amacı, karşılıklı olarak birbirine bağlı bir dünyada, kültürel farklılıkları olan demokratik bir toplumda, genç insanlara bilgiye dayalı ve mantıklı karar alabilme yeteneklerini geliştirmede yardımcı olmaktadır.” (Akt. Öztürk, 2009, s.4)

Sosyal Bilgilerin öncelikli amaçları içerisinde yer alan “bireylerin karşılıklı olarak birbirine bağlı bir dünyada” ifade sosyal bilgiler öğretiminin kitlesel bir konu olduğunu ortaya çıkardığı söylenebilir. Bu bağlamda yapılan araştırmada sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanılabilirliği araştırılmıştır. Bu konu incelenirken açıklanacak ilk kavramlar kitle ve kitle iletişimidir.

Kitle; insan topluluğudur. Toplum içindeki tabakalaşmaya paralel oluşan, çeşitli amaçlar, idealler, ortak değerler etrafında toplanan gruplar da kitle olarak tanımlanır. Bu tür iletişimde kaynak bir iletişim aracıdır. Hedef ise bir sosyal grup ya da gruplardır (Aydın, 2009, s.55).

Kitle iletişimi çağımızın bir olgusudur. Bireysel iletişim herhangi bir teknolojik altyapı gerektirmezken, kitle iletişimi son derece gelişmiş görsel-ışitsel elektronik aygıtlarla sağlanmaktadır. Kitle iletişimi, “kitle” ve “iletişim” sözcüklerinden oluşmaktadır. “Kitle” birçokluğu ve belirsizliği ifade etmektedir. “Kitle” kavramı bazı liberal kesimler tarafından bireysel kimlik ve özgürlükten uzak bir terim olduğu için sevimli bulunmazken, devrimciler ve aşırı solcular tarafından ise, yüceltilen bir kavramdır (Çobanoğlu, 2007, s.109).

Kitle iletişimi; iletişimin yazılı basın, internet, sinema, film, radyo ve televizyon ile yapılmasıdır. Teknolojinin ürünleri olan bu araçlarla kitleye yönelik iletişim faaliyeti yapılır. Bu nedenle de yüz yüze iletişim gibi iletişimin bir bölümü, bir dalıdır. Bu araçlar ile bir mesajın bir yerden (kişi, kurum, topluluklar gibi), geniş kitlelere aktarılması işlemi kitle iletişimini oluşturur. Kitle iletişimini diğer iletişimden ayıran en belirgin özellik, kitle iletişiminin belirli bir kişiye değil, geniş bir kitleye yönelmesidir (Aydın, 2009, s.59).

Modern çağın simgesi haline gelen kitle iletişim araçlarının önemi, eğitim öğretim yönünden de zamanla artmıştır ve artmaya devam etmektedir. Örgün eğitimde kitle iletişim araçlarının kullanılmasını zorunlu kılan nedenler arasında eğitim talebinin giderek artması, eğitim görececek öğrenci sayısının sürekli artışı, eğitim amaç ve niteliğinin değişmesi olarak sıralanabilir (Celkan, 1991; akt. Akın, 2007).

Kitle iletişim araçlarının geniş bir kitleye yönelebilmek özelliğinin olması ve sosyal bilgilerin öncelikli amaçları içerisinde yer alan “bireylerin karşılıklı olarak birbirine bağlı bir dünyada” ifadesi ile örtüştürüldüğünde kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanılabilirliğini belirlemek yapılan çalışmanın amacı olmuştur.

Bu amaç doğrultusunda araştırma beş bölümden oluşturulmuştur. Birinci bölümde araştırma konusunun amacı, önemi, araştırmanın problemleri ve sınırlılıkları anlatılırken, ikinci bölümde araştırma konusu ile ilgili kuramsal bilgiler anlatılmıştır. Üçüncü bölümde ise araştırmanın amaçları ve problemleri doğrultusunda araştırmanın hangi yöntemle, hangi katılımcılarla, hangi veri toplama araçları araştırma verilerin nasıl toplandığına ve nasıl analiz edildiğine ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Araştırmanın dördüncü bölümünde nitel ve nicel veri toplama araçları ile toplanan verilerden elde edilen bulgular, tablolardan ve şekillerden yararlanılarak anlatılırken, araştırmanın beşinci yani son bölümünde araştırma bulguları doğrultusunda elde edilen sonuçlara ve sonuçlar doğrultusunda uygulayıcı ve araştırmacılara öneriler anlatılmıştır.

1.2. Amaç

Araştırmada kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin sosyal bilgiler öğretmen adaylarının algılarını belirlemek amaçlanmaktadır. Bu amacın yanında araştırmada sosyal bilgiler öğretmenliği bölümünde öğrenim gören öğretmen adaylarının algılarının araştırmanın demografik değişkenleri olan cinsiyet, öğrenim görülen sınıf, gazeteleri takip etme durumu, radyo dinleme durumu, televizyon

izleme durumu, internet kullanım durumu, sosyal medya araçlarını kullanım durumu ve akıllı telefon kullanım durumu değişkenlerine göre anlamlı bir şekilde farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemekte amaçlanmıştır.

1.3. Problemler

Araştırmanın sosyal bilgiler öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarını belirlemek amaçlanmaktadır. Bu amaç çerçevesinde aşağıda ifade edilen alt problemler oluşturulmuştur:

- Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algılarının dağılımı nasıldır?
- Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algıları hangi düzeydedir?
- Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algıları cinsiyet değişkenine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?
- Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algıları öğrenim görülen sınıf değişkenine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?
- Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algıları gazeteleri takip etme durumu değişkenine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?
- Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algıları radyo dinleme durumu değişkenine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?
- Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algıları televizyon izleme durumu değişkenine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?
- Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algıları internet kullanım durumu değişkenine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?
- Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algıları sosyal medya araçlarını kullanım durumu değişkenine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?

- Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algıları akıllı telefon kullanım durumu değişkenine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?
- Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algıları nasıldır?

1.4. Önem

Kitle iletişim araçları artık günümüz toplumunun yaşamına girmiş ve yaşamlarının bir parçası haline gelmiştir. Kitle iletişim araçlarından olan radyo, televizyon, gazete, dergi, internet gibi araçlar neredeyse toplumdaki tüm bireyler tarafından erişilebilir hale gelmiştir. Bu araçlar toplumun eğlenme, haber alma, eğitim gibi ihtiyaçlarının karşılanmasında önemli rol oynamaktadır (Şahan & Çınar, 2004, s.314). Kitle iletişim araçlarının fonksiyonları MEB'e (2011, s.28-34) göre haber vermek, eğitmek, eğlence, denetlemek, kamuoyu oluşturmak, reklam ve tanıtım şeklinde altı temel başlık altında değerlendirilmektedir. Bu durum kitle iletişim araçlarının eğitim ayağının olduğunun bir göstergesidir.

Kitle iletişim araçları bireylere bilgi ve haber sunarken aynı zamanda bireylerin toplumsallaşma sürecine dolayısı ile eğitimine büyük ölçüde katkıda bulunmaktadır (Tutar & Yılmaz, 2003, s.208). Kitle iletişim araçları bilgi aktarırken, toplumdaki bireylerin bilgi beceri ve yeteneklerini arttırmalarına yardımcı olurlar (Aydın, 2009, s.60). Bu bağlamda değerlendirildiğinde eğitim ortamında kitle iletişim araçlarının kullanılabilirliğinin önemli olduğu söylenebilir.

Kitle iletişim araçlarının eğitim ortamlarında kullanılabilirliğinin araştırmanın amaçları arasında yer alan sosyal bilgiler öğretimi açısından da önemli olabileceği düşünülerek yapılan araştırmanın alanyazın açısından değerli olduğu söylenebilir. Nitekim sosyal bilgiler öğretimi bağlamında kitle iletişim araçlarının kullanılabilirliğine ilişkin olarak alanyazında hiçbir çalışmanın olmaması yapılan araştırmanın önemini arttırmaktadır.

Yapılan çalışma sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanılabilirliğine ilişkin bir anketin araştırmacı tarafından geliştirilmiş olması araştırmanın özgünlüğünü ve alanyazına yaptığı farklı bir katkıyı ön plana çıkarttığı söylenebilir. Ayrıca yapılan araştırmanın eğitim politika yapıcılarına kitle iletişim araçlarının araştırmanın amaçları doğrultusunda mikro düzeyde sosyal bilgiler öğretiminde, makro düzeyde diğer disiplinlerde kullanılabilirliğine ilişkin olarak bilgiler

sunması açısından önem taşımaktadır. Nitekim 2019 yılının son dönemlerine Çin Halk Cumhuriyeti'nde başlayıp Dünyanın dört bir tarafına yayılan ve Mart 2020'de Türkiye'de ilk vakanın görülmesi ile karşılaşılan Covid-19 virüsü, eğitim ortamlarında değişikliğe neden olmuştur. Bu süreçte okullarda verilmesi gereken eğitimler özellikle kitle iletişim araçlarından TV, internet ve akıllı telefonların desteği ile yürütülmeye çalışılmıştır. Bundan dolayı yapılan araştırmanın alanyazın, öğretmenler, eğitim yöneticileri, eğitim politikacıları ve eğitim araştırmacıları tarafından önemli olduğu söylenebilir.

1.5. Sınırlılıklar

Yapılan araştırmanın sınırlılıkları şu şekildedir:

Araştırma;

- İnönü Üniversitesi,
- Eğitim Fakültesi,
- Sosyal Bilgiler Öğretmenliği bölümü lisans öğrencileri,
- Araştırmacı tarafından geliştirilen “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi”’nden elde edilen veriler ile sınırlıdır.

1.6. Tanımlar

Kitle: Kitle; insan topluluğudur. Toplum içindeki tabakalaşmaya paralel oluşan, çeşitli amaçlar, idealler, ortak değerler etrafında toplanan gruplar da kitle olarak tanımlanır (Aydın, 2009, s.55).

Kitle İletişim: Geniş halk topluluklarının farklı kaynaklardan iletilen haberlere veya uyarılara aynı anda maruz kalmasıdır (TDK, 2020).

BÖLÜM II

KURAMSAL BİLGİLER VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Araştırmanın bu bölümünde araştırma konusunda ilişkin kuramsal çerçeve ve konu ile ilgili yapılmış araştırmalara yer verilmiştir.

2.1. İletişim

Giddens (2000, s.401) iletişimi, bir kişi ya da gruptan bir başkasına, sözlü ya da başka bir araç vasıtasıyla bilgi aktarımına göndermede bulunma şeklinde tanımlamaktadır. İletişim, günümüzde önemli olgulardan biri haline dönüşmüştür. İletişim kavramı, çok çeşitli anlamlarda kullanılabilmektedir. İletişim kavramının anlamı üzerinde hem kullanıcılar hem de iletişimi temel araştırma konusu seçen kişiler arasında tam bir anlaşma olduğunu söylemek olanaklı değildir (Gökçe, 1996, s.3).

20. yüzyılın ortalarına doğru sosyal bilimlerin sosyoloji, sosyal psikoloji, psikoloji, antropoloji, ekonomi, tarih gibi dallarında, yöntemsel ve kuramsal açılardan sağlanan gelişmeler, iletişim alanındaki yöntemsel ve kuramsal açılar için önemli açılımlar yaratmıştır. Bu durum iletişime ilişkin tanım ve kavramsal çerçevesinde değişimlere yol açmıştır. Bu iletişimin, basitçe çizgisel bir işleyiş sürecinden ibaret olduğu biçimindeki algı, düşünüş ve görüşlerin yerini, onun çok daha karmaşık bir ilişkiler ve etkileşimler alanı olduğu yönündeki algılayış, düşünüş ve görüşler almaya başlamıştır. Dolayısıyla iletişimin yalnızca iletim veya bilgi aktarımı değil aynı zamanda ileti, bilgi ve anlam üretim ve dağıtım alanı olarak ele alınmaya başladığı görülmektedir (Güngör, 2011, s.21). İletişim, insanlar arasında köprü vazifesi görmektedir. İletişimin asıl amacı bilgi vermek ve karşıdakini etkilemektir. İletişimin tam olarak oluşması için; alıcı ve kaynağın iletiye aynı anlamı vermeleri gerekmektedir (MacBride, 1980, s.15).

2.2. Kitle İletişimi

Teknolojik gelişmelerle iletişim kavramı kitle iletişimi kavramına dönüşmüştür. Sınırlı sayıda insanla kısa mesafelerde kurulan iletişim teknolojinin desteğiyle kitle iletişimi olarak daha çok insana ve uzak mesafelere ulaşmıştır (Sur, 2012). Kitleyi meydana getiren bireyler artık kendi duygu ve düşüncelerini terk ederek kitlenin duygu ve düşüncelerini benimsemektedirler. Bireyler kitlenin duygu ve düşüncelerinin savunucusu haline gelerek, kitlenin ortak amaçlarını benimsemektedirler (Sarı, 2006).

İletişimin bir parçası olarak kitle iletişimi “*iletişim teknolojisinin ürünleri olan kitleye yönelik araçlarla yapılan kısmı*” dır (Kocadaş, 2004, s.130). “*Kitle iletişim araçları da iletilerin kitlesel üretim ve dağıtımını gerçekleştiren araçlara verilen isimdir*” Gazete, dergi, radyo ve televizyon en yaygın olarak bilinen kitle iletişim araçlarıdır (Işık, 2012, s.19).

Kitle iletişiminin temel özelliği, hedef kitlesinin oldukça geniş olmasıdır. Bu hedef kitle toplumun çeşitli kesimlerinden farklı ekonomik, kültürel, politik, demografik özelliklere sahip bireylerden oluşmaktadır. Hedef kitle ve iletişimci arasında genellikle bir tanışıklık yoktur. Bir başka ifade ile hedef kitle kimliksiz bir topluluktur. Kitle iletişim araçlarına ve kitle iletişim araçlarının sunduğu içeriğe erişim herkese açıktır. Kitle iletişim araçları birbirinden bağımsız çok sayıda insanla aynı anda ilişki kurabilir. Kitle iletişimde mesajın kaynağını kurumlar oluşturur ve hedef kitlenin sunulan içeriğe hızlı tepki verme şansı yoktur. Kitle iletişim araçlarına ve içeriklerine erişmek bireyler açısından düşük maliyetlere sahiptir (Soydan & Alpaslan, 2014, s.56). Bir başka ifade ile kitle iletişim, toplumun çeşitli kesimlerine ve sayıca çok fazla kişiye hitap edebilme özelliği olan, sunulan içeriğe herkes tarafından istenildiğinde erişebilme imkânı olan ve içeriğe erişim maliyetlerinin düşük olduğu araçları ifade etmede kullanılmaktadır.

2.3. Kitle İletişimin Özellikleri

Kitle iletişimi, iletinin bir veya daha çok kitle iletişim araçları vasıtasıyla geniş ve bilinmeyen bir kitleye iletilmesidir. Kitle iletişimi sürecinde, kaynak ve alıcının bir araya gelme şansı bulunmamaktadır. Bu sebeple, kitle iletişiminde ortak yaşam alanını yakalamak, bireyler arası iletişime oranla daha zordur. Bu noktada, iletişim süreci açısından alıcı ve kaynağın sürecini anlamak, açıklamak ve daha önemlisi, sürecin iletisini olumlu veya olumsuz yönde paylaşmak önemli olarak görülmektedir (İnceoğlu, 2000, s.132).

Oskay (1993, s.25) kitle iletişiminin 9 özelliğinin bulunduğunu belirtmektedir. Bu özellikler şu şekilde sıralanmaktadır:

1. İzleyici kitle geniştir.
2. İzleyici kitle, çeşitli toplumsal kümelerden gelen ve değişik niteliklere sahip insanlardan oluşan bir topluluktur.
3. İzleyici kitle kimliksiz bir topluluktur.
4. Kitle iletişimi kamusaldır.

5. Kitle iletişim araçları; kaynaktan uzak bulunan, birbirlerinden de ayrı olarak konumlanmış çok sayıda insanla aynı anda ilişki kurabilir. Aynı anda olma özelliği coğrafi sınırları aşar.
6. Kitle iletişimi karmaşık biçimsel kurumları gerektirir. Kamusal ve tecimsel yayın kuruluşlarının düzenlenmesinde toplumsal ve siyasi yapı gözetici ve belirleyicidir.
7. İletişimciyle izleyici kitle arasındaki ilişki; izleyici kitlenin kişisel tanışıklığı olmayan, profesyonel iletişimci rolündeki kişiler aracılığıyla kurulmaktadır.
8. Gazeteci, reklamcı, editör, programcı, yapımcı gibi bu sektörün içinde olan ve iletişim bilgilerini iletilebilir mesajlara dönüştüren karar vericiler izleyici kitle tarafından tanınmadığı gibi, sunucuların görünen kimlikleri ile gerçek kimlikleri arasında da farklılıklar vardır.
9. Kitle iletişim araçlarının ürünleri fiziksel ve parasal anlamda halkın çoğunluğu için kolayca elde edilebilir ürünlerdir.

Tunç (2006) ise kitle iletişim araçlarının özelliklerini aşağıdaki gibi sıralamaktadır:

1. Kitle iletişim araçları, sosyal statüyü dikkate almadan kim olursa olsun bir iletiyi aynı anda herkese ulaştırabilmektedir.
2. Kitle iletişim araçları, sürekli ve düzenli olarak ileti paylaşmaktadır.
3. Kitle iletişim araçları, devamlı ve düzenli bir şekilde yayınlar yapması toplumun kendilerine karşı bir istek ve ihtiyaç duymalarına neden olmaktadır.
4. Kitle iletişim araçlarının paylaştığı iletiler belge özelliği taşıdığından alıcıya kendini inandırmaktadır. Bu bakımdan ikna edici bir özelliğe sahiptir.
5. Radyo ve televizyon gönderilmek istenen mesajı en kısa zamanda hatta anında alıcıya gönderme özelliği taşımaktadır.
6. Kitle iletişim araçları ile gerçekleşen iletişim alıcının tepkisini anında ölçemediğinden, bir bakıma tek yönlü bir iletişimdir.

2.4. Kitle İletişim Araçlarının İşlevleri

Çağımızda iletişim çok kapsamlı bir bakış açısı ile irdelenmesi gereken bir konudur. İletişim sürecinin kanalı olarak kabul edilen kitle iletişim araçları, sadece görüşleri yansıtmakla kalmamakta toplumda tutumların oluşmasını da desteklemektedir (İnceoğlu, 2000, s.12).

Kitle iletişim araçlarını tanımlayacak olursak; kullandığı sözel ve gösterge dili ile gündelik bütün faaliyet ve olayların toplumda bulunan bireylere göre şekillendirildiği, yeniden üretildiği bir sistemdir. Bu sistem kendini yeniden ürettiği toplumsal olguları anlamlandırmakta ve tanımlamaktadır (Oktay, 1995, s.169). Toplumsal hayat bir bakıma televizyon kanalları, radyo, sinema ve internet tarafından biçimlendirilmektedir. Medya yalnızca haber ve eğlence programları ile insanları etkilememektedir. Bunun yanında bireylere yeni bir hayat tarzı kazandırmaktadır. İnsanlar öğrenme ve bilme arzularını bu araçlar ile karşılamaktadır. Her toplumun olaylara karşı tutumu kitle iletişim araçları ile doğrudan ya da dolaylı yoldan değiştirilebilir ve bu tutumlar bir bilincin oluşmasında etkili olabilmektedir (İnceoğlu, 2000, s.76).

İletişim araçlarının işlevleri şu şekilde özetlenebilir (Windahl & Mcquail, 2005, s.79-80):

1. *Enformasyon*: Dünyada olan olaylar hakkında bilgi sağlamak; çıkar grupları ve örgütleri arası ilişkiler göstermek; yenilikleri, uyumu ve geliştirmek.
2. *Karşılıklı bağ kurmak*: Dünyada olan olayların anlamı hakkında açıklama ve yorum yapmak, gerekli kurallar için destek sağlamak, toplumsallaşmak, fikir veya uzlaşma sağlamak, hiyerarşiyi sağlamak, toplumsal bağı sağlamak.
3. *Devamlılık sağlamak*: Kültürü ifade etmek, kültürleşme gelişmelerini tanımak değerler ortaklığı kurmak.
4. *Eğlendirmek*: İyi ve hoş vakit geçirmek ve günlük sıkıntılardan uzaklaşmak.
5. *Harekete geçirmek*: Siyasal, savaş, gibi ciddi toplumsal amaçlar için faaliyete geçmek.

Kitle iletişim araçları artık hayatın önemli bir parçası haline gelmiştir. Her ortamda insanların en az bir kitle iletişim aracı kullandığı ve birçok insanın bu araçlarla ihtiyaçlarını karşıladığı görülmektedir. Evde, işte, okulda ve sokakta kitle iletişim araçlarının bir ihtiyaç olarak hayatın içinde yoğun bir biçimde bulunmaktadır. Kitle iletişim araçlarının birçok kurumun işini tek başına yaparak aslında toplumsal yapı içinde büyük bir kurum olduğu ifade edilmektedir (Koca, 2009). Kitle iletişim araçları ile gerçekleşen kitle iletişimi insanların hayatına sağladığı kolaylıklarla birçok insanı kapsamı içine almaktadır. Kitle iletişiminin sekiz başlık altında toplanan işlevleri şu şekilde sıralanmaktadır

1. Haber ve bilgi sağlama işlevi, bilgi ya da haber ulaştırma işlevi olarak ifade edilmektedir. Televizyonlar, radyolar ve gazeteler bu işlevi yerine getirmektedir.
2. İletişim araçlarının diğer bir işlevi olan toplumsallaştırma bireylerin sosyal hayatın içinde bulunmalarını sağlayan bir işlevdir. Kitle iletişim araçları, ülkede ve dünyada olup biten her şeyi aktararak toplumu bilgilendirmektedir. Bu noktada medya verdiği bilgiler ile toplumun aynı duygu ve düşüncelerini yansıtmaktadır. Bu işlev, farklı yapıdaki toplumların birlikte yaşayabilmelerine imkân veren kültürün aktarılması olarak ifade edilmektedir.
3. Kitle iletişim araçlarının güdüleme işlevi ise toplumsal amaçlar için ortak hareket etmeyi sağlamak olarak açıklanmaktadır. Kitle iletişim araçları toplumsallaştırma işlevi doğrultusunda toplumu oluşturan bireyler için ortak olan amaçları açıklar ve birçok değerın yaşanabilmesine olanak sağlamaktadır.
4. Kitle iletişim araçlarının diğer bir işlevi olan tartışma ortamı hazırlama, toplumsal amaçların, değerlerin netleşmesini sağlamaktadır. Amaçlar tartışılarak belirlenmektedir ve tartışma bireylerin de bu ortak amaçlar doğrultusunda çaba göstermesini sağlamaktadır. Bu işlev kitle iletişim araçlarının toplumun çıkarları doğrultusundaki hareketlerini değerlendirir, bir bakıma kamuoyu oluşturur.
5. Kitle iletişim araçlarının eğitim işlevi, toplumsallaştırma işlevi ile ilişkili olduğu ifade edilmektedir. Bu işlev bireylerin kültürel değerler doğrultusunda eğitilerek topluma kazandırılması olarak açıklanmaktadır. Bundan dolayı bilgi kaynağının sadece okullar olmadığı ifade edilmektedir.
6. Topluma ait kültürel değerler kitle iletişim araçları aracılığı ile aktararak korunmaktadır. Bu bakımdan iletişim araçları kültürü geliştirme işlevi de görmektedir. Kültürün ifade edilmesinde ve yaşatılmasında bu araçlara önemli görevler düşmektedir.
7. Kitle iletişim araçlarının eğlendirme işlevi de vardır. Bu araçlar bireylerin yorucu ve yoğun iş hayatından sonra evlerine geldiklerinde hoşça vakit geçirmelerine, dinlenmelerine yardımcı olmaktadır.
8. Kitle iletişim araçlarının diğer bir işlevi olan bütünleştirmenin, eğitim, kültürel geliştirme, toplumsallaştırma işlevleri ile bağlantılı olduğu ifade edilmektedir. Bu işlev insanların ve toplumların birbirlerini tanımalarına ve kültür çatışmalarını en aza indirebilmelerine yardımcı olmaktadır (UNESCO, 1980; akt: Akay, 2006).

2.5. Kitle İletişim Araçları

Kitle iletişim araçları literatürde farklı yazarlar tarafından çeşitli şekillerde sınıflandırılmıştır. Aşağıda Işık (2012) ve Vivian (1997) tarafından yapılan sınıflandırmalara yer verilmiştir. Işık (2012), tarafından yapılan sınıflandırmaya göre,

A. Duyu Organlarına Göre

Göze Hitap Eden- Görsel Araçlar: Gazete ve Dergi

Kulağa Hitap Eden- İşitsel Araçlar: Radyo

Hem Göze Hem Kulağa Hitap Eden- Görsel İşitsel Araçlar: Televizyon

B. Mesaj sunum Biçimine göre

Yazılı Araçlar: Gazete ve Dergi

Sözlü Araçlar: Radyo

Hem Yazılı Hem de Sözlü Araçlar: Televizyon

Bir başka sınıflandırmalardan olan Vivian (1997), sınıflandırmasına göre kitle iletişim araçlarını üretildiği teknolojiye göre basılı (kitap, dergi, gazete), elektronik (televizyon, radyo, ses kayıtları, internet), fotografik medya (sinema) şeklinde üçe ayırmıştır.

Koca (2009), kitle iletişim araçlarını “mekanik olanlar” ve “mekanik olmayanlar” diye sınıflandırmaktadır. Bu doğrultuda radyo, televizyon gibi araçlar mekanik olarak belirtilirken; gazete, dergi gibi araçlar ise mekanik olmayan araçlar olarak ifade edilmektedir. Çalışkan Ülkü (2011) ise kitle iletişim araçlarını şöyle sınıflandırmıştır;

- Yazılı Basın
- Radyo ve Televizyon
- Bilgisayar ve İnternet
- Cep Telefonu
- Oyunlar (Televizyon, video, internet, cep telefonu)

2.5.1. Gazete

Yaygın olarak kullanılan en eski kitle iletişim araçlarından olan gazete, insanları en ayrıntılı bilgilere ulaştırmaktadır. Ayrıca gazeteler reklamların insanlar üzerinde en etkili olduğu kitle iletişim araçlarındandır (Bilecen, 2010). Gazete ve dergiler, tarihsel süreç içinde uzun yıllar kitle iletişiminde lider durumdayken, hala etkili olsalar bile eskiye oranla güç kaybettiği görülmektedir. Ayrıca görsel ve işitsel duylara hitap eden

ve içeriği sürekli güncellenebilen elektronik iletişim araçlarının, basılı ürünlerin önüne geçmekte olduğu belirtilmektedir. Günümüzde hemen her gazete ve dergi, internetten faydalanmakta; buna uygun altyapılar oluşturmaktadır (Gürocak, 2013).

Gazete 19. yüzyılda insanların dikkatini çeken şekil ve içeriklerle birlikte insanların temin edebilecekleri bir fiyata düşürerek ulaşılmasını kolaylaştırmasıyla geniş kitlelere ulaşmıştır. Gazete okurluğu ekonomik gelişmişlikle bağlantılı olduğu ifade edilmektedir. Ekonomik durumu iyi olan bölgenin insanları gazete okumaya daha eğilimli olmaktadır. Başka bir boyutla gazete okurluğu kişisel zenginlikle alakalı olduğu belirtilmektedir. Daha yüksek sosyo ekonomik duruma sahip insanlar gazete okumaya daha çok eğilimli olduğu ifade edilmektedir. Gazete okurluğunun cinsiyet, eğitim ve yaş gibi demografik faktörlerden doğrudan etkilendiği ifade edilmektedir. Daha yüksek eğitimliler, erkekler ve gençler gazete okumaya daha çok eğilimli oldukları belirtilmektedir. Gazete okurluğu televizyonun yaygınlaşmasından olumsuz yönde etkilendiği ifade edilmektedir. Bireyler başka kanallardan haber almaya başladıkça gazete okumamayı tercih etmektedirler. Gazete okurluğu toplam medyaya açıklığın bir fonksiyonudur, insanlar haber aldıkça daha fazla haber almak istemektedir (Güveli, 2008).

2.5.2. Radyo

Radyo eski kitle iletişim araçları arasında bulunmakta ve gelişen medya yapısına rağmen önemini hala koruyabilmektedir. İnsanlar artık teknolojiyle gelişen, çeşitlenen kitle iletişim araçları ile radyoyu hayatlarının her anında her yerde kullanabilmektedirler. Eskiden bir kutu içinde bulunan radyo günümüzde her türlü kitle iletişim araçlarına kendini kolayca adapte edebilmiştir (Altunbaş, 2003). Ayrıca bunun yanında radyoya günün her saatinde her yerde kolaylıkla ulaşılabilmesinde maliyetinin düşük olması da etkili olabilir.

Çağdaşlaşma ve kalkınma süreçlerinde radyo, önemli bir kitle iletişim aracı olarak kabul edilmekteydi. Medeniyete ulaşma sürecinde eğitim, önemli bir etkindir ve radyonun eğitime, bilinçlendirme ve halkı toplumsal sorunlardan haberli kılma yoluyla, davranış ve tutum değişikliğine neden olduğu ifade edilmektedir. Okur-yazarlığın, kentleşmenin ve diğer kitle iletişim araçlarının yeterince gelişmediği ülkelerde, toplum yapısının değiştirilmesinde radyoya bu nedenle büyük önem verildiği belirtilmektedir. Radyonun TRT bünyesine alınmasından sonra, radyo, planlı kalkınma ve ilerleme sürecinin, en etkili iletişim aracı olarak kabul edildiği ifade edilmektedir (Nart, 2009).

İnsanların televizyon ve radyo aracılığı ile güzel bir yaşam biçimi ve toplumun izlediği yol hakkında bilgi sahibi olabildiği belirtilmektedir. Başka bir ifade ile radyo ve televizyonun, bireylerin hayat felsefelerini, düşünce, davranış ve tutumlarını etkilediği ifade edilmektedir (Koca, 2009).

2.5.3. Televizyon

Teknolojideki değişimler bireylerin davranış, düşünce ve tutumlarında değişime yol açtığı belirtilmektedir. Kitle iletişim teknolojilerinin gelişmeye başladığı 19. yy. ortalarında telgraf ve fotoğraf teknolojisiyle başlayan geleneğin devamı olan televizyon, diğer bütün iletişim araçlarını kapsadığı için lider durumdadır. Toplum ve medyanın ilişkileri doğrultusunda yapılan araştırmalar televizyonun ayrı bir yerinin olduğunu belirtmektedir. Televizyonun varoluş sebebinin, insanlara hoşça vakit geçirtip eğlenmelerini sağlamak olduğu görülmektedir (Çakır, 2005).

Televizyonun günümüzde en çok kullanılan ve en yaygın kitle iletişim aracı olduğu belirtilmektedir. 20.yy'ın ikinci yarısından itibaren Türkiye'de var olmaya başlayan televizyon 1980'ler sonrasında dünyadaki etkisi doğrultusunda devlet ve özel kanallarla yaygınlaşmış ve hayatın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Televizyonun insanlar üzerinde etkili bir kitle iletişim aracı olduğu ifade edilmektedir. İnsanların duygu, düşünce, tutum, davranış ve yaşam biçimi belirlemede televizyon güçlü bir etkiye sahiptir. Hemen hemen herkesin evinde bulunan televizyonun çocukların toplumsallaşmasında aile ve okuldan daha etkili olduğu belirtilmektedir. Televizyonla doğan, büyüyen çocukların izledikleri karakterleri model alarak davranış edindikleri, dil gelişimleri ve söylemlerine kadar televizyon içeriğinin etkili olduğu ifade edilmektedir (Taylan, 2011).

Her kesimden insanı özellikle çocukları etkileyen, günümüzün en önemli medya aracı olan televizyonda yayınlanan programlarda, doğru modellerle doğru davranışlar sunulursa izleyiciler bu davranışları örnek alır ve izleyiciler televizyondan olumlu yönde etkilenmiş olur. Bu konuda yapımcılara büyük görevler düşmektedir (Sur, 2012).

Televizyonun da bütün eksik yönlerine rağmen eğitici ve öğretici bir araç olarak görülmesindeki en önemli etken, toplumsallaşma sürecindeki etkinliğidir. Aile, okul, arkadaş çevresi gibi ortamların etkinliğini giderek yitirmesi televizyonu daha önemli bir araç konumuna getirmiştir. Bu kurumların pek çoğu eski sosyal fonksiyonlarını televizyonun ortaya çıkışından sonra kaybetmiş ve bu etkilerini televizyona devretmiştir (Cerci 1996, s.104).

2.5.4. İnternet

Günümüzde hayata, ilişkilere yön veren ve hayatın hemen hemen her alanına girmiş olan internetin teknolojinin en önemli ürünü olduğu belirtilmektedir. Son yıllarda gelişen internet teknolojisi insan hayatına getirdiği yeniliklerle beraber iletişim süreçlerine de yeni boyutlar kazandırmaktadır (Peker, 2013). Artık internet aracılığı ile insanlar aynı anda birçok kişiyle iletişime geçebilmektedir.

Öğrencilerin genellikle interneti sosyal paylaşım ağlarına bağlanmak ve ödev hazırlamak maksadıyla kullandıkları belirtilmektedir. Bunların dışında öğrencilerin sohbet etmek, oyun oynamak ve müzik dinlemek amacıyla da interneti kullandıkları ifade edilmektedir. Öğrencilerin ödev hazırlamak için internetten yararlanması iyi gibi dursa da; internette hangi amaca ne kadar süre harcadıklarının da dikkate alınması gerektiği belirtilmektedir (Aydemir, 2013).

İnternet insanlar için artık bir ihtiyaç olması ile birlikte, bilinçsizce kullanımı bir takım zararlar da vermektedir. Bu zararlardan biri olan problemli internet kullanımının, egzersiz, beslenme, çevreyle ilişkiler gibi birçok davranışı olumsuz yönde etkileyebildiği ifade edilmektedir (Sevindik, 2011). Bu ifadeler doğrultusunda bireylerin güvenli internet kullanımı hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıkları ifade edilebilir.

Öğrencilerin internet kullanımı, ailesi ile olan ilişkilerini, sosyal etkinliklerini ve vaktini iyi değerlendirebilmesini olumsuz yönde etkilemektedir. Bunların ardından da okul başarısında düşüş gelmektedir. İnternette bireylerin ahlak gelişimini olumsuz yönde etkileyebilecek içeriklerin yer alması da bir risk faktörüdür. Güvenli internet kullanımı noktasında bireylerin bilinçlendirilmesine ihtiyaç duyulduğu ifade edilmektedir (Karaca, 2007).

İnternet, öğrencilerin hayatına bilgiye erişim kolaylığı, haberleşme veya iletişim kolaylığı ve birçok işi kısa sürede yapabilme olanağı sağlamaktadır. İnternet bir taraftan da bağımlı hale getirerek yüz yüze iletişim kurmayı engellemekte ve gerçek hayatıyla ilgili problemler yaşatmaktadır (Duran Okur, 2012). İnternet hayata sağladığı kolaylıklar ile bireyler birçok şey kazandırmasıyla birlikte birtakım şeyleri de yok etmektedir.

2.5.5. Sosyal Medya Araçları

Sosyal medyanın tanımında bir takım belirsizlikler vardır. Fakat kabul gören bir tanımı da bulunmaktadır. Sosyal medya, birbirini tanıyan, tanımayan birçok kişinin belli bir amaçla paylaşımda bulunmaları ve kullanıcıların müdahale etmesine müsait, geri dönüt alınabilen sanal ortam uygulamaları olarak tanımlanmaktadır. Kendini sürekli yenileyebilmesi, yeniliklere uyum sağlayabilmesi, birçok kişinin kullanımına açık olması gibi nedenlerle tercih edilen bir uygulama olduğu ifade edilmektedir. Sosyal medya aracılığı ile bireyler duygularını, düşüncelerini paylaşabilmekte ve yeni bilgiler edinebilmektedir. Bunların yanında sosyal medyanın insanların gerçek dünyayı sanal âlemde yaşayabilmelerine fırsat verdiği ifade edilmektedir (Bat, 2012).

Sosyal medya yapısı itibariyle geleneksel medya araçlarından farklıdır. Sosyal medyanın işlevsel yapı taşları; kimlik, sohbet, paylaşım, mevcudiyet, ilişki, itibar ve gruplar olarak yedi boyutta incelenmektedir. *Kimlik boyutu*, sosyal medya mecralarında kullanıcıların kimliklerini ne ölçüde açıkladıklarını ifade etmekle birlikte kullanıcıların isimleri, meslekleri, bulundukları yer, cinsiyetleri gibi bilgileri içerebilir. *Sohbet boyutu*, sosyal medya mecralarında kullanıcıların diğer kullanıcılarla iletişim kurmalarını ifade eder. Birçok sosyal medya sitesi öncelikli olarak bireylerin birbirleri ile veya gruplarla iletişim kurmalarını kolaylaştırmak amacıyla tasarlanmaktadır. *Paylaşım boyutu* kullanıcıların içerik değişimleri, dağıtımları ve içerik almaları ile ilgilidir. *Mevcudiyet*, kullanıcıların diğer kullanıcılar tarafından ulaşılabilir olup olmadığı ile ilgilidir. *İlişki*, kullanıcıların diğer kullanıcılar ile ilişki kurması ile ilgilidir. *İtibar*; sosyal medyada kullanıcılar kendileri de dâhil olmak üzere başkalarının yerini belirleyebilirler. *Gruplar*; sosyal medyada kullanıcıların gruplar veya alt gruplar oluşturabilirler. Bir ağ ne kadar ‘sosyal’ olursa arkadaşlar, takipçiler ve iletişim grupları daha büyük olmaktadır (Kietzmann ve diğerleri, 2011, s.243-248).

Sosyal medya yüksek oranda bireylerin katılımına olanak sağlamaktadır, bu sosyal medyanın en temel özelliğidir. Sosyal medyanın bir diğer özelliği ise çift yönlü iletişime imkân tanınmasıdır. Sosyal medya bireylere çok çeşitli konu ve alanlarda yorum yapabilme, paylaşımda bulunabilme ve etkileşime geçebilme imkânını sağlamaktadır (Ünür, 2016, s.157) Sosyal medya kendine has yapısından kaynaklanan birtakım özelliklere sahiptir. Blossom (2009, s.30-32) tarafından aşağıdaki şekilde ifade edilmektedir:

- Sosyal medya kullanımı yüksek ölçüde ölçeklendirilebilir ve sosyal medya erişilebilir teknolojilerden oluşur.
- Sosyal medya bireylerin başka bireyler tarafından oluşturulmuş gruplarla iletişim kurmasına imkân sağlar.
- Sosyal medya etki imkânına sahiptir.

Sosyal medya araçlarının sınıflandırılmasında Zarella'nın (2009) çalışmasında kullandığı sınıflandırma esas alınarak sosyal medya araçları bloglar, sosyal ağ siteleri, mikrobloglar, içerik (medya) paylaşım siteleri, sosyal haberler ve sosyal imleme, oylama ve yorum platformları, forumlar ve sanal dünyalar şeklinde sınıflandırılmıştır.

Bloglar: sosyal medyanın ilk örneklerindendir. Tarihlendirme mantığı ile ters kronolojik sıraya göre düzenlenmiş web siteleridir (Eraslan, 2016, s.10). Bloglar bir kişi veya bir topluluğun oluşturduğu, son güncellemelerin önceki güncellemelerin üzerinde görüldüğü, mesajların ters bir kronoloji ile yer aldığı, içeriğin kişisel, politik veya herhangi bir şey olabileceği internet sayfalarıdır (Baym, 2010, s.16).

Blog, kelimesi “web günlüğü” (web log) kelimesinden türetilmiş bir kelime olup sahibinin kişisel günlüğü gibi hareket ettiği veya belirli bir konuda haber veya görüşleri içeren online bir dergidir (Payne, 2008, s.7).

Bloglar genellikle bir kişi tarafından yönetilmekle birlikte okuyucu yorumlarının eklenmesiyle diğer bireylerle etkileşim imkânı sunmaktadır (Kaplan & Haenlein, 2010, s.63). Gelişen internet teknolojisi ile birlikte bireyler yalnızca yakın arkadaşlar, aile ve iş arkadaşlarının görüşlerine değil dünyanın herhangi bir yerindeki yabancıların örneğin bir ürün/hizmet, bir bölgeyi ziyaret gibi görüşlerini de dikkate almaktadırlar (Pan, MacLaurin & Crotts, 2007, s.36).

Sosyal Ağ Siteleri: en basit tanımıyla sosyal ağ siteleri, kullanıcıların kendilerini tanıttacakları bir profil sayfası oluşturarak istedikleri kişileri bu sayfayı görüntülemeye davet etmesi ile oluşan, kullanıcılar arasındaki iletişimin anlık mesajlaşma ya da e-mail yoluyla sağlandığı platformlardır (Eraslan, 2016, s.11).

Sosyal ağ siteleri bireylere sınırları çizilmiş bir sistemde kamusal veya yarı kamusal profiller oluşturmaları, bağlantı paylaşan diğer kullanıcıların bir listesini görebilme ve sistemde başkalarının ve kendi bağlantılarını görmeye izin veren web tabanlı hizmetlerdir (Boyd & Ellison, 2008, s.211).

Sosyal ağ siteleri, kullanıcıların kişisel bilgi profilleri yaratarak, arkadaş ve meslektaşları bu profillere erişmeye davet ederek, birbirleri arasında anlık mesajlaşma ve e-posta göndermeye imkân sağlayan uygulamalardır (Kaplan & Haenlein, 2010,

s.63). Sosyal medya siteleri hobiler, iş, okul, aile, arkadaşlık gibi ortak ilgilere sahip kullanıcılar arasında resim, video, metin, blog, hyperlink (köprüler) gibi dijital bilginin değişimine olanak sağlayan kamusal forumlardır. İçerik, hem sosyal ağ sitelerinin kullanıcıları tarafından sağlanır hem de sosyal ağ sitelerinin kullanıcıları tarafından tüketilir (Sledgianowski & Lulviwat, 2009, s.74).

Mikrobloglar: Mikroblog hayatın akışıyla ilgili kısa metin güncellemelerinin (genellikle 200 karakterden daha az) yazıldığı ve yazılan bu güncellemelerin arkadaşlara veya ilgilenen tüm gözlemcilere metin mesajı, anlık mesajlaşma, e-posta veya web üzerinden gönderilmesini sağlayan blogların bir türüdür (Java ve diğerleri, 2007, s.56). Bir mikroblog sitesini herhangi bir blogtan ayıran en önemli özellik tek bir mesajda yazılabilecek kelime sayısının sınırlandırılmış olmasıdır (Baruah, 2012, s.4). Mikroblog hizmeti sunan platformlar Jaiku, Pownce ve Twitter'dır. Twitter en popüler mikroblog hizmeti veren bir sosyal medya aracıdır. Twitter, 2006 yılının mart ayında Amerikanın San Francisco bölgesinde kurulmuştur (Baruah, 2012, s.4). Twitter kullanıcılarına 140 karakterle sınırlandırılmış mesaj gönderme (tweet atma) imkânı sunmaktadır. Twitter kullanıcıları diğer kullanıcılar tarafından takip edilebilir ve diğer kullanıcıları takip edebilir (Kwak ve diğerleri, 2010, s.591).

İçerik (medya) Paylaşım Siteleri: Kaplan & Haenlein'in (2010, s.63) içerik toplulukları başlığı altında sınıflandırdığı içerik paylaşım siteleri kullanıcılar arasında içeriklerin paylaşılmasının amaçlandığı platformlar olarak tanımlanmaktadır. İçerik paylaşım siteleri, metinler de dâhil olmak üzere fotoğraf, video, Powerpoint sunumu gibi birçok medyanın paylaşıldığı sosyal medya mecralarıdır. İçerik paylaşım siteleri kullanıcılarına kayıt olma, profil oluşturma, arkadaşlarla iletişim kurma gibi özellikler sunmasından dolayı sosyal ağ sitelerine benzemektedir ancak içerik paylaşım sitelerinin amacı sosyal bir ağ oluşturmaktan çok belirli bir içerik türünü paylaşmaya odaklıdır (Lietsala & Sirkkunen, 2008, s.42). İçerik paylaşım sitelerinin birkaç örneği aşağıda açıklanmıştır.

Youtube: Chad Hurley, Steve Chen ve Javed Karim tarafından 2005 yılında kurulmuştur. Kullanıcıların videolar izlemesini, paylaşmasını sağlamak amacıyla kullanılmakta ve bu doğrultuda bir slogan olan kendini yayınla ile yola çıkmıştır. Youtube orijinal içerik oluşturucular ve reklam verenler için önemli bir platform haline gelmiştir 2006 yılında google tarafından satın alınmıştır (Eraslan, 2016, s.81).

Instagram: Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından 2010 yılında kurulmuştur ve 2012 yılında Facebook şirketi tarafından satın alınmıştır. Instagram herhangi bir ücret ödmeden fotoğraf paylaşmayı sağlamaktadır. Instagram’da çekilen fotoğraflara kullanıcılar farklı filtreler uygulayabilir istedikleri zaman paylaşım ve yorum yapabilirler (Eraslan, 2016, s.79).

Sosyal Haberler ve Sosyal İmleme: Sosyal haberler, kullanıcıların çeşitli haber yazılarını ve dışarıdan makalelerin linklerini yollamalarına olanak sağlayan, sonrasında kullanıcıların bu gönderilerle alakalı “oy” kullanmasını sağlayan hizmetlerdir. Oy verme işlemi bu sitelerdeki temel sosyal unsurdur. Bunun sebebi ise en çok oy alan gönderilerin en üst sıralarda görünmesidir yani hangi haberin daha çok görüleceğine oy verenler karar vermektedir. Bunların en popüler olanları Digg ve Reddit’tir. Sosyal imleme ise internet kullanıcılarının beğenmiş oldukları internet sitelerini ve sayfalarını başka insanlarla paylaşmasına olanak sağlamaktadır. İnternet kullanıcıları paylaşılmış olan içerikleri yorumlayarak ve oylayarak takip ederler. Bu sayede internet ortamında var olan milyonlarca içerik arasında ilgi çekebilecek resimler, yazılar ve videolar ön plana çıkabilir. Bu araçlar sayesinde kullanıcılar zamandan tasarruf etmekte ve etkin olarak imledikleri sayfaları takip edebilmektedirler. En popüler olanları Delicious ve Stumble Upon’dur (Eraslan, 2016, s.81).

Oylama ve Yorumlama Platformları: kullanıcıların ürünler, hizmetler, kişiler, markalar ve birçok konu hakkında yorum yaptığı, deneyimlerini paylaştığı veya oy kullandığı platformlardır. Yelp, TripAdvisor, Citysearch ve Superpages bu sitelerden bazılarıdır (Zarella, 2009, s.131-146).

Forumlar: Forumlar, tartışma gruplarıdır. İnsanların herhangi bir konu ile ilgili açılmış olan başlıkların altına karşılıklı görüşlerini yazdıkları online sohbet ortamlarıdır. Kişiler buralardan kendi ilgi alanlarına uygun olan başlıkları seçerek bu konularda sohbet etme imkânı bulurlar. İnsanların bilgi sahibi olmalarına, görüş almalarına öneriler de bulunmalarına ve tavsiyeler almalarına olanak sağlar (Çelik, 2014, s.34).

Sanal Dünyalar: Bir sanal dünya bizim “gerçek” dünyamıza benzer görülen, sıklıkla çoklu kullanıcı ve internet bağlantılı kullanıcılar için sosyal ağ kurma ve online eğlence ihtiyacını karşılamak amacıyla geliştirilen üç boyutlu, bilgisayar yaratımlı ortamdır. Bu tanım kapsamında sanal dünyalar, açık uçlu sanal etkileşim platformları ya da “deneyim” dünyalarıdır. Sanal dünyalara çok sayıda insan aynı ortak alanda aynı zamanda katılım yapabilir (Akar, 2010, s.144).

2.5.6. Cep Telefonu

Cep telefonu şekilleri ve işlevleriyle hızlı bir şekilde değişmektedir. Bu değişimin cep telefonu tanımının tekrar gözden geçirilmesine neden olduğu belirtilmektedir. Eskiden kablosuz iletişim aracı olarak ifade edilen cep telefonları, artık mesaj yazabilme, internete bağlanma özelliği ile resim ve video çekimleri ile kişiler arası bir iletişim aracı olmaktadır. Cep telefonları fonksiyonlarındaki bu değişikliklerin yanında biçim olarak da değişmektedir. Cep telefonları ağırlıkları ve boyutları ile küçülmektedir (Özaşçılar, 2009).

Bilgiye ulaşmak konuma bağımlı değildir. Gençler cep telefonu ile ailelerinden uzak kendilerine ait kanallar oluştururken, aileler de çocuklarını denetleme imkânı bulmaktadır. Mobil iletişim tercihinin toplum üzerinde bazı etkilerinin olduğu ifade edilmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde cep telefonları ekonomik olarak iş, hükümet ve kurumların verimliliğinin artmasına ve dünya ticaretine katılmalarına destek olduğu belirtilmektedir. Cep telefonu ile sözlü iletişim modern zamanlar öncesinde olduğu gibi tekrar önem kazanarak, duyguların ve düşüncelerin ön plana çıkması sağlandığı ifade edilmektedir (Başkaya, 2010).

2.6. Kitle İletişim Araçlarının Toplumsal Hayat Ve Eğitim Üzerindeki Yeri

Bilindiği gibi kitle iletişim araçları ile eğitim dolayısıyla da okul çağındaki gençler arasında sıkı bir ilişki olduğu bilinen bir gerçektir. Ancak önemli olan bu ilişkinin yönelimi ve etkinliğidir. Tarih öncesi dönemlerde teknik, özellikle teknoloji insan hayatını kolaylaştırmak için kullanılırken şimdi ise sadece bunun ile yetinmemekte aynı zamanda gücüde ifade etmektedir. Kocadaş (2004, s.129)'a göre; Tarih öncesi dönemlerde kullanılan kitle iletişim araçları günümüzde yaygın olarak kullanılan iletişim araçlarına göre, oldukça basit ve etki alanı dardı. Sanayi öncesi toplumlar güvercinden, dumandan ve mesaj taşıyan atlı ulaklardan faydalanırlarmış. Örneğin o dönemlerde kervan saraylar ticaret kervanlarının güvenliğinin sağlanması ve haber taşıyan ulakların ihtiyaçlarının giderilmesi için çeşitli hizmetler sunmak amacıyla yapılmıştır. Devlet bu hizmeti sunarken hem kendi ülkelerinde ticari hayatın canlanmasına katkıda bulunmuş hem de diğer ülkeler hakkında geniş bilgiler edinmiştir.

İnsanları etkileyen en önemli kurum daha önce örf, adet ve geleneklerin taşıyıcısı olan aile, bunu yaygınlaştıran okul iken şimdi kitle iletişim araçlarının bu kurumların önüne geçtiğini, bireyi etkinleştirdiğini görmekteyiz. Aziz (1975, s.9)'e göre; kitle iletişim araçları özellikle televizyon, giderek toplumumuzu etki altına almakta,

yaptığı yayınların içeriğine bağlı olarak, giderek kitlelerin pek çok gereksinimini karşılamaktadır. Bu gereksinimlerin başında gelen eğitim ise, yalnızca bizim toplumumuz için değil, tüm toplumlarda, değişik boyutlarda önemini saklı tutmaktadır.

Kitle iletişim araçlarına pek çok düşünür farklı açılardan bakmış, kimileri bu araçlara olumlu yaklaşırken; kimiler ise olumsuz yaklaşmıştır. Bazı düşünürler kitle iletişim araçlarını özellikle televizyonu boşa zaman harcamaktan başka, işe yaramayan, aldatıcı ve eğitimden yoksun olarak görürken, bazıları ise sosyal, siyasal, eğitsel ve ekonomik sorunların çözümü anlamında merkezi öneme koymaktadır. Bu anlayışa sahip olanlardan biride Sedat Cereci'dir. Cereci'ye (1996, s.104) göre, "Televizyonun, bütün noksanlıklarına ve hatalarına karşın eğitici bir araç olarak değerlendirilmesindeki en önemli etken, aile okul gibi geleneksel eğitim kurumlarının önemini ve etkinliğini giderek yitirmesi şeklinde kendini göstermektedir." Bununla birlikte Cereci, bu kurumların pek çok sosyal fonksiyonunu televizyona devrettiğini, onların eğitim kurumu olarak yetersiz kaldığını düşünmekte ve kitle iletişim araçlarına özellikle televizyona eğitsel açıdan önemli misyonlar yüklemektedir. Bu yaklaşımı ile Cereci, kitle iletişim araçlarını eğitsel bir araç olarak değerlendirmektedir. Ayrıca ona göre, televizyon büyük şehirlerde bir eğlence aracı olarak algılanırken, kırsal yerlerde ise öğretici ve eğitici araçtır da. Özellikle milli eğitim sisteminin tam anlamıyla temsil edilemediği, okul, öğretmen ve ders araçları konusunda büyük sıkıntılar çekilen yörelerde televizyonun çok ciddi bir eğitici araç olarak algılanması eğitim konusundaki dengesizliği açık bir biçimde gözler önüne sermektedir (Cereci, 1996, s.104).

Kitle iletişim araçlarına olumlu yaklaşan ve eğitim-öğretim anlamında bu araçlara önem veren diğer bir isim ise Aysel Azizdir. Kitle iletişim araçları içinde özellikle televizyona önem veren Aziz televizyonu, doğrudan doğruya eğitici, eğitime yardım edici ve eğitimi zenginleştirici olduğunu beyan etmektedir. Ona göre televizyonun işlevleri, okuma-yazma öğretimi gibi temel eğitimde, beceri- uğraş gibi ekonomik eğitimde, kültür, genel bilgi vermek gibi toplumsal eğitimde söz konusu olabilir. Bu anlamda Aziz (1975, s.33), Brian Groombridge'den yararlanarak şunları dile getirir:

1. Televizyonda verilen eğitimde geleneksel eğitimin kalıplaşmış yöntemi yoktur. Görüntü unsuru olası nedeni ile verilen sıkıcı olmamakta; örnekler kısa bir zaman içinde çoğaltılabilmektedir.
2. Televizyon ile yapılan eğitim izleme olanağı sağlanmış olması halinde, çok geniş bir kitleye seslenebilmektedir.

3. Eğitilmesi amaçlanan kişinin yayının dışında olması, öğrenci psikolojisinden uzak olarak izlemesine, dolayısıyla öğrenme açısından daha çok yararlanmasına neden olmaktadır.
4. Televizyon ile yapılan eğitimde karşılıklı ilişki noksanlığı vardır. Eğitilmesi amaçlanan kişinin tepkisi anında ölçülemez. Bunun için yayınlarda izleyenin katılmasını sağlayıcı olanakların sağlanması gereklidir.

2.7. İlgili Araştırmalar

Tokgöz (2007) “Ortaöğretim Kurumlarındaki Öğrencilerin ve Ailelerinin Kitle İletişim Araçlarıyla Olan İlişkisi (Diyarbakır İli Kulp İlçesi Örneği)” adlı çalışmasında, lise öğrencilerinin ve ailelerinin kitle iletişim araçları ile olan ilişkisini belirlemeyi amaçlamıştır. Tarama modelinin tercih edildiği çalışmaya 351 öğrenci katılım göstermiştir. Çalışma sonucunda, öğrencilerin ailelerine göre daha çeşitli kitle iletişim araçları ile ilişkili olduğu belirlenmiştir. Ayrıca öğrencilerin kitle iletişim araçlarından edindikleri bilgileri ailelerine göre yaşam alanlarında kullandıkları gözlenmiştir. Çalışmada ailelerinin en çok zaman ayırdıkları kitle iletişim aracının televizyon olduğu belirlenmiştir.

Aktaş (2005) “3-18 Yaş Grubu Çocuk ve Gençlerin Kitle İletişim Araçlarını Kullanma” adlı çalışmasında 3-18 yaş grubu çocuk ve gençlerin kitle iletişim araçlarını kullanma alışkanlıklarının incelenmeyi amaçlamıştır. Bu amaçla çalışmaya 933 çocuk dâhil edilmiştir. Çalışmada, ailelerin her birinin evinde bir televizyon bulunduğunu ve yarıya yakınının evinde iki ve daha fazla televizyon bulunduğu saptanmıştır. Ayrıca ailelerin yaklaşık üçte birinin evinde bilgisayar ve internet bağlantısı olduğu, bununla birlikte çocukların üçte birinin odasında televizyon ve üçte birine yakınında bilgisayar bulunduğu ve yarısından fazlasının odasında kütüphane bulunduğu tespit edilmiştir. Çocuk ve gençlerin elektronik medya karşısında günde ortalama üç buçuk saat (218 dakika) zaman geçirdikleri belirlenirken, kitap ve dergi okumaya yaklaşık bir saat (70 dakika) zaman harcadıkları belirlenmiştir. Ayrıca çocukların televizyon izlemeye harcadıkları sürenin diğer etkinliklerin her birine harcadıkları süreden iki saat daha fazla olduğu da çalışmada belirlenmiştir. Ailelerin yaklaşık olarak 3/1’inin televizyon izlerken çocuklarına zaman sınırlaması getirdikleri, izlenecek program ile ilgili olarak çocukları ile sohbet ettikleri izlenecek programın eğitici olması, programın geç saatte olmaması, zararlı konular içermemesi ve programın şiddet içermemesi konularına dikkat ettikleri belirlenmiştir.

Koptur-Şen (2008) “Ortaöğretim öğrencilerinin suça yönelmesinde kitle iletişim araçlarının rolü (İstanbul ili Bağcılar ilçesi örneği)” adlı çalışmasında, lise öğrencilerinin disiplin suçu işleminde kitle iletişim araçlarının rolünü ortaya koymayı amaçlamıştır. Tarama modelinin tercih edildiği çalışmaya 250 öğrenci katılım göstermiştir. Araştırmada kitle iletişim araçlarının gençler üzerindeki suç yönünden etkileri incelendiğinde, devamlı gündeme getirilen olayların gençler tarafından önceleri hayretle izlendiği, sonrasındaysa örnek alınarak onları suçlu davranışa yönelttiği ifade edilmektedir. Araştırmanın sonucunda gençlerin suça itilmesi konusunda kitle iletişim araçlarının etkin sebep olduğunu ifade edilmiştir. Araştırma sonuçları doğrultusunda şunlar ifade edilmiştir: Kitle iletişim araçları konusunda çalışanların üzerinde hemfikir olduğu konu, bu araçların insanlar üzerinde mutlak bir etkisi olduğu yönündedir. Gençlerin suç işlemesi yönünde kitle iletişim araçlarının etkisi araştırmamızda da ortaya konulmuştur. Kitle iletişim araçları içinde televizyon yaygın olarak kullanılmakta ve dolayısıyla da insanları etkisi altına alma hususunda televizyon ilk sırayı almaktadır. İnternet kullanımındaki sıklık da internetin gençleri en az televizyon kadar etkisi altına aldığı sonucunu ortaya koymaktadır.

Koca (2009) “Kitle iletişim araçlarının eğitim üzerinde etkileri (Sivas/merkez meslek liseleri örneği)” adlı çalışmasında lise son sınıfta öğrenim gören 255 öğrenci üzerinde kitle iletişim araçlarının eğitim üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamıştır. Çalışma sonucunda, bireylerin sosyalleşmesinde en önemli kurum aile ve sonra okul iken şimdi ise kitle iletişim araçlarının bu kurum ve kuruluşların yerini almaya başladığı ve bu önemli görevi üstlenen kitle iletişim araçlarının bireyleri olmak istediği gibi değil, olmasını düşlediği biçime dönüştürdüğü tespit edilmiştir.

Aydemir (2010) “Kitle iletişim araçlarının gençler üzerindeki etkileri: Kütahya örneği” adlı çalışmasında Kütahya ilinde okuyan lise, üniversite ve yüksek lisans öğrenimi gören 378 kişiye uyguladığı anket ile bireylerin medyadan etkilenim düzeylerinin bireylere ait cinsiyet, doğum yeri, yaşadığı yer, eğitim durumu, kablo tv aboneliği, internete erişim imkânı, evindeki televizyon sayısı, gün içerisinde televizyona ayırdığı zaman, gün içerisinde radyo dinlemeye ayırdığı zaman ve gün içerisinde internette geçirdiği zaman değişkenlerinin etki edip etmediğini araştırmayı amaçlamıştır. Çalışmada cinsiyet değişkenine göre tüm boyutlarda erkek öğrenciler kız öğrencilere göre daha yüksek algıya sahip oldukları, doğum yeri değişkenine göre ilçe ve köy grupları tüm boyutlarda en düşük aritmetik ortalamaya sahip olduğu, yaşam yeri değişkenine göre (doğum yeri değişkenine paralel olarak) tüm boyutlarda en düşük

aritmetik ortalamaya ilçe köy gruplarının sahip olduğu, eğitim durumu değişkenine göre bireylerin öğrenim durumu yükseldikçe medyayı algılama düzeylerinin yükseldiği, tüm boyutlarda kablo TV aboneliği olanlar abone olmayanlara göre medyayı daha yüksek olarak algıladıkları, internet aboneliği olanların aboneliği olmayanlara göre medyayı daha yüksek algıladıkları, evdeki TV sayısı arttıkça medyayı algılama düzeylerinin arttığı, bireylerin TV karşısında geçirilen zaman arttıkça medyadan etkilenme düzeylerinin arttığı, radyo basında geçirilen zaman değişkinine göre ortalamalar arasında istatistiksel olarak fark bulunmadığı, internette geçirilen zaman arttıkça bireylerin medyayı algılama düzeylerinin arttığı belirlenmiştir. Ayrıca çalışma sonucunda gençlerin bilgi aktarımı konusunda kitle iletişim araçlarından oldukça faydalandığına, bu bilgi aktarımı neticesinde özellikle internet üzerinden bireylerin bir birleri ile sosyalleştiğine ve bu süreçte toplumda farklı etkileşim ortamlarının oluştuğu belirlenmiştir.

Çalışkan-Ülkü (2011) “Kitle iletişim araçlarının öğrencilerin sınıf içi davranışlarının etkisi üzerine öğretmen görüşleri” adlı çalışmasında, kitle iletişim araçlarının ilköğretim 1-5. Sınıf öğrencilerinin sınıf içi davranışlarına etkisi üzerine öğretmen görüşlerini ele almayı amaçlamıştır. Genel tarama modelinde yapılan çalışmaya 166 öğretmen katılım göstermiştir. Çalışmada sınıf öğretmenlerinin kitle iletişim araçlarının sınıf içi öğrenci davranışlarına etkisine yönelik görüşlerinin, cinsiyete göre farklılığına ilişkin kitle iletişim araçlarından kaynaklanan aşırı bir olumlu ya da olumsuz etkiyi sınıflarında görmedikleri sonucuna ulaşılmıştır. Mesleki kıdem faktörüne göre, 10 yıl ve altında mesleki kıdemi olan öğretmenlerin kitle iletişim araçlarının sınıf içi öğrenci davranışlarına etkisi konusunda diğer öğretmenlere göre kendi sınıfları açısından daha olumlu görüşe sahip oldukları ifade ettikleri belirlenmiştir. Araştırmanın örneklemine giren sınıf öğretmenlerinin görev yeri açısından, il merkezinde görev yapan öğretmenlerin sınıflarındaki öğrenci davranışlarında olumsuz düzeyde kitle iletişim aracı etkisi görüldüğü sonucuna varılmıştır. Öğrencilerin ikamet ettiği yer açısından, öğrencileri il merkezinde ikamet eden öğretmenlerin sınıflarındaki öğrenci davranışlarında olumsuz düzeyde kitle iletişim aracı etkisinin görüldüğü belirtilmiştir. Öğrencilerin ekonomik düzeyi açısından, öğrencileri yüksek ekonomik düzeye sahip olan öğretmenlerin sınıflarındaki öğrenci davranışlarında olumsuz düzeyde kitle iletişim aracı etkisinin görüldüğü sonucuna ulaşılmıştır.

Taydaş (2012) “Serbest zaman etkinliği olarak Facebook kullanımının yalnızlıkla ilişkisi: Cumhuriyet Üniversitesi örneği” adlı çalışmasında, üniversite eğitimlerini sürdüren öğrencilerin popüler bir sosyal paylaşım ağı olan Facebook sitesini kullanımlarını belirlemek ve bu kullanımların sosyal çevrelerine etkileri incelenmiştir. 17-37 yaş aralığında bulunan 582 öğrenci üzerinde yapılan araştırma sonuçlarına göre öğrenciler bireyselliğin ön planda olduğu kitle iletişim araçları ve faaliyetleri daha çok benimsediklerini görülmüştür. Araştırmanın sonucu, öğrencilerin Facebook sitesini kullanımlarında 7 faktörün etkili olduğuna vurgu yapmaktadır. Bunlar narsisizm, kişisel durum, boş zamanı değerlendirme, ilişki kurma, eğlenme, bilgi araştırma, motivasyon ve rahatlamadır. Çalışma aynı zamanda öğrencilerin Facebook sitesini kişisel durumlarını belirtme ve boş zamanlarını değerlendirme aracı olarak kullandıklarını ortaya koymuştur.

Ball-Rokeach & Defleur (2013) “A dependency model of mass-media effects” adlı çalışmalarında dinleyici, medya ve toplum üçlüsü ilişkisinin, medyanın insanlar ve toplum üzerindeki etkilerinin birçoğunu direkt olarak belirlediği varsayılmaktadır. Bu çalışmada, dinleyici inançlarının, davranışlarının ya da hislerinin değişimi için bir kilit etkileşim vazifesi gören medya bilgi kaynakları üzerine dinleyici bağımlılığı meselesi üzerinde yoğunlaşarak medyanın birçok merkezi bilgi fonksiyonu ifa ettiği toplumlarda ve de hızlı sosyal değişimin ya da yaygın sosyal çatışmaların olduğu zaman dilimlerinde dinleyici bağımlılığının yüksek olduğu belirtilmektedir.

BÖLÜM III

YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, çalışma grubu, veri toplama araçları, verilerin toplanması ve toplanan verilerin nasıl analiz edildiğine ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Modeli

Araştırmada kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin sosyal bilgiler öğretmen adaylarının algılarını belirlemek amaçlanmaktadır. Bu amaç kapsamında eğitim fakültesi sosyal bilgiler öğretmenliği bölümünde öğrenim gören öğretmen adaylarının görüşlerine araştırmanın demografik değişkenleri olan cinsiyet, öğrenim görülen sınıf, gazeteleri takip etme durumu, radyo dinleme durumu, televizyon izleme durumu, internet kullanım durumu ve sosyal medya araçlarını kullanım durumu değişkenlerine göre sosyal bilgiler öğretmen adaylarının algılarının anlamlı bir şekilde farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemekte amaçlanmıştır.

Bu amaçlar doğrultusunda yapılan araştırmada, karma yöntem tasarımlarından açıklayıcı sıralı desen kullanılmıştır. Bu desende araştırmacı araştırmaya önce nicel bir aşamayı yöneterek başlar ve ikinci bir nitel aşamayla özel sonuçlar aramaya başlar. İkinci nitel aşama, birinci nicel aşamayı daha derinlemesine açıklama amacıyla uygulanır. Bu desenin temel amacı nitel aşamayı nicel verinin içindeki ilişkileri ve yönelimleri açıklamak için kullanmaktır. Açıklayıcı sıralı desenlerde nicel ve nitel veriler ayrı ayrı analiz edilir, tartışma bölümünde ise bu veriler birleştirilerek yorumlanır (Creswell & Plano Clark, 2014, s.90).

Araştırmada karma yöntem kullanılmasıdaki temel amaç; nicel ve nitel verileri birlikte kullanarak, yaklaşımlardan herhangi birini tek başına kullanmaya oranla araştırma probleminin daha iyi şekilde anlaşılmasını sağlamaktır (Creswell & Plano Clark, 2014, s.6).

3.2. Çalışma Grubu

Yapılan araştırmanın çalışma grubu nicel veriler ve nitel veriler için ayrı ayrı belirlenmiştir. Araştırmanın nicel verilerini toplamak için İnönü Üniversitesi, Eğitim Fakültesi'nde öğrenim gören Sosyal Bilgiler Öğretmenliği bölümünde öğrenim gören öğretmen adayları evren olarak belirlenmiştir. Nicel verileri toplamak için evrenin ulaşılabilir olması nedeniyle örneklem alma yoluna gidilmemiş olup, evrenin tamamına

ulaşılmıştır. Evrende ulaşılan 210 öğretmen adayı ise araştırmanın nicel verileri için örnekleme oluşturmaktadır.

Yapılan araştırmanın nitel verilerini toplamak için amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örnekleme türü kullanılmıştır. Maksimum çeşitlilik örnekleme türü doğrultusunda her sınıftan öğretmen adayı araştırmaya dâhil edilmiştir. Bu kapsamda her sınıftan beş öğretmen adayı olmak üzere toplamda 20 öğretmen adayı araştırmanın nitel verilerini toplamak için örnekleme alınmıştır.

Araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kişisel bilgileri aşağıda tablolar halinde gösterilmiştir.

Tablo 3.1. Öğretmen Adaylarının Cinsiyetlerine Göre Dağılımları

Cinsiyet	n	Yüzde (%)
Kadın	125	59.5
Erkek	85	40.5
Toplam	210	100

Tablo 3.1 incelendiğinde araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının %59.5'inin kadın (n = 125), % 40.5'inin ise erkek (n = 85) olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 3.2. Öğretmen Adaylarının Öğrenim Gördükleri Sınıfa Göre Dağılımları

Öğrenim Görülen Sınıf	n	Yüzde (%)
1	52	24.8
2	48	22.9
3	54	25.7
4	56	26.7
Toplam	210	100

Tablo 3.2 incelendiğinde araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının %24.8'inin birinci sınıf (n = 52), % 22.9'unun ikinci sınıf (n = 48), % 25.7'sinin üçüncü sınıf (n = 54) ve % 26.7'sinin ise dördüncü sınıfta (n = 56), öğrenim gördüğü anlaşılmaktadır.

Tablo 3.3.

Öğretmen Adaylarının Gazeteleri Takip Etme Durumuna Göre Dağılımları

Gazete Takip Etme Durumu	n	Yüzde (%)
Takip Etmem	49	23.3
Ara Sıra Takip Ederim	84	40
Takip Ederim	77	36.7
Toplam	210	100

Tablo 3.3 incelendiğinde araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının %23.3'ünün gazete takip etmediği (n = 49), % 40'ının ara sıra gazeteleri takip ettiği (n=84), % 36.7'sinin ise gazeteleri takip ettiği (n = 77) anlaşılmaktadır.

Tablo 3.4.

Öğretmen Adaylarının Radyo Dinleme Durumuna Göre Dağılımları

Radyo Dinleme Durumu	n	Yüzde (%)
Dinlemem	48	22.9
Ara Sıra Dinlerim	94	44.8
Dinlerim	68	32.4
Toplam	210	100

Tablo 3.4 incelendiğinde araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının %22.9'unun radyo dinlemediği (n = 48), % 44.8'inin ara sıra radyo dinlediği (n= 94), %32.4'ünün ise radyo dinlediği (n = 68) anlaşılmaktadır.

Tablo 3.5.

Öğretmen Adaylarının Televizyon İzleme Durumuna Göre Dağılımları

Televizyon İzleme Durumu	n	Yüzde (%)
İzlemem	68	32.4
Ara Sıra İzlerim	66	31.4
İzlerim	76	36.2
Toplam	210	100

Tablo 3.5 incelendiğinde araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının %32.4'ünün televizyon izlediği (n = 68), % 31.4'ünün ara sıra televizyon izlediği (n=66), %36.2'sinin ise televizyon izlediği (n = 76) anlaşılmaktadır.

Tablo 3.6.

Öğretmen Adaylarının İnternet Kullanım Durumuna Göre Dağılımları

İnternet Kullanım Durumu	n	Yüzde (%)
Kullanmam	8	3.8
Ara Sıra Kullanırım	49	23.3
Kullanırım	153	72.9
Toplam	210	100

Tablo 3.6 incelendiğinde araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının %3.8'inin internet kullanmadığı (n = 8), % 23.3'ünün ara sıra internet kullandığı (n=49), %72.9'unun ise internet kullandığı (n = 153) anlaşılmaktadır.

Tablo 3.7.

Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Araçlarını Kullanım Durumuna Göre Dağılımları

Sosyal Medya Araçlarını Kullanım Durumu	n	Yüzde (%)
Kullananlar	181	86.2
Kullanmayanlar	29	13.8
Toplam	210	100

Tablo 3.7 incelendiğinde araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının %86.2'sinin sosyal medya araçlarını kullandığı (n = 181), % 13.8'inin ise sosyal medya araçlarını kullanmadığı (n = 29) anlaşılmaktadır.

Tablo 3.8

Öğretmen Adaylarının Akıllı Telefon Kullanma Durumuna Göre Dağılımları

Akıllı Telefon Kullanım Durumu	n	Yüzde (%)
Kullananlar	178	84.8
Kullanmayanlar	32	15.2
Toplam	210	100

Tablo 3.8 incelendiğinde araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının %84.8'inin akıllı telefon kullandığı (n = 178), % 15.2'sinin ise akıllı telefon kullanmadığı (n = 32) anlaşılmaktadır.

3.3. Verilerin Toplanması

Araştırmanın verilerini toplamak için araştırmacı tarafından geliştirilen iki bölümden oluşan bir veri toplama aracı kullanılmıştır. Araştırmacı tarafından hazırlanan anket İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Sosyal Bilgiler Öğretmenliği bölümünde öğrenim gören bütün öğrencilere araştırmacı tarafından dağıtılmıştır. Dağıtılan veri toplama araçlarından tamamı öğretmen adayları tarafından yanıtlanarak geri dönmüştür. Gelen veri toplama araçları ilk olarak numaralandırılmış daha sonra Microsoft Excel programına işlenmiştir. Veriler işlenirken öğretmen adayları tarafından eksik ve özensiz doldurulan veya ölçeğin bütün maddelerine aynı cevabı (bütün maddelere kesinlikle katılıyorum veya kesinlikle katılmıyorum gibi) veren katılımcı olup olmadığı incelenmiştir. Bu kapsamda belirlenen 3 anket araştırma dışında tutularak 210 veri toplama aracı ile araştırmanın verileri analiz için SPSS 25 paket programına işlenmiştir.

Araştırmanın nitel verileri 20 sosyal bilgiler öğretmen adayının katılımı ile yarı yapılandırılmış görüşmeler formu aracılığıyla toplanmıştır. Öğretmen adayları ile

yapılan görüşmeler 2019-2020 eğitim-öğretim yılı içerisinde yapılmıştır. Öğretmen adayları ile yarı yapılandırılmış görüşme yapılmadan önce kendileri ile görüşülerek uygun oldukları gün ve saat belirlenerek randevu tarihi alınmıştır. Randevu tarihinde öğretmen adayları ile uygun olduklarını belirttikleri yerde görüşmeler yapılmıştır. Görüşme yapılmadan önce araştırmanın konusu olan kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanılabilirliğine ilişkin olarak öğretmen adaylarına açıklamalar yapılmıştır. Yapılan görüşmelerin 30-40 dakika arası bir sürede gerçekleşmiştir.

Görüşme formunda yer alan sorulara öğretmen adaylarının verdikleri cevaplar öğretmen adaylarının ses kayıt cihazı ile kaydetmeye izin vermemesinden dolayı araştırmacı tarafından görüşme notları tutularak kaydedilmiştir. Araştırmacı görüşme sırasında her soru için katılımcı öğretmen adaylarından yanıtları aldıktan sonra aldığı notlar doğrultusunda sorulan soruya verilen cevabı katılımcıya özetlemiş ve katılımcı öğretmen adayının onay vermesinden sonra bir sonraki görüşme sorusuna geçilerek görüşmeler sürdürülmüştür. Daha sonra toplanan tüm görüşme notları bir araya getirilerek veri toplama süreci sonlandırılarak, verilerin analiz aşamasına geçilmiştir.

3.4. Veri Toplama Araçları

Araştırma kapsamında üç veri toplama aracı kullanılmıştır. Veri toplama araçlarının ilkinin araştırmaya katılan sosyal bilgiler öğretmen adaylarının kişisel özelliklerinin belirlemeye yarayan maddelerin yer aldığı “Kişisel Bilgi Formu” oluşturmaktadır. İkincisini ise araştırmacı tarafından geliştirilen “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” oluşturmaktadır. Araştırmada kullanılan üçüncü veri toplama aracı araştırmanın nitel verilerini toplamak için araştırmacı tarafından oluşturulan yarı yapılandırılmış görüşme formudur.

3.5.1. Kişisel Bilgi Formu

Araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının kişisel bilgilerini belirlemek amacıyla araştırmacı tarafından hazırlanan kişisel bilgi formu sekiz maddeden oluşturulmuştur. Bunlar öğretmen adaylarının cinsiyet, öğrenim gördükleri sınıf, gazete takip etme, radyo dinleme, televizyon izleme, internet kullanımı, sosyal medya araçlarını kullanımı ve akıllı telefon kullanım durumlarını belirlemeye yönelik maddelerdir.

3.5.2. Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi

Anket geliştirmenin ilk aşamasında kitle iletişim araçlarının eğitim ortamında kullanımına ilişkin alanyazın incelenerek anket maddelerinin hangi ifadelerden oluşturulabileceğine çalışılmıştır. Bu doğrultuda alanyazın taraması sonucunda 44 maddelik bir madde havuzu oluşturulmuştur. Oluşturulan maddeler uzman görüşleri alınmak üzere konu alanında bilgi sahibi olan ve çalışma konusu hakkında bilgilendirilen alanındaki üç uzmana değerlendirmeleri için araştırmacı tarafından gönderilmiştir. Uzmanlardan gelen öneriler ve eleştiriler doğrultusunda aday anket oluşturulmaya çalışılmıştır. Uzman görüşü doğrultusunda aynı anda birden fazla özelliği belirlemeye çalışan maddeler anket formundan çıkarılmıştır. Bazı maddelerde ise anlaşılabilirliği artırıcı düzenlemeler yapılmıştır. Uzman görüşü sonrası anketin madde sayısı 8 maddenin silinmesi ile birlikte 36 madde olmuştur. Ayrıca 36 madde içerdiği bilgiler doğrultusunda “kapsam”, “işlev” ve “yarar” olmak üzere üç boyuttan oluşmaktadır.

Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının Kesinlikle Katılmıyorum, Katılmıyorum, Orta Düzeyde Katılıyorum, Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum arasında değişen beş yanıtlı bir anket üzerinde kendilerini ifade etmeleri sağlanmıştır.

Anketin güvenirlik katsayılarını boyutlar temelinde şu şekilde hesaplamıştır: Kapsam = .84; İşlev = .88; Yarar = .88, Genel = .86. Cronbach's Alfa değeri 0-1 arasında değişmektedir. Cronbach's Alfa katsayısının boyutlar temelinde ve anketin geneli için $0.80 < 1.00$ aralığında olmasından dolayı araştırmada kullanılan veri toplama aracının yüksek derecede güvenilir (Kalaycı, 2017, s.405) olduğu söylenebilir.

3.5.3. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu

Araştırmada, sosyal bilgiler öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına yönelik görüşlerini belirlemek için araştırmacı tarafından yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu'nda sosyal bilgiler öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanılabilirliğini tespit etmeye yönelik 6 soru bulunmaktadır. Bu sorular şu şekildedir:

- Soru-1: Sosyal Bilgiler öğretimi açısından kitle iletişim araçlarından gazetenin kullanılabilirliğini nasıl değerlendiriyorsunuz?
- Soru-2: Sosyal Bilgiler öğretimi açısından kitle iletişim araçlarından radyonun kullanılabilirliğini nasıl değerlendiriyorsunuz?

- Soru-3: Sosyal Bilgiler öğretimi açısından kitle iletişim araçlarından televizyonun kullanılabilirliğini nasıl değerlendiriyorsunuz?
- Soru-4: Sosyal Bilgiler öğretimi açısından kitle iletişim araçlarından internetin kullanılabilirliğini nasıl değerlendiriyorsunuz?
- Soru-5: Değerler eğitimi açısından sosyal medya araçlarının kullanılabilirliğini nasıl değerlendiriyorsunuz?
- Soru-6: Sosyal Bilgiler öğretimi açısından kitle iletişim araçlarından akıllı telefonların kullanılabilirliğini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Araştırmada, öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarını belirlemek üzere yarı-yapılandırılmış görüşme formunun hazırlanmasından sonra İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Sosyal Bilgiler Öğretmenliği bölümünde öğrenim gören 20 öğretmen adayı maksimum çeşitlilik örnekleme yöntemi ile gönüllük esasına göre belirlenmiştir. 20 öğretmen adayı belirlendikten sonra verilerin toplanması bölümünde belirtildiği gibi 30-40dk.'lık görüşmeler yapılmıştır.

3.5. Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında nicel ve nitel veri toplama araçları ile toplanan verilerin nasıl analiz edildiğine ilişkin bilgiler, nitel verilerin analizi ve nicel verilerin analizi olmak üzere iki başlık halinde detaylı olarak aşağıda verilmiştir.

3.5.1. Nicel Verilerin Analizi

Araştırmada elde edilen nicel veriler SPSS 25. Paket programına işlenmiş ve analiz edilmiştir. Analiz yapılırken araştırmanın alt problemleri dikkate alınarak şu analiz teknikleri kullanılmıştır:

- Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algılarının dağılımı nasıldır? alt problemi için öğretmen adaylarının verdikleri yanıtların frekans ve yüzde hesaplamaları yapılmıştır.
- Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algıları hangi düzeydedir? alt problemi için öğretmen adaylarının verdikleri yanıtların ortalama ve standart sapma hesaplamaları yapılmıştır. Aritmetik ortalama hesaplanırken puan aralıkları ölçüt olarak belirlenmiştir. Aralık genişliğinin, “dizi genişliği/yapılacak grup sayısı”

(Tekin, 2002) formülü ile hesaplanması göz önünde tutularak, araştırma bulgularının değerlendirilmesinde esas alınan aritmetik ortalama aralıkları; 1.00-1.80; Hiç Katılmıyorum, 1.81-2.60; Katılmıyorum, 2.61-3.40; Orta Düzeyde Katılıyorum, 3.41- 4.20; Katılıyorum ve 4.21-5.00; “Tamamen Katılıyorum” şeklindedir.

- Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algıları cinsiyet değişkenine göre anlamlı farklılık göstermekte midir? alt problemi için öğretmen adaylarının verdikleri yanıtlardan elde edilen veriler “Bağımsız Örneklem t-Testi” aracılığıyla analiz edilmiştir.
- Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algıları öğrenim görülen sınıf değişkenine göre anlamlı farklılık göstermekte midir? alt problemi için öğretmen adaylarının verdikleri yanıtlardan elde edilen veriler “Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)” aracılığıyla analiz edilmiştir.
- Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algıları gazeteleri takip etme durumu değişkenine göre anlamlı farklılık göstermekte midir? alt problemi için öğretmen adaylarının verdikleri yanıtlardan elde edilen veriler “Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)” aracılığıyla analiz edilmiştir.
- Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algıları radyo dinleme durumu değişkenine göre anlamlı farklılık göstermekte midir? alt problemi için öğretmen adaylarının verdikleri yanıtlardan elde edilen veriler “Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)” aracılığıyla analiz edilmiştir.
- Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algıları televizyon izleme durumu değişkenine göre anlamlı farklılık göstermekte midir? alt problemi için öğretmen adaylarının verdikleri yanıtlardan elde edilen veriler “Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)” aracılığıyla analiz edilmiştir.
- Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algıları internet kullanım durumu değişkenine göre anlamlı farklılık göstermekte midir? alt problemi için öğretmen adaylarının

verdikleri yanıtlardan elde edilen veriler “Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)” aracılığıyla analiz edilmiştir.

- Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algıları sosyal medya araçlarını kullanım durumu değişkenine göre anlamlı farklılık göstermekte midir? alt problemi için öğretmen adaylarının verdikleri yanıtlardan elde edilen veriler “Bağımsız Örneklem t-Testi” aracılığıyla analiz edilmiştir.
- Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algıları akıllı telefon kullanım durumu değişkenine göre anlamlı farklılık göstermekte midir? alt problemi için öğretmen adaylarının verdikleri yanıtlardan elde edilen veriler “Bağımsız Örneklem t-Testi” aracılığıyla analiz edilmiştir.

Araştırmada Bağımsız Örneklem t-Testi’nin yapılabilmesi için bir takım ön koşulların yerine getirilmiş olması gerekmektedir. Bu koşullar: “Ortalamalar karşılaştırılarak verilerin normal dağılım gösterip göstermediğine”, “Bağımsız Örneklem t-Testi’ne dâhil edilecek grupların varyanslarının eşit olmasına” ve “her bir verinin diğer veriden bağımsız olduğu” koşuluna uyup uymadıklarıdır (Can, 2016, s. 116). İfade edilen koşullar yapılan araştırmanın cinsiyet, sosyal medya araçlarını kullanım ve akıllı telefon kullanım durumu değişkenleri için sağlandığından “Bağımsız Örneklem t-Testi” kullanılmıştır.

Araştırmada ANOVA testinin kullanıldığı değişkenlerde, ANOVA neticesinde anlamlı fark bulunduğunda, bulunan anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için Post-hoc çoklu karşılaştırma testlerinden “Tukey HSD” testi tercih edilmiştir. Tukey HSD testi varyansın eşit olması ölçütüne uygun olması ve grupların farklı örneklem sayısına sahip olmalarının engel teşkil etmemesi nedeniyle tercih edilmiştir.

3.5.2. Nitel Verilerin Analizi

Araştırmanın “Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algıları nasıldır?” alt problemi için toplanan nitel veriler içerik analizi yöntemi ile çözümlenmiştir. İçerik analizi yapılırken her bir soruya ilişkin sosyal bilgiler öğretmen adaylarının görüşleri kodlara, kodlardan da temalar oluşturulmuştur. Bu işlemler yapılırken sosyal bilgiler öğretmen adaylarına SBÖA1...SBÖA20’ye kadar kod verilmiştir.

Araştırmada içerik analizi için dört aşama takip edilmiştir.

- İlk olarak veri toplama aracı ile (yarı yapılandırılmış görüşme) toplanan verilerdeki sosyal bilgiler öğretmen adaylarının görüşleri yazılı hale getirilmiş ve veriler kodlanmıştır.
- İkinci aşamada ise kodlardan temalar oluşturulmuştur.
- Üçüncü aşamada kodlar ve temaların düzenlenmesi yapılmıştır.
- Dördüncü ve son aşamada ise bulguların tanımlaması ve yorumlanması yapılmıştır (Yıldırım & Şimşek, 2016, s.243).

3.5.2.1. Nitel verilerin geçerlik ve güvenirliği

Lincoln & Guba (1985), nitel araştırmalarda geçerlik ve güvenirlik için, “inandırıcılık, aktarılabilirlik, tutarlık, doğrulanabilirlik” terimlerinin olduğunu belirtmiştir (Akt. Creswell, 2016, s.244). Bu kapsamda araştırmada geçerlik ve güvenirlik şu şekilde yapılmıştır.

Lincoln & Guba (1985) araştırmalarda inandırıcılığın sağlanabilmesi için araştırmacıların “uzun süreli etkileşim, derinlik odaklı veri toplama, çeşitleme, uzman incelemesi ve katılımcı teyidi” stratejilerini kullanmalarını önermişlerdir. Merriam’ın (2013, s.221) uzman incelemesi ya da değerlendirmesi olarak adlandırdığı süreç, araştırmada ham veriler ile ortaya çıkmaya başlayan bulguların birbirleriyle örtüşme ve uyumu ve kesin olmayan yorumlarla ilgili olarak meslektaşlarla görüşme ve tartışmalar yapılmasıdır. Bu bağlamda bu araştırmada üç alan uzmanıyla süreç içerisinde gerçekleştirilen etkinlikler ve olaylar konusunda görüşmeler yapılmıştır.

Araştırmanın inandırıcılığını artırmak için araştırmacı veri kaynakları ile uzun süreli etkileşim içinde bulunmalıdır. Böylelikle veri kaynakları üzerinde kendi varlığından ve öznel algılarından kaynaklanabilecek etkiyi anlayabilir (Yıldırım & Şimşek, 2016, s.278). Bu bağlamda araştırmacı birden fazla kişiyle görüşme yapması araştırmanın inandırıcılığını yükselttiğinin bir göstergesi olarak kabul edilebilir.

Nitel araştırmalarda aktarılabilirliği arttırmak için detaylı betimleme ve amaçlı örnekleme yapılabilir (Erlandson ve diğerleir, 1993). Bu bağlamda araştırmada öğretmen adayları ile yapılan görüşmelerden elde edilen veriler ayrıntılı betimlenmiş ve araştırmada aktarılabilirliği arttırmak için amaçlı örnekleme yöntemi tercih edilmiştir.

Nitel araştırmada tutarlılığı (güvenirliği) arttırmada en kullanışlı yöntem üye kontrolüdür. Üye kontrolünde araştırmacılar notlarını katılımcılara gösterirler, katılımcılar da kayıtların doğruluğunu kontrol ederler (Büyüköztürk ve diğerleri, 2016). Bu çalışmada da görüşme sonrası tutulan notlar katılımcılara okutulmuş ve eklemek istedikleri, açıklık getirdikleri veya çıkarmak istedikleri ifadeler düzenlenerek kayıtlara son şekli verilmiştir. Ayrıca araştırmanın görüşmeler yoluyla elde edilen nitel verileri araştırmacı ve üç alan uzmanının görüşleri doğrultusunda ayrı ayrı kodlanmıştır. Daha sonra ise oluşturulan kod listesi karşılaştırılarak ortak bir kod listesi oluşturulmuştur. Böylece araştırmanın nitel verilerinin tutarlılığı arttırılmıştır.

Doğrulanabilirlik, güvenilirlik denetimi yapılırken izlenen yolun ve sürecin ayrıntılı bir biçimde belirtilmesini gerektirmektedir (Lincoln & Guba, 1985). Bu araştırmanın doğrulanabilirliği için araştırmacı, görüşme yoluyla elde ettiği bulguları üç alan uzmanına inceletmiştir.

BÖLÜM IV

BULGULAR ve YORUMLAR

Bu bölümde veri toplama aracı ile toplanan verilerin analizi sonucunda elde edilen bulgular nicel veriler bağımsız değişkenlere göre tablolar halinde gösterilmişken, nitel veriler şekillerle gösterilmiştir.

4.1. Birinci Alt Probleme İlişkin Bulgular

Araştırmanın “Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algılarının dağılımı nasıldır?” alt problemine ilişkin bulgular aşağıda tablolar halinde gösterilmiştir. Bulgular sunulurken araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin boyutlarının veriliş sırasına göre maddeler halinde araştırmaya katılan sosyal bilgiler öğretmen adaylarının verdikleri cevapların frekans ve yüzde değer hesaplamaları verilmiştir.

4.1.1. Kapsam Boyutuna İlişkin Bulgular

Araştırmanın “Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algılarının dağılımı nasıldır?” alt problemine ilişkin araştırmada kullanılan nicel veri toplama aracı olan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin kapsam boyutuna ait maddelere ilişkin araştırmaya katılan sosyal bilgiler öğretmen adaylarının verdikleri yanıtların frekans ve yüzde hesaplamaları aşağıda tablolar halinde verilmiştir.

Tablo 4.1.

Anketin 1. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzy	f	%
Hiç Katılmıyorum	10	4.8
Katılmıyorum	18	8.6
Orta Düzeyde Katılıyorum	96	45.7
Katılıyorum	70	33.3
Tamamen Katılıyorum	16	7.6
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin kapsam boyutuna ait “Kitle iletişim araçları sosyal bilgiler eğitime yönelik ihtiyaç duyulan etkinlikleri kapsayabilir.” olan birinci maddesine

araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının % 4.8'inin Hiç Katılmıyorum (f:10), % 8.6'sının Katılmıyorum (f:18), % 45.7'sinin Orta Düzeyde Katılıyorum (f:96), %33.3'ünün Katılıyorum (f:70), % 7.6'sının ise Tamamen Katılıyorum (f:16) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 4.2.

Anketin 2. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzy	f	%
Hiç Katılmıyorum	7	3.3
Katılmıyorum	24	11.4
Orta Düzeyde Katılıyorum	78	37.1
Katılıyorum	85	40.5
Tamamen Katılıyorum	16	7.6
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin kapsam boyutuna ait “Kitle iletişim araçları küresel bir iletişim aracı olarak sosyal bilgiler öğrenenler için kullanılabilir.” olan ikinci maddesine araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının % 3.3'ünün Hiç Katılmıyorum (f:35), % 11.4'ünün Katılmıyorum (f:49), % 37.1'inin Orta Düzeyde Katılıyorum (f:22), % 40.5'inin Katılıyorum (f:243), % 7.6'sının ise Tamamen Katılıyorum (f:399) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır

Tablo 4.3.

Anketin 3. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzy	f	%
Hiç Katılmıyorum	8	3.8
Katılmıyorum	25	11.9
Orta Düzeyde Katılıyorum	113	53.8
Katılıyorum	48	22.9
Tamamen Katılıyorum	16	7.6
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin kapsam boyutuna ait “Kitle iletişim araçları küresel bir iletişim aracı olarak sosyal bilgiler öğrenenler için kullanılabilir.” olan üçüncü maddesine araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının % 3.8'inin Hiç Katılmıyorum (f:8), % 11.9'unun Katılmıyorum (f:25), % 53.8'inin Orta Düzeyde Katılıyorum (f:113),

%22.9'unun Katılıyorum (f:48), % 7.6'sının ise Tamamen Katılıyorum (f:16) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 4.4.

Anketin 4. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzye	f	%
Hiç Katılmıyorum	4	1.9
Katılmıyorum	22	10.5
Orta Düzeyde Katılıyorum	101	48.1
Katılıyorum	50	23.8
Tamamen Katılıyorum	33	15.7
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin kapsam boyutuna ait “Kitle iletişim araçlarından TV aracılığıyla sosyal bilgiler dersi etkinlikleri düzenlenebilir.” olan dördüncü maddesine araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının % 1.9'unun Hiç Katılmıyorum (f:4), % 10.5'inin Katılmıyorum (f:22), % 48.1'inin Orta Düzeyde Katılıyorum (f:101), % 23.8'inin Katılıyorum (f:50), % 15.7'sinin ise Tamamen Katılıyorum (f:33) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 4.5.

Anketin 5. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzye	f	%
Hiç Katılmıyorum	3	1.4
Katılmıyorum	10	4.8
Orta Düzeyde Katılıyorum	95	45.2
Katılıyorum	69	32.9
Tamamen Katılıyorum	33	15.7
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin kapsam boyutuna ait “Kitle iletişim araçlarından akıllı telefonlar aracılığıyla sosyal bilgiler dersi etkinlikleri düzenlenebilir.” olan beşinci maddesine araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının % 1.4'ünün Hiç Katılmıyorum (f:3), % 4.8'inin Katılmıyorum (f:10), % 45.2'sinin Orta Düzeyde Katılıyorum (f:95), %32.9'unun Katılıyorum (f:69), % 15.7'sinin ise Tamamen Katılıyorum (f:33) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 4.6.

Anketin 6. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzey	f	%
Hiç Katılmıyorum	13	6.2
Katılmıyorum	12	5.7
Orta Düzeyde Katılıyorum	91	43.3
Katılıyorum	74	35.2
Tamamen Katılıyorum	20	9.5
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin kapsam boyutuna ait “Kitle iletişim araçlarından sosyal medya araçları aracılığıyla sosyal bilgiler dersi etkinlikleri düzenlenebilir.” olan altıncı maddesine araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının % 6.2’sinin Hiç Katılmıyorum (f:13), % 5.7’sinin Katılmıyorum (f:12), % 43.3’ünün Orta Düzeyde Katılıyorum (f:91), % 35.2’sinin Katılıyorum (f:74), % 9.5’inin ise Tamamen Katılıyorum (f:20) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 4.7.

Anketin 7. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzey	f	%
Hiç Katılmıyorum	11	5.2
Katılmıyorum	34	16.2
Orta Düzeyde Katılıyorum	47	22.4
Katılıyorum	100	47.6
Tamamen Katılıyorum	18	8.6
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin kapsam boyutuna ait “Kitle iletişim araçlarından internet tabanlı araçlarla aracılığıyla sosyal bilgiler dersi etkinlikleri düzenlenebilir.” olan yedinci maddesine araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının % 5.2’sinin Hiç Katılmıyorum (f:11), % 16.2’sinin Katılmıyorum (f:34), % 22.4’ünün Orta Düzeyde Katılıyorum (f:47), % 47.6’sının Katılıyorum (f:100), % 8.6’sının ise Tamamen Katılıyorum (f:18) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 4.8.

Anketin 8. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzye	f	%
Hiç Katılmıyorum	11	5.2
Katılmıyorum	29	13.8
Orta Düzeyde Katılıyorum	41	19.5
Katılıyorum	112	53.3
Tamamen Katılıyorum	17	8.1
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin kapsam boyutuna ait “Kitle iletişim araçlarından radyo aracılığıyla sosyal bilgiler dersi etkinlikleri düzenlenebilir.” olan sekizinci maddesine araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının % 5.2’sinin Hiç Katılmıyorum (f:11), % 13.8’inin Katılmıyorum (f:29), % 19.5’inin Orta Düzeyde Katılıyorum (f:41), %53.3’ünün Katılıyorum (f:112), % 8.1’inin ise Tamamen Katılıyorum (f:17) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 4.9.

Anketin 9. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzye	f	%
Hiç Katılmıyorum	15	7.1
Katılmıyorum	30	14.3
Orta Düzeyde Katılıyorum	47	22.4
Katılıyorum	95	45.2
Tamamen Katılıyorum	23	11
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin kapsam boyutuna ait “Kitle iletişim araçlarından gazeteler aracılığıyla sosyal bilgiler dersi etkinlikleri düzenlenebilir.” olan dokuzuncu maddesine araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının % 7.1’inin Hiç Katılmıyorum (f:15), % 14.3’ünün Katılmıyorum (f:30), % 22.4’ünün Orta Düzeyde Katılıyorum (f:47), %45.2’sinin Katılıyorum (f:95), % 11’inin ise Tamamen Katılıyorum (f:23) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 4.10.

Anketin 10. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzy	f	%
Hiç Katılmıyorum	12	5.7
Katılmıyorum	12	5.7
Orta Düzeyde Katılıyorum	33	15.7
Katılıyorum	112	53.3
Tamamen Katılıyorum	41	19.5
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin kapsam boyutuna ait “Kitle iletişim araçları aracılığıyla verilecek sosyal bilgiler eğitimi, öğrenciler için yeni ihtiyaçlar ortaya çıkarabilir.” olan onuncu maddesine araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının % 5.7’sinin Hiç Katılmıyorum (f:12), % 5.7’sinin Katılmıyorum (f:12), % 15.7’sinin Orta Düzeyde Katılıyorum (f:33), % 53.3’ünün Katılıyorum (f:112), % 19.5’inin ise Tamamen Katılıyorum (f:41) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 4.11.

Anketin 11. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzy	f	%
Hiç Katılmıyorum	15	7.1
Katılmıyorum	32	15.2
Orta Düzeyde Katılıyorum	48	22.9
Katılıyorum	85	40.5
Tamamen Katılıyorum	30	14.3
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin kapsam boyutuna ait “Kitle iletişim araçları aracılığıyla verilecek sosyal bilgiler eğitimi öğretmenler için yeni ihtiyaçlar ortaya çıkarabilir.” olan on birinci maddesine araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının % 7.1’inin Hiç Katılmıyorum (f:15), % 15.2’sinin Katılmıyorum (f:32), % 22.9’unun Orta Düzeyde Katılıyorum (f:48), % 40.5’inin Katılıyorum (f:85), % 14.3’ünün ise Tamamen Katılıyorum (f:30) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 4.12.

Anketin 12. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzy	f	%
Hiç Katılmıyorum	11	5.2
Katılmıyorum	31	14.8
Orta Düzeyde Katılıyorum	51	24.3
Katılıyorum	87	41.4
Tamamen Katılıyorum	30	14.3
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin kapsam boyutuna ait “Kitle iletişim araçları örgün öğretimde gerek duyulmayan yeni ihtiyaçları ortaya çıkarabilir.” olan on ikinci maddesine araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının % 5.2’sinin Hiç Katılmıyorum (f:11), % 14.8’inin Katılmıyorum (f:31), % 24.3’ünün Orta Düzeyde Katılıyorum (f:51), %41.4’ünün Katılıyorum (f:87), % 14.3’ünün ise Tamamen Katılıyorum (f:30) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır.

4.1.2. İşlev Boyutuna İlişkin Bulgular

Araştırmanın “Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algılarının dağılımı nasıldır?” alt problemine ilişkin araştırmada kullanılan nicel veri toplama aracı olan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin işlev boyutuna ait maddelere ilişkin araştırmaya katılan sosyal bilgiler öğretmen adaylarının verdikleri yanıtların frekans ve yüzde hesaplamaları aşağıda tablolar halinde verilmiştir.

Tablo 4.13.

Anketin 13. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzy	f	%
Hiç Katılmıyorum	20	9.5
Katılmıyorum	29	13.8
Orta Düzeyde Katılıyorum	81	38.6
Katılıyorum	61	29
Tamamen Katılıyorum	19	9
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin işlev boyutuna ait “Kitle iletişim araçları bireyin öğrenme sürecinde dikkat düzeyini arttırabilir.” olan on üçüncü maddesine araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının % 9.5’inin Hiç Katılmıyorum (f:20), % 13.8’inin

Katılmıyorum (f:29), % 38.6'sının Orta Düzeyde Katılıyorum (f:81), % 29'unun Katılıyorum (f:61), % 9'unun ise Tamamen Katılıyorum (f:19) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 4.14.

Anketin 14. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzy	f	%
Hiç Katılmıyorum	13	6.2
Katılmıyorum	35	16.7
Orta Düzeyde Katılıyorum	59	28.1
Katılıyorum	73	34.8
Tamamen Katılıyorum	30	14.3
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin işlev boyutuna ait “Kitle iletişim araçları öğrenme ortamını eğlenceli hale getirebilir.” olan on dördüncü maddesine araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının % 6.2'sinin Hiç Katılmıyorum (f:13), % 16.7'sinin Katılmıyorum (f:35), % 28.1'inin Orta Düzeyde Katılıyorum (f:59), % 34.8'inin Katılıyorum (f:73), %14.3'ünün ise Tamamen Katılıyorum (f:30) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 4.15.

Anketin 15. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzy	f	%
Hiç Katılmıyorum	14	6.7
Katılmıyorum	25	11.9
Orta Düzeyde Katılıyorum	47	22.4
Katılıyorum	94	44.8
Tamamen Katılıyorum	30	14.3
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin işlev boyutuna ait “Kitle iletişim araçları öğrenme sürecinde ayırt edici uyarıcı olarak kullanılabilir.” olan on beşinci maddesine araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının % 6.7'sinin Hiç Katılmıyorum (f:14), % 11.9'unun Katılmıyorum (f:25), % 22.4'ünün Orta Düzeyde Katılıyorum (f:47), % 44.8'inin Katılıyorum (f:94), % 14.3'ünün ise Tamamen Katılıyorum (f:30) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 4.16.

Anketin 16. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzy	f	%
Hiç Katılmıyorum	12	5.7
Katılmıyorum	13	6.2
Orta Düzeyde Katılıyorum	39	18.6
Katılıyorum	109	51.9
Tamamen Katılıyorum	37	17.6
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin işlev boyutuna ait “Kitle iletişim araçları toplumsal ve küresel ihtiyaçlarımız konusunda farkındalık yaratabilir.” olan on altıncı maddesine araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının % 5.7’sinin Hiç Katılmıyorum (f:12), % 6.2’sinin Katılmıyorum (f:13), % 18.6’sının Orta Düzeyde Katılıyorum (f:39), % 51.9’unun Katılıyorum (f:109), % 17.6’sının ise Tamamen Katılıyorum (f:37) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 4.17.

Anketin 17. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzy	f	%
Hiç Katılmıyorum	13	6.2
Katılmıyorum	30	14.3
Orta Düzeyde Katılıyorum	53	25.2
Katılıyorum	85	40.5
Tamamen Katılıyorum	29	13.8
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin işlev boyutuna ait “Kitle iletişim araçları öğrenciler arasında yaratıcı ürünler ortaya koymak amacıyla kullanılabilir.” olan on yedinci maddesine araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının % 6.2’sinin Hiç Katılmıyorum (f:13), % 14.3’ünün Katılmıyorum (f:30), % 25.2’sinin Orta Düzeyde Katılıyorum (f:53), %40.5’inin Katılıyorum (f:85), % 13.8’inin ise Tamamen Katılıyorum (f:29) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 4.18.

Anketin 18. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzye	f	%
Hiç Katılmıyorum	19	9
Katılmıyorum	37	17.6
Orta Düzeyde Katılıyorum	65	31
Katılıyorum	76	36.2
Tamamen Katılıyorum	13	6.2
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin işlev boyutuna ait “Kitle iletişim araçları sosyal bilgiler kazanımlarının akılda kalıcılığını sağlamada farklı araçların kullanımına olanak sağlayabilir.” olan on sekizinci maddesine araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının % 9’unun Hiç Katılmıyorum (f:19), % 17.6’sının Katılmıyorum (f:37), %31’inin Orta Düzeyde Katılıyorum (f:65), % 36.2’sinin Katılıyorum (f:76), %6.2’sinin ise Tamamen Katılıyorum (f:13) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 4.19.

Anketin 19. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzye	f	%
Hiç Katılmıyorum	17	8.1
Katılmıyorum	25	11.9
Orta Düzeyde Katılıyorum	108	51.4
Katılıyorum	44	21
Tamamen Katılıyorum	16	7.6
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin işlev boyutuna ait “Kitle iletişim araçları öğrenciler arasındaki yarışmalarda rekabeti artıran bir araç olarak kullanılabilir.” olan on dokuzuncu maddesine araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının % 8.1’inin Hiç Katılmıyorum (f:17), % 11.9’unun Katılmıyorum (f:25), % 51.4’ünün Orta Düzeyde Katılıyorum (f:108), % 21’inin Katılıyorum (f:44), % 7.6’sının ise Tamamen Katılıyorum (f:16) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 4.20.

Anketin 20. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzye	f	%
Hiç Katılmıyorum	18	8.6
Katılmıyorum	28	13.3
Orta Düzeyde Katılıyorum	49	23.3
Katılıyorum	92	43.8
Tamamen Katılıyorum	23	11
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin işlev boyutuna ait “Kitle iletişim araçları öğretim ortamında yeni bakış açıları, yeni anlayışlar kazanılmasını sağlayabilir.” olan yirminci maddesine araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının % 8.6’sının Hiç Katılmıyorum (f:18), % 13.3’ünün Katılmıyorum (f:28), % 23.3’ünün Orta Düzeyde Katılıyorum (f:49), %43.8’inin Katılıyorum (f:92), % 11’inin ise Tamamen Katılıyorum (f:23) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 4.21.

Anketin 21. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzye	f	%
Hiç Katılmıyorum	9	4.3
Katılmıyorum	26	12.4
Orta Düzeyde Katılıyorum	65	31
Katılıyorum	90	42.9
Tamamen Katılıyorum	20	9.5
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin işlev boyutuna ait “Kitle iletişim araçları öğrenme ortamı ve sürecini birbirinden farklı kaynaklar ile pekiştirebilir.” olan yirmi birinci maddesine araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının % 4.3’ünün Hiç Katılmıyorum (f:9), % 12.4’ünün Katılmıyorum (f:26), % 31’inin Orta Düzeyde Katılıyorum (f:65), %42.9’unun Katılıyorum (f:90), % 9.5’inin ise Tamamen Katılıyorum (f:20) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 4.22.

Anketin 22. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzye	f	%
Hiç Katılmıyorum	14	6.7
Katılmıyorum	26	12.4
Orta Düzeyde Katılıyorum	60	28.6
Katılıyorum	90	42.9
Tamamen Katılıyorum	20	9.5
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin işlev boyutuna ait “Kitle iletişim araçları bir motivasyon aracı olarak kullanılabilir.” olan yirmi ikinci maddesine araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının % 6.7’sinin Hiç Katılmıyorum (f:14), % 12.4’ünün Katılmıyorum (f:26), % 28.6’sının Orta Düzeyde Katılıyorum (f:60), % 42.9’unun Katılıyorum (f:90), % 9.5’inin ise Tamamen Katılıyorum (f:20) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 4.23.

Anketin 23. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzye	f	%
Hiç Katılmıyorum	8	3.8
Katılmıyorum	19	9
Orta Düzeyde Katılıyorum	61	29
Katılıyorum	80	38.1
Tamamen Katılıyorum	42	20
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin işlev boyutuna ait “Kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretim ortamlarını daha güncel hale getirebilir.” olan yirmi üçüncü maddesine araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının % 3.8’inin Hiç Katılmıyorum (f:8), % 9’unun Katılmıyorum (f:19), % 29’unun Orta Düzeyde Katılıyorum (f:61), %38.1’inin Katılıyorum (f:80), % 20’sinin ise Tamamen Katılıyorum (f:42) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 4.24.

Anketin 24. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzy	f	%
Hiç Katılmıyorum	15	7.1
Katılmıyorum	24	11.4
Orta Düzeyde Katılıyorum	45	21.4
Katılıyorum	94	44.8
Tamamen Katılıyorum	32	15.2
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin işlev boyutuna ait “Kitle iletişim araçları ile soyut konuların çeşitli örneklerle daha anlaşılır bir biçimde öğretilmesi sağlanabilir.” olan yirmi dördüncü maddesine araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının % 7.1’inin Hiç Katılmıyorum (f:15), % 11.4’ünün Katılmıyorum (f:24), % 21.4’ünün Orta Düzeyde Katılıyorum (f:45), % 44.8’inin Katılıyorum (f:94), % 15.2’sinin ise Tamamen Katılıyorum (f:32) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır.

4.1.3. Yarar Boyutuna İlişkin Bulgular

Araştırmanın “Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algılarının dağılımı nasıldır?” alt problemine ilişkin araştırmada kullanılan nicel veri toplama aracı olan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin yarar boyutuna ait maddelere ilişkin araştırmaya katılan sosyal bilgiler öğretmen adaylarının verdikleri yanıtların frekans ve yüzde hesaplamaları aşağıda tablolar halinde verilmiştir.

Tablo 4.25.

Anketin 25. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzy	f	%
Hiç Katılmıyorum	5	2.4
Katılmıyorum	15	7.1
Orta Düzeyde Katılıyorum	82	39
Katılıyorum	66	31.4
Tamamen Katılıyorum	42	20
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin yarar boyutuna ait “Kitle iletişim araçları tekrar ulaşma olanağı sağlaması açısından sosyal bilgiler eğitiminde öğrenciler için kolaylıklar sağlayabilir.” olan yirmi beşinci maddesine araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının

%2.4'ünün Hiç Katılmıyorum (f:5), % 7.1'inin Katılmıyorum (f:15), % 39'unun Orta Düzeyde Katılıyorum (f:82), % 31.4'ünün Katılıyorum (f:66), % 20'sinin ise Tamamen Katılıyorum (f:42) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 4.26.

Anketin 26. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzy	f	%
Hiç Katılmıyorum	5	2.4
Katılmıyorum	14	6.7
Orta Düzeyde Katılıyorum	83	39.5
Katılıyorum	81	38.6
Tamamen Katılıyorum	27	12.9
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin yarar boyutuna ait “Kitle iletişim araçları tekrar ulaşma olanağı sağlaması açısından sosyal bilgiler eğitiminde öğretmenler için kolaylıklar sağlayabilir.” olan yirmi altıncı maddesine araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının %2.4'ünün Hiç Katılmıyorum (f:5), % 6.7'sinin Katılmıyorum (f:14), % 39.5'inin Orta Düzeyde Katılıyorum (f:83), % 38.6'sının Katılıyorum (f:81), % 12.9'unun ise Tamamen Katılıyorum (f:27) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 4.27.

Anketin 27. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzy	f	%
Hiç Katılmıyorum	4	1.9
Katılmıyorum	3	1.4
Orta Düzeyde Katılıyorum	63	30
Katılıyorum	113	53.8
Tamamen Katılıyorum	27	12.9
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin yarar boyutuna ait “Kitle iletişim araçları sosyal bilgiler eğitiminde kitleleri topluca bilgilendirme olanağı sağlayabilir.” olan yirmi yedinci maddesine araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının % 1.9'unun Hiç Katılmıyorum (f:4), % 1.4'ünün Katılmıyorum (f:3), % 30'unun Orta Düzeyde Katılıyorum (f:63), % 53.8'inin Katılıyorum (f:113), % 12.9'unun ise Tamamen Katılıyorum (f:27) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 4.28.

Anketin 28. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzy	f	%
Hiç Katılmıyorum	6	2.9
Katılmıyorum	12	5.7
Orta Düzeyde Katılıyorum	74	35.2
Katılıyorum	95	45.2
Tamamen Katılıyorum	23	11
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin yarar boyutuna ait “Kitle iletişim araçları aracılığıyla sosyal bilgiler eğitiminde ders içerikleri zenginleştirilebilir.” olan yirmi sekizinci maddesine araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının % 2.9’unun Hiç Katılmıyorum (f:6), % 5.7’sinin Katılmıyorum (f:12), % 35.2’sinin Orta Düzeyde Katılıyorum (f:74), %45.2’sinin Katılıyorum (f:95), % 11’inin ise Tamamen Katılıyorum (f:23) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 4.29.

Anketin 29. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzy	f	%
Hiç Katılmıyorum	4	1.9
Katılmıyorum	26	12.4
Orta Düzeyde Katılıyorum	73	34.8
Katılıyorum	80	38.1
Tamamen Katılıyorum	27	12.9
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin yarar boyutuna ait “Kitle iletişim araçları sosyal bilgiler eğitiminde ailelerin eğitime katılmasına olanak sağlayabilir.” olan yirmi dokuzuncu maddesine araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının % 1.9’unun Hiç Katılmıyorum (f:4), % 12.4’ünün Katılmıyorum (f:26), % 34.8’inin Orta Düzeyde Katılıyorum (f:73), % 38.1’inin Katılıyorum (f:80), % 12.9’unun ise Tamamen Katılıyorum (f:27) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 4.30.

Anketin 30. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzye	f	%
Hiç Katılmıyorum	7	3.3
Katılmıyorum	12	5.7
Orta Düzeyde Katılıyorum	69	32.9
Katılıyorum	88	41.9
Tamamen Katılıyorum	34	16.2
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin yarar boyutuna ait “Kitle iletişim araçları öğrenme şekillerini birden çok duyu organına hitap ederek çeşitlenmesini sağlayabilir.” olan otuzuncu maddesine araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının % 3.3’ünün Hiç Katılmıyorum (f:7), % 5.7’sinin Katılmıyorum (f:12), % 32.9’unun Orta Düzeyde Katılıyorum (f:69), % 41.9’unun Katılıyorum (f:88), % 16.2’sinin ise Tamamen Katılıyorum (f:34) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 4.31.

Anketin 31. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzye	f	%
Hiç Katılmıyorum	4	1.9
Katılmıyorum	11	5.2
Orta Düzeyde Katılıyorum	64	30.5
Katılıyorum	85	40.5
Tamamen Katılıyorum	46	21.9
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin yarar boyutuna ait “Kitle iletişim araçları sosyal bilgiler dersi kazanımlarının öğretiminde öğretmenlere alternatif görsel araç kullanma olanağı sağlayabilir.” olan otuz birinci maddesine araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının % 1.9’unun Hiç Katılmıyorum (f:4), % 5.2’sinin Katılmıyorum (f:11), %30.5’inin Orta Düzeyde Katılıyorum (f:64), % 40.5’inin Katılıyorum (f:85), %21.9’unun ise Tamamen Katılıyorum (f:46) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 4.32.

Anketin 32. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzye	f	%
Hiç Katılmıyorum	6	2.9
Katılmıyorum	17	8.1
Orta Düzeyde Katılıyorum	55	26.2
Katılıyorum	94	44.8
Tamamen Katılıyorum	38	18.1
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin yarar boyutuna ait “Kitle iletişim araçları uzunca açıklanabilecek birçok konuyu pratik olarak anlatma olanağı sağlayabilir.” olan otuz ikinci maddesine araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının % 2.9’unun Hiç Katılmıyorum (f:6), % 8.1’inin Katılmıyorum (f:17), % 26.2’sinin Orta Düzeyde Katılıyorum (f:55), %44.8’inin Katılıyorum (f:94), % 18.1’inin ise Tamamen Katılıyorum (f:38) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 4.33.

Anketin 33. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzye	f	%
Hiç Katılmıyorum	4	1.9
Katılmıyorum	12	5.7
Orta Düzeyde Katılıyorum	94	44.8
Katılıyorum	55	26.2
Tamamen Katılıyorum	45	21.4
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin yarar boyutuna ait “Kitle iletişim araçları ulusal sosyal bilgiler eğitim modellerinin paylaşılmasına katkı sağlayabilir.” olan otuz üçüncü maddesine araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının % 1.9’unun Hiç Katılmıyorum (f:4), % 5.7’sinin Katılmıyorum (f:12), % 44.8’inin Orta Düzeyde Katılıyorum (f:94), %26.2’sinin Katılıyorum (f:55), % 21.4’ünün ise Tamamen Katılıyorum (f:45) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 4.34.

Anketin 34. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzye	f	%
Hiç Katılmıyorum	4	1.9
Katılmıyorum	12	5.7
Orta Düzeyde Katılıyorum	94	44.8
Katılıyorum	82	39
Tamamen Katılıyorum	18	8.6
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin yarar boyutuna ait “Kitle iletişim araçları küresel sosyal bilgiler eğitim modellerinden yararlanılmasına katkı sağlayabilir.” olan otuz dördüncü maddesine araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının % 1.9’unun Hiç Katılmıyorum (f:4), % 5.7’sinin Katılmıyorum (f:12), % 44.8’inin Orta Düzeyde Katılıyorum (f:94), % 39’unun Katılıyorum (f:82), % 8.6’sının ise Tamamen Katılıyorum (f:18) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 4.35.

Anketin 35. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzye	f	%
Hiç Katılmıyorum	3	1.4
Katılmıyorum	14	6.7
Orta Düzeyde Katılıyorum	27	12.9
Katılıyorum	120	57.1
Tamamen Katılıyorum	46	21.9
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin yarar boyutuna ait “Kitle iletişim araçları aracılığıyla her kesimden, her yaştan, her coğrafyadan öğrenciye anında ve hızlı ulaşılmasına katkı sağlayabilir.” olan otuz beşinci maddesine araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının % 1.4’ünün Hiç Katılmıyorum (f:3), % 6.7’sinin Katılmıyorum (f:14), %12.9’unun Orta Düzeyde Katılıyorum (f:27), % 57.1’inin Katılıyorum (f:120), %21.9’unun ise Tamamen Katılıyorum (f:46) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 4.36.

Anketin 36. Maddesine İlişkin Öğretmen Adaylarının Yanıtlarının Dağılımları

Düzy	f	%
Hiç Katılmıyorum	4	1.9
Katılmıyorum	18	8.6
Orta Düzeyde Katılıyorum	40	19
Katılıyorum	104	49.5
Tamamen Katılıyorum	44	21
Toplam	210	100

Araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin yarar boyutuna ait “Kitle iletişim araçları her kesimden, her yaştan, her coğrafyadan öğrenciye yönelik ayrı içerikler üretmeye katkı sağlayabilir.” olan otuz altıncı maddesine araştırmaya katılım gösteren öğretmen adaylarının %1.9’unun Hiç Katılmıyorum (f:4), % 8.6’sının Katılmıyorum (f:18), % 19’unun Orta Düzeyde Katılıyorum (f:40), % 49.5’inin Katılıyorum (f:104), % 21’inin ise Tamamen Katılıyorum (f:44) düzeyinde cevap verdiği anlaşılmaktadır.

Yukarıda öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının frekans ve yüzde değerlerine ilişkin bilgiler verilmiştir. Aşağıda 4.2 başlığı altında ise öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının ortalamaları ve standart sapma değerlerine ilişkin bilgiler bulunmaktadır.

4.2. İkinci Alt Probleme İlişkin Bulgular

Araştırmanın “Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algıları hangi düzeydedir?” alt problemine ilişkin bulgular aşağıda tablolar halinde gösterilmiştir. Bulgular verilirken araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin boyutlarının veriliş sırasına göre maddeler halinde, katılımcı öğretmen adaylarının verdikleri yanıtların ortalama ve standart sapma hesaplamaları verilmiştir.

4.2.1. Kapsam Boyutuna İlişkin Bulgular

Araştırmanın “Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algıları hangi düzeydedir?” alt problemine ilişkin “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin kapsam boyutuna ait maddelere ilişkin araştırmaya katılan sosyal bilgiler öğretmen

adaylarının verdikleri yanıtların ortalama ve standart sapma değeri hesaplamaları aşağıda tablolar halinde verilmiştir.

Tablo 4.37.

Öğretmen Adaylarının Anketin Kapsam Boyutuna İlişkin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

No	Maddeler	$\bar{X}$	ss
1	Kitle iletişim araçları sosyal bilgiler eğitimine yönelik ihtiyaç duyulan etkinlikleri kapsayabilir.	3.30	.908
2	Kitle iletişim araçları küresel bir iletişim aracı olarak sosyal bilgiler öğrenenler için kullanılabilir.	3.38	.905
3	Kitle iletişim araçları küresel bir iletişim aracı olarak sosyal bilgiler öğretmenler için kullanılabilir.	3.19	.880
4	Kitle iletişim araçlarından TV aracılığıyla sosyal bilgiler dersi etkinlikleri düzenlenebilir.	3.41	.940
5	Kitle iletişim araçlarından akıllı telefonlar aracılığıyla sosyal bilgiler dersi etkinlikleri düzenlenebilir.	3.57	.863
6	Kitle iletişim araçlarından sosyal medya araçları aracılığıyla sosyal bilgiler dersi etkinlikleri düzenlenebilir.	3.36	.955
7	Kitle iletişim araçlarından internet tabanlı araçlarla aracılığıyla sosyal bilgiler dersi etkinlikleri düzenlenebilir.	3.38	1.025
8	Kitle iletişim araçlarından radyo aracılığıyla sosyal bilgiler dersi etkinlikleri düzenlenebilir.	3.45	1.002
9	Kitle iletişim araçlarından gazeteler aracılığıyla sosyal bilgiler dersi etkinlikleri düzenlenebilir.	3.39	1.084
10	Kitle iletişim araçları aracılığıyla verilecek sosyal bilgiler eğitimi, öğrenciler için yeni ihtiyaçlar ortaya çıkarabilir.	3.75	1.019
11	Kitle iletişim araçları aracılığıyla verilecek sosyal bilgiler eğitimi öğretmenler için yeni ihtiyaçlar ortaya çıkarabilir.	3.40	1.124
12	Kitle iletişim araçları örgün öğretimde gerek duyulmayan yeni ihtiyaçları ortaya çıkarabilir.	3.45	1.071

Araştırmaya katılan öğretmen adayları araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin kapsam alt boyutuna ait ilişkin algılarının ortalamaları incelendiğinde, algılarının anketin kapsam alt boyutunun “Kitle iletişim araçları sosyal bilgiler eğitimine yönelik ihtiyaç duyulan etkinlikleri kapsayabilir.” olan 1. Maddesine “Orta Düzeyde Katılıyorum ($\bar{x} = 3.30$)”, “Kitle iletişim araçları küresel bir iletişim aracı olarak sosyal bilgiler öğrenenler için kullanılabilir.” olan 2. Maddesine “Orta Düzeyde Katılıyorum ($\bar{x} = 3.38$)”, “Kitle iletişim araçları küresel bir iletişim aracı olarak sosyal bilgiler öğretmenler için kullanılabilir.” olan 3. Maddesine “Orta Düzeyde Katılıyorum ($\bar{x} = 3.19$)”, “Kitle

iletişim araçlarından TV aracılığıyla sosyal bilgiler dersi etkinlikleri düzenlenebilir.” olan 4. Maddesine “Katılıyorum ($\bar{x} = 3.41$)”, “Kitle iletişim araçlarından akıllı telefonlar aracılığıyla sosyal bilgiler dersi etkinlikleri düzenlenebilir.” olan 5. Maddesine “Katılıyorum ($\bar{x} = 3.57$)”, “Kitle iletişim araçlarından sosyal medya araçları aracılığıyla sosyal bilgiler dersi etkinlikleri düzenlenebilir.” olan 6. Maddesine “Orta Düzeyde Katılıyorum ($\bar{x} = 3.36$)”, “Kitle iletişim araçlarından internet tabanlı araçlarla aracılığıyla sosyal bilgiler dersi etkinlikleri düzenlenebilir.” olan 7. Maddesine “Orta Düzeyde Katılıyorum ($\bar{x} = 3.38$)”, “Kitle iletişim araçlarından radyo aracılığıyla sosyal bilgiler dersi etkinlikleri düzenlenebilir.” olan 8. Maddesine “Katılıyorum ($\bar{x} = 3.45$)”, “Kitle iletişim araçlarından gazeteler aracılığıyla sosyal bilgiler dersi etkinlikleri düzenlenebilir.” olan 9. Maddesine “Orta Düzeyde Katılıyorum ($\bar{x} = 3.39$)”, “Kitle iletişim araçları aracılığıyla verilecek sosyal bilgiler eğitimi, öğrenciler için yeni ihtiyaçlar ortaya çıkarabilir.” olan 10. Maddesine “Katılıyorum ($\bar{x} = 3.75$)”, “Kitle iletişim araçları aracılığıyla verilecek sosyal bilgiler eğitimi öğretmenler için yeni ihtiyaçlar ortaya çıkarabilir” olan 11. Maddesine “Orta Düzeyde Katılıyorum ($\bar{x} = 3.40$)”, “Kitle iletişim araçları örgün öğretimde gerek duyulmayan yeni ihtiyaçları ortaya çıkarabilir.” olan 12. Maddesine “Katılıyorum ($\bar{x} = 3.45$)” düzeyinde olduğu anlaşılmaktadır.

“Sosyal Bilgiler ğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin kapsam alt boyutuna ilişkin yukarıda verilen bulgular incelendiğinde anketin “Kitle iletişim araçları aracılığıyla verilecek sosyal bilgiler eğitimi, öğrenciler için yeni ihtiyaçlar ortaya çıkarabilir.” olan 10. maddesinde ğretmen adaylarının ortalamasının diğer maddelere göre yüksek olduğu görülmektedir. Ayrıca anketin “Kitle iletişim araçları küresel bir iletişim aracı olarak sosyal bilgiler öğretenler için kullanılabilir.” olan 3. maddesinde ğretmen adaylarının ortalamasının diğer maddelere göre düşük olduğu da görülmektedir.

4.2.2. İşlev Boyutuna İlişkin Bulgular

Araştırmanın “Sosyal Bilgiler ğretmen adaylarının sosyal bilgiler ğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algıları hangi düzeydedir?” alt problemine ilişkin “Sosyal Bilgiler ğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin işlev boyutuna ait maddelere ilişkin araştırmaya katılan sosyal bilgiler ğretmen

adaylarının verdikleri yanıtların ortalama ve standart sapma değeri hesaplamaları aşağıda tablolar halinde verilmiştir.

Tablo 4.38.

Öğretmen Adaylarının İşlev Boyutuna İlişkin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

No	Maddeler	$\bar{X}$	ss
13	Kitle iletişim araçları bireyin öğrenme sürecinde dikkat düzeyini artırabilir.	3.14	1.075
14	Kitle iletişim araçları öğrenme ortamını eğlenceli hale getirebilir.	3.34	1.105
15	Kitle iletişim araçları öğrenme sürecinde ayırt edici uyarıcı olarak kullanılabilir.	3.48	1.086
16	Kitle iletişim araçları toplumsal ve küresel ihtiyaçlarımız konusunda farkındalık yaratabilir.	3.70	1.018
17	Kitle iletişim araçları öğrenciler arasında yaratıcı ürünler ortaya koymak amacıyla kullanılabilir.	3.41	1.087
18	Kitle iletişim araçları sosyal bilgiler kazanımlarının akılda kalıcılığını sağlamada farklı araçların kullanımına olanak sağlayabilir.	3.13	1.066
19	Kitle iletişim araçları öğrenciler arasındaki yarışmalarda rekabeti artıran bir araç olarak kullanılabilir.	3.08	.977
20	Kitle iletişim araçları öğretim ortamında yeni bakış açıları, yeni anlayışlar kazanılmasını sağlayabilir.	3.35	1.111
21	Kitle iletişim araçları öğrenme ortamı ve sürecini birbirinden farklı kaynaklar ile pekiştirebilir.	3.41	.970
22	Kitle iletişim araçları bir motivasyon aracı olarak kullanılabilir.	3.36	1.036
23	Kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretim ortamlarını daha güncel hale getirebilir.	3.61	1.025
24	Kitle iletişim araçları ile soyut konuların çeşitli örneklerle daha anlaşılır bir biçimde öğretilmesi sağlanabilir.	3.50	1.103

Araştırmaya katılan öğretmen adayları araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin “İşlev” alt boyutuna ait ilişkin algılarının ortalamaları incelendiğinde, algılarının anketin “İşlev” alt boyutunun “Kitle iletişim araçları bireyin öğrenme sürecinde dikkat düzeyini artırabilir.” olan 13. maddesine “Orta Düzeyde Katılıyorum ($\bar{X} = 3.14$)”, “Kitle iletişim araçları öğrenme ortamını eğlenceli hale getirebilir.” olan 14. maddesine “Orta Düzeyde Katılıyorum ($\bar{X} = 3.34$)”, “Kitle iletişim araçları öğrenme sürecinde ayırt edici uyarıcı olarak kullanılabilir.” olan 15. maddesine “Katılıyorum ($\bar{X} = 3.48$)”, “Kitle iletişim araçları toplumsal ve küresel ihtiyaçlarımız konusunda farkındalık yaratabilir” olan 16. maddesine “Katılıyorum ($\bar{X} = 3.70$)”, “Kitle iletişim araçları öğrenciler arasında yaratıcı ürünler ortaya koymak amacıyla kullanılabilir.” olan 17. maddesine “Katılıyorum ($\bar{X} =$

3.41)”, “Kitle iletişim araçları sosyal bilgiler kazanımlarının akılda kalıcılığını sağlamada farklı araçların kullanımına olanak sağlayabilir.” olan 18. maddesine “Orta Düzeyde Katılıyorum ($\bar{x} = 3.13$)”, “Kitle iletişim araçları öğrenciler arasındaki yarışmalarda rekabeti artıran bir araç olarak kullanılabilir.” olan 19. maddesine “Orta Düzeyde Katılıyorum ($\bar{x} = 3.08$)”, “Kitle iletişim araçları öğretim ortamında yeni bakış açıları, yeni anlayışlar kazanılmasını sağlayabilir.” olan 20. maddesine “Orta Düzeyde Katılıyorum ($\bar{x} = 3.35$)”, “Kitle iletişim araçları öğrenme ortamı ve sürecini birbirinden farklı kaynaklar ile pekiştirebilir.” olan 21. maddesine “Katılıyorum ($\bar{x} = 3.41$)”, “Kitle iletişim araçları bir motivasyon aracı olarak kullanılabilir.” olan 22. maddesine “Orta Düzeyde Katılıyorum ($\bar{x} = 3.36$)”, “Kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretim ortamlarını daha güncel hale getirebilir.” olan 23. maddesine “Katılıyorum ($\bar{x} = 3.61$)”, “Kitle iletişim araçları ile soyut konuların çeşitli örneklerle daha anlaşılır bir biçimde öğretilmesi sağlanabilir.” olan 24. maddesine “Katılıyorum ($\bar{x} = 3.50$)” düzeyinde olduğu anlaşılmaktadır.

“Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin işlev alt boyutuna ilişkin yukarıda verilen bulgular incelendiğinde anketin “Kitle iletişim araçları toplumsal ve küresel ihtiyaçlarımız konusunda farkındalık yaratabilir” olan 16. maddesinde öğretmen adaylarının ortalamasının diğer maddelere göre yüksek olduğu görülmektedir. Ayrıca anketin “Kitle iletişim araçları öğrenciler arasındaki yarışmalarda rekabeti artıran bir araç olarak kullanılabilir” olan 19. maddesinde öğretmen adaylarının ortalamasının diğer maddelere göre düşük olduğu da görülmektedir.

4.2.3. Yarar Boyutuna İlişkin Bulgular

Araştırmanın “Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algıları hangi düzeydedir?” alt problemine ilişkin “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin yarar boyutuna ait maddelere ilişkin araştırmaya katılan sosyal bilgiler öğretmen adaylarının verdikleri yanıtların ortalama ve standart sapma değer hesaplamaları aşağıda tablolar halinde verilmiştir.

Tablo 4.39.

Öğretmen Adaylarının Anketin Yarar Boyutuna İlişkin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

No	Maddeler	$\bar{X}$	ss
25	Kitle iletişim araçları tekrar ulaşma olanağı sağlaması açısından sosyal bilgiler eğitiminde öğrenciler için kolaylıklar sağlayabilir.	3.60	.965
26	Kitle iletişim araçları tekrar ulaşma olanağı sağlaması açısından sosyal bilgiler eğitiminde öğretmenler için kolaylıklar sağlayabilir.	3.53	.887
27	Kitle iletişim araçları sosyal bilgiler eğitiminde kitleleri topluca bilgilendirme olanağı sağlayabilir.	3.74	.771
28	Kitle iletişim araçları aracılığıyla sosyal bilgiler eğitiminde ders içerikleri zenginleştirilebilir.	3.56	.869
29	Kitle iletişim araçları sosyal bilgiler eğitiminde ailelerin eğitime katılmasına olanak sağlayabilir.	3.48	.934
30	Kitle iletişim araçları öğrenme şekillerini birden çok duyu organına hitap ederek çeşitlenmesini sağlayabilir.	3.62	.937
31	Kitle iletişim araçları sosyal bilgiler dersi kazanımlarının öğretiminde öğretmenlere alternatif görsel araç kullanma olanağı sağlayabilir.	3.75	.921
32	Kitle iletişim araçları uzunca açıklanabilecek birçok konuyu pratik olarak anlatma olanağı sağlayabilir.	3.67	.959
33	Kitle iletişim araçları ulusal sosyal bilgiler eğitim modellerinin paylaşılmasına katkı sağlayabilir	3.60	.950
34	Kitle iletişim araçları küresel sosyal bilgiler eğitim modellerinden yararlanılmasına katkı sağlayabilir.	3.47	.807
35	Kitle iletişim araçları aracılığıyla her kesimden, her yaştan, her coğrafyadan öğrenciye anında ve hızlı ulaşılmasına katkı sağlayabilir.	3.91	.860
36	Kitle iletişim araçları her kesimden, her yaştan, her coğrafyadan öğrenciye yönelik ayrı içerikler üretmeye katkı sağlayabilir.	3.79	.935

Araştırmaya katılan öğretmen adayları araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin “Yarar” alt boyutuna ait ilişkin algılarının ortalamaları incelendiğinde, algılarının anketin “Yarar” alt boyutunun “Kitle iletişim araçları tekrar ulaşma olanağı sağlaması açısından sosyal bilgiler eğitiminde öğrenciler için kolaylıklar sağlayabilir.” olan 25. maddesine “Katılıyorum ($\bar{x} = 3.60$)”, “Kitle iletişim araçları tekrar ulaşma olanağı sağlaması açısından sosyal bilgiler eğitiminde öğretmenler için kolaylıklar sağlayabilir.” olan 26. maddesine “Katılıyorum ($\bar{x} = 3.53$)”, “Kitle iletişim araçları sosyal bilgiler eğitiminde kitleleri topluca bilgilendirme olanağı sağlayabilir.” olan 27. maddesine “Katılıyorum ($\bar{x} = 3.74$)”, “Kitle iletişim araçları aracılığıyla sosyal bilgiler eğitiminde ders içerikleri

zenginleştirilebilir.” olan 28. maddesine “Katılıyorum ($\bar{x}= 3.56$)”, “Kitle iletişim araçları sosyal bilgiler eğitiminde ailelerin eğitime katılmasına olanak sağlayabilir.” olan 29. maddesine “Katılıyorum ($\bar{x}=3.48$)”, “Kitle iletişim araçları öğrenme şekillerini birden çok duyu organına hitap ederek çeşitlenmesini sağlayabilir.” olan 30. maddesine “Katılıyorum ($\bar{x} =3.62$)”, “Kitle iletişim araçları sosyal bilgiler dersi kazanımlarının öğretiminde öğretmenlere alternatif görsel araç kullanma olanağı sağlayabilir.” olan 31. maddesine “Katılıyorum ($\bar{x} =3.75$)”, “Kitle iletişim araçları uzunca açıklanabilecek birçok konuyu pratik olarak anlatma olanağı sağlayabilir.” olan 32. maddesine “Katılıyorum ($\bar{x}=3.67$)”, “Kitle iletişim araçları ulusal sosyal bilgiler eğitim modellerinin paylaşılmasına katkı sağlayabilir” olan 33. maddesine “Katılıyorum ($\bar{x} =3.60$)”, “Kitle iletişim araçları küresel sosyal bilgiler eğitim modellerinden yararlanılmasına katkı sağlayabilir.” olan 34. maddesine “Katılıyorum ($\bar{x}=3.47$)”, “Kitle iletişim araçları aracılığıyla her kesimden, her yaştan, her coğrafyadan öğrenciye anında ve hızlı ulaşılmasına katkı sağlayabilir.” olan 35. maddesine “Katılıyorum ($\bar{x} =3.91$)”, “Kitle iletişim araçları her kesimden, her yaştan, her coğrafyadan öğrenciye yönelik ayrı içerikler üretmeye katkı sağlayabilir.” olan 36. maddesine “Katılıyorum ($\bar{x} =3.79$)” düzeyinde olduğu anlaşılmaktadır.

“Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin yarar alt boyutuna ilişkin yukarıda verilen bulgular incelendiğinde anketin “Kitle iletişim araçları aracılığıyla her kesimden, her yaştan, her coğrafyadan öğrenciye anında ve hızlı ulaşılmasına katkı sağlayabilir.” olan 35. maddesinde öğretmen adaylarının ortalamasının diğer maddelere göre yüksek olduğu görülmektedir. Ayrıca anketin “Kitle iletişim araçları küresel sosyal bilgiler eğitim modellerinden yararlanılmasına katkı sağlayabilir.” olan 34. maddesinde öğretmen adaylarının ortalamasının diğer maddelere göre düşük olduğu da görülmektedir.

Tablo 4.40.

Öğretmen Adaylarının Anketin Boyutlarına ve Geneline İlişkin Algılarının Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Boyutlar	$\bar{X}$	ss
Kapsam	3.41	.462
İşlev	3.37	.736
Yarar	3.64	.520
GENEL	3.47	.474

Araştırmaya katılan öğretmen adayları araştırmada kullanılan “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin boyutlarına ve geneline ilişkin algılarının ortalamasının anketin “Kapsam” alt boyutunda “Katılıyorum ($\bar{x}$ =3.41)”, “İşlev” alt boyutunda “Orta Düzeyde Katılıyorum ($\bar{x}$ =3.37)” ve “Yarar” alt boyutunda “Katılıyorum ($\bar{x}$ =3.64)” düzeyinde olduğu görülmektedir. Ayrıca araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına yönelik algılarının genel ortalamasının da “Katılıyorum ($\bar{x}$ =3.44)” düzeyinde olduğu Tablo 4.40’ın incelenmesi ile anlaşılmaktadır.

Yukarıda öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının ortalamaları ve standart sapma değerlerine ilişkin bilgiler verilmiştir. Aşağıda 4.3 başlığı altında ise kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına dair öğretmen adaylarının algılarının cinsiyet değişkenine göre “Bağımsız Örneklem t-Testi” verileri bulunmaktadır.

4.3. Üçüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular

Araştırmanın “Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algıları cinsiyet değişkenine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?” alt problemine ilişkin bulgular aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 4.41.

Öğretmen Adaylarının Cinsiyetlerine Göre Algılarının Analizi

Alt Boyutlar	Cinsiyet	n	$\bar{x}$	ss	t	p
Kapsam	Kadın	125	3.44	.498	1.131	.25
	Erkek	85	3.37	.402		
İşlev	Kadın	125	3.46	.769	2.200	.02
	Erkek	85	3.24	.668		
Yarar	Kadın	125	3.66	.552	.727	.46
	Erkek	85	3.61	.471		
GENEL	Kadın	125	3.52	.519	1.769	.07
	Erkek	85	3.40	.392		

p <.05

Tablo 4.41 incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının cinsiyet değişkenine göre “Bağımsız Örneklem t-Testi” bulguları yer almaktadır. Bulgular analiz edildiğinde cinsiyet değişkenine göre araştırmaya katılan öğretmen adaylarının

algılarının “Kapsam” alt boyutunda anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir ($t_{(210)}_{\text{kapsam}} = 1.131$; $p_{\text{kapsam}} = .25$; $p > .05$). Bu bulguya göre öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına ilişkin algılarının “Kapsam” alt boyutunda cinsiyet değişkeni açısından birbirine benzer olduğu söylenebilir.

Tablo 4.41 incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının cinsiyet değişkenine göre “Bağımsız Örneklem t-Testi” bulguları yer almaktadır. Bulgular analiz edildiğinde cinsiyet değişkenine göre araştırmaya katılan öğretmen adaylarının algılarının “İşlev” alt boyutunda anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($t_{(210)}_{\text{işlev}} = 2.200$; $p_{\text{işlev}} = .02$; $p < .05$). Bu bulguya göre öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının “İşlev” alt boyutunda cinsiyet değişkeni açısından birbirine benzemediği söylenebilir. Ayrıca cinsiyet değişkenine göre “İşlev” alt boyutunda bulunan anlamlı farklılığın kadın öğretmen adayları lehine olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4.41 incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının cinsiyet değişkenine göre “Bağımsız Örneklem t-Testi” bulguları yer almaktadır. Bulgular analiz edildiğinde cinsiyet değişkenine göre araştırmaya katılan öğretmen adaylarının algılarının “Yarar” alt boyutunda anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir ($t_{(210)}_{\text{yarar}} = .727$; $p_{\text{yarar}} = .46$; $p > .05$). Bu bulguya göre öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına ilişkin algılarının “Yarar” alt boyutunda cinsiyet değişkeni açısından birbirine benzer olduğu söylenebilir.

Tablo 4.41 incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının cinsiyet değişkenine göre “Bağımsız Örneklem t-Testi” bulguları yer almaktadır. Bulgular analiz edildiğinde cinsiyet değişkenine göre araştırmaya katılan öğretmen adaylarının algılarının genel ortalaması açısından anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir ($t_{(210)}_{\text{genel}} = 1.769$; $p_{\text{genel}} = .07$; $p > .05$). Elde edilen bu bulgu doğrultusunda öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının cinsiyet değişkeni açısından birbirine benzer olduğu söylenebilir.

Yukarıda öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının cinsiyet değişkenine göre “Bağımsız Örneklem t-Testi” verilerine yer verilmiştir. Aşağıda 4.4 başlığı altında ise kitle

iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının öğrenim görülen sınıf değişkenine göre “ANOVA” verileri bulunmaktadır.

4.4. Dördüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular

Araştırmanın “Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algıları öğrenim görülen sınıf değişkenine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?” alt problemine ilişkin bulgular aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 4.42.

Öğretmen Adaylarının Öğrenim Görülen Sınıf Değişkenine Göre Algılarının Analizi

	Sınıf	n	$\bar{x}$	ss	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Kareler Ort.	F	p	Tukey HSD
Kapsam	1	52	3.43	.424	Gruplar Arası	.692	.231	1.079	.35	
	2	48	3.45	.249	Grup İçi	44.016	.214			
	3	54	3.46	.597	Toplam	44.708				
	4	56	3.32	.485						
	Toplam	210	3.41	.462						
İşlev	1	52	3.26	.539	Gruplar Arası	1.079	.360	.660	.57	
	2	48	3.39	.630	Grup İçi	112.354	.545			
	3	54	3.46	.893	Toplam	113.433				
	4	56	3.37	.814						
	Toplam	210	3.37	.736						
Yarar	1	52	3.85	.391	Gruplar Arası	6.999	2.333	9.691	.00	1-3
	2	48	3.76	.369	Grup İçi	49.593	.241			1-4
	3	54	3.60	.542	Toplam	56.592				2-4
	4	56	3.38	.599						
	Toplam	210	3.64	.520						
GENEL	1	52	3.52	.344	Gruplar Arası	1.097	.366	1.637	.18	
	2	48	3.53	.312	Grup İçi	46.027	.223			
	3	54	3.51	.599	Toplam	47.124				
	4	56	3.36	.544						
	Toplam	210	3.47	.474						

Tablo 4.42 incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının öğrenim görülen sınıf değişkenine göre “ANOVA” bulguları yer almaktadır. Bulgular analiz edildiğinde öğrenim görülen sınıf değişkenine göre araştırmaya katılan öğretmen adaylarının algılarının “Kapsam” alt boyutunda anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir ($F_{(210)}$ kapsam = 1.079; $p_{\text{kapsam}} = .35$; $p > .05$). Bu bulguya göre öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının “Kapsam”

alt boyutunda öğrenim görülen sınıf değişkeni açısından birbirine benzediği söylenebilir.

Tablo 4.42 incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının öğrenim görülen sınıf değişkenine göre “ANOVA” bulguları yer almaktadır. Bulgular analiz edildiğinde öğrenim görülen sınıf değişkenine göre araştırmaya katılan öğretmen adaylarının algılarının “İşlev” alt boyutunda anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir ($F_{(210)}_{işlev} = .660$; $p_{işlev} = .57$; $p > .05$). Bu bulguya göre öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının “İşlev” alt boyutunda öğrenim görülen sınıf değişkeni açısından birbirine benzediği söylenebilir.

Tablo 4.42 incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının öğrenim görülen sınıf değişkenine göre “ANOVA” bulguları yer almaktadır. Bulgular analiz edildiğinde öğrenim görülen sınıf değişkenine göre araştırmaya katılan öğretmen adaylarının algılarının “Yarar” alt boyutunda anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($F_{(210)}_{yarar} = 9.691$; $p_{yarar} = .00$; $p < .05$). Bu bulguya göre öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının “Yarar” alt boyutunda öğrenim görülen sınıf değişkeni açısından birbirine benzemediği söylenebilir. “Yarar” alt boyutunda bulunan anlamlı farklılığın; birinci sınıfta öğrenim gören öğrenciler ile üçüncü ve dördüncü sınıfta öğrenim gören öğrenciler arasında olduğu belirlenmiştir. Bunun yanında ikinci sınıfta öğrenim gören öğrenciler ile dördüncü sınıfta öğrenim gören öğrenciler arasında anlamlı farklılığın olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4.42 incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının öğrenim görülen sınıf değişkenine göre “ANOVA” bulguları yer almaktadır. Bulgular analiz edildiğinde öğrenim görülen sınıf değişkenine göre araştırmaya katılan öğretmen adaylarının algılarının genel ortalaması açısından anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir ($F_{(210)}_{genel} = 1.637$; $p_{genel} = .18$; $p > .05$). Elde edilen bu bulgu doğrultusunda öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının öğrenim görülen sınıf değişkeni açısından birbirine benzediği söylenebilir.

Yukarıda öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının öğrenim görülen sınıf değişkenine göre “ANOVA” verilerine yer verilmiştir. Aşağıda 4.5 başlığı altında ise kitle iletişim

araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının gazeteleri takip etme durumuna göre “ANOVA” verileri bulunmaktadır.

4.5. Beşinci Alt Probleme İlişkin Bulgular

Araştırmanın “Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algıları gazeteleri takip etme durumu değişkenine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?” alt problemine ilişkin bulgular aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 4.43.

Öğretmen Adaylarının Gazeteleri Takip Etme Durumu Değişkenine Göre Algılarının Analizi

	Durum	n	$\bar{x}$	ss	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Kareler Ort.	F	p	Tukey HSD
Kapsam	1	49	3.42	.419	Gruplar Arası	.030	.015	.069	.93	
	2	84	3.42	.506	Grup İçi	44.678	.216			
	3	77	3.40	.443	Toplam	44.708				
	Toplam	210	3.41	.462						
İşlev	1	49	3.55	.614	Gruplar Arası	3.603	1.802	3.395	.03	1-3
	2	84	3.41	.794	Grup İçi	109.830	.531			
	3	77	3.21	.719	Toplam	113.433				
	Toplam	210	3.37	.736						
Yarar	1	49	3.68	.526	Gruplar Arası	1.599	.799	3.009	.04	2-3
	2	84	3.72	.527	Grup İçi	54.993	.266			
	3	77	3.52	.494	Toplam	56.592				
	Toplam	210	3.64	.520						
GENEL	1	49	3.55	.425	Gruplar Arası	1.140	.570	2.567	.07	
	2	84	3.52	.505	Grup İçi	45.984	.222			
	3	77	3.38	.460	Toplam	47.124				
	Toplam	210	3.47	.474						

1. Takip Etmem; 2. Ara Sıra Takip Ederim; 3. Takip Ederim.

Tablo 4.43 incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının gazeteleri takip etme durumu değişkenine göre “ANOVA” bulguları yer almaktadır. Bulgular analiz edildiğinde gazeteleri takip etme durumu değişkenine göre araştırmaya katılan öğretmen adaylarının algılarının “Kapsam” alt boyutunda anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir ($F_{(210)}_{\text{kapsam}} = .069$; $p_{\text{kapsam}} = .93$; $p > .05$). Bu bulguya göre öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının “Kapsam” alt boyutunda gazeteleri takip etme durumu değişkeni açısından birbirine benzediği söylenebilir.

Tablo 4.43 incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının gazeteleri takip etme durumu değişkenine göre “ANOVA” bulguları yer almaktadır. Bulgular analiz edildiğinde gazeteleri takip etme durumu değişkenine göre araştırmaya katılan öğretmen adaylarının algılarının “İşlev” alt boyutunda anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($F_{(210)}_{işlev} = 3.395$; $p_{işlev} = .03$; $p < .05$). Bu bulguya göre öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının “İşlev” alt boyutunda gazeteleri takip etme durumu değişkeni açısından birbirine benzemediği söylenebilir. “İşlev” alt boyutunda bulunan anlamlı farklılığın; gazeteleri takip etmeyenler ile gazeteleri takip edenler arasında olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4.43 incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının gazeteleri takip etme durumu değişkenine göre “ANOVA” bulguları yer almaktadır. Bulgular analiz edildiğinde gazeteleri takip etme durumu değişkenine göre araştırmaya katılan öğretmen adaylarının algılarının “Yarar” alt boyutunda anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($F_{(210)}_{yarar} = 3.009$; $p_{yarar} = .04$; $p < .05$). Bu bulguya göre öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının “Yarar” alt boyutunda gazeteleri takip etme durumu değişkeni açısından birbirine benzemediği söylenebilir. “Yarar” alt boyutunda bulunan anlamlı farklılığın; gazeteleri ara sıra takip edenler ile gazeteleri takip edenler arasında olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4.43 incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının gazeteleri takip etme durumu değişkenine göre “ANOVA” bulguları yer almaktadır. Bulgular analiz edildiğinde gazeteleri takip etme durumu değişkenine göre araştırmaya katılan öğretmen adaylarının algılarının genel ortalaması açısından anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir ($F_{(210)}_{genel} = 2.567$; $p_{genel} = .07$; $p > .05$). Elde edilen bu bulgu doğrultusunda öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının gazeteleri takip etme durumu değişkeni açısından birbirine benzediği söylenebilir.

Yukarıda öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının gazeteleri takip etme durumu değişkenine göre “ANOVA” verilerine yer verilmiştir. Aşağıda 4.6 başlığı altında ise kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının radyo dinleme durumu değişkenine göre “ANOVA” verileri bulunmaktadır.

4.6. Altıncı Alt Probleme İlişkin Bulgular

Araştırmanın “Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algıları radyo dinleme durumu değişkenine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?” alt problemine ilişkin bulgular aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 4.44.

Öğretmen Adaylarının Radyo Dinleme Durumu Değişkenine Göre Algılarının Analizi

	Durum	n	$\bar{x}$	ss	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Kareler Ort.	F	p	Tukey HSD
Kapsam	1	48	3.45	.608	Gruplar Arası	.098	.049	.227	.79	
	2	94	3.40	.397	Grup İçi	44.610	.216			
	3	68	3.41	.431	Toplam	44.708				
	Toplam	210	3.41	.462						
İşlev	1	48	3.56	.838	Gruplar Arası	2.306	1.153	2.147	.11	
	2	94	3.33	.639	Grup İçi	111.128	.537			
	3	68	3.29	.773	Toplam	113.433				
	Toplam	210	3.37	.736						
Yarar	1	48	3.78	.593	Gruplar Arası	1.549	.775	2.914	.04	1-2
	2	94	3.56	.449	Grup İçi	55.043	.266			
	3	68	3.64	.542	Toplam	56.592				
	Toplam	210	3.64	.520						
GENEL	1	48	3.60	.584	Gruplar Arası	.973	.487	2.183	.11	
	2	94	3.43	.404	Grup İçi	46.151	.223			
	3	68	3.45	.472	Toplam	47.124				
	Toplam	210	3.47	.474						

1. Dinlemem; 2. Ara Sıra Dinlerim; 3. Dinlerim.

Tablo 4.44 incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının radyo dinleme durumu değişkenine göre “ANOVA” bulguları yer almaktadır. Bulgular analiz edildiğinde radyo dinleme durumu değişkenine göre araştırmaya katılan öğretmen adaylarının algılarının “Kapsam” alt boyutunda anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir ($F_{(210)}_{\text{kapsam}} = .227$; $p_{\text{kapsam}} = .79$; $p > .05$). Bu bulguya göre öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının “Kapsam” alt boyutunda radyo dinleme durumu değişkeni açısından birbirine benzediği söylenebilir.

Tablo 4.44 incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının radyo dinleme durumu değişkenine göre “ANOVA” bulguları yer almaktadır. Bulgular analiz

edildiğinde radyo dinleme durumu değişkenine göre araştırmaya katılan öğretmen adaylarının algılarının “İşlev” alt boyutunda anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir ($F_{(210)}_{işlev} = 2.147$; $p_{işlev} = .11$; $p > .05$). Bu bulguya göre öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının “İşlev” alt boyutunda radyo dinleme durumu değişkeni açısından birbirine benzediği söylenebilir.

Tablo 4.44 incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının radyo dinleme durumu değişkenine göre “ANOVA” bulguları yer almaktadır. Bulgular analiz edildiğinde radyo dinleme durumu değişkenine göre araştırmaya katılan öğretmen adaylarının algılarının “Yarar” alt boyutunda anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($F_{(210)}_{yarar} = 2.914$; $p_{yarar} = .04$; $p < .05$). Bu bulguya göre öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının “Yarar” alt boyutunda radyo dinleme durumu değişkeni açısından birbirine benzemediği söylenebilir. “Yarar” alt boyutunda bulunan anlamlı farklılığın; radyo dinlemeyenler ile radyoyu ara sıra dinleyenler arasında olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4.44 incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının radyo dinleme durumu değişkenine göre “ANOVA” bulguları yer almaktadır. Bulgular analiz edildiğinde radyo dinleme durumu değişkenine göre araştırmaya katılan öğretmen adaylarının algılarının genel ortalaması açısından anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir ($F_{(210)}_{genel} = 2.183$; $p_{genel} = .11$; $p > .05$). Elde edilen bu bulgu doğrultusunda öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının radyo dinleme durumu değişkeni açısından birbirine benzediği söylenebilir.

Yukarıda öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının radyo dinleme durumu değişkenine göre “ANOVA” verilerine yer verilmiştir. Aşağıda 4.7 başlığı altında ise kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının televizyon izleme durumu değişkenine göre “ANOVA” verileri bulunmaktadır.

4.7. Yedinci Alt Probleme İlişkin Bulgular

Araştırmanın “Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algıları televizyon izleme durumu değişkenine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?” alt problemine ilişkin bulgular aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 4.45.

Öğretmen Adaylarının Televizyon İzleme Durumu Değişkenine Göre Algılarının Analizi

	Durum	n	$\bar{x}$	ss	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Kareler Ort.	F	p	Tukey HSD
Kapsam	1	68	3.58	.533	Gruplar Arası	2.970	1.485	7.365	.00	1-2 1-3
	2	66	3.30	.412	Grup İçi	41.738	.202			
	3	76	3.36	.393	Toplam	44.708				
	Toplam	210	3.41	.462						
İşlev	1	68	3.54	.875	Gruplar Arası	3.956	1.978	3.740	.02	1-2
	2	66	3.19	.675	Grup İçi	109.477	.529			
	3	76	3.38	.616	Toplam	113.433				
	Toplam	210	3.37	.736						
Yarar	1	68	3.89	.532	Gruplar Arası	6.395	3.197	13.185	.00	1-2 1-3
	2	66	3.51	.455	Grup İçi	50.198	.243			
	3	76	3.52	.485	Toplam	56.592				
	Toplam	210	3.64	.520						
GENEL	1	68	3.67	.574	Gruplar Arası	4.073	2.037	9.793	.00	1-2 1-3
	2	66	3.34	.414	Grup İçi	43.051	.208			
	3	76	3.42	.360	Toplam	47.124				
	Toplam	210	3.47	.474						

1. İzlemem; 2. Ara Sıra İzlerim; 3. İzlerim.

Tablo 4.45 incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının televizyon izleme durumu değişkenine göre “ANOVA” bulguları yer almaktadır. Bulgular analiz edildiğinde televizyon izleme durumu değişkenine göre araştırmaya katılan öğretmen adaylarının algılarının “Kapsam” alt boyutunda anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($F_{(210)} \text{ kapsam} = 7.365$; $p_{\text{kapsam}} = .00$; $p < .05$). Bu bulguya göre öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının “Kapsam” alt boyutunda televizyon izleme durumu değişkeni açısından birbirine benzemediği söylenebilir. “Kapsam” alt boyutunda bulunan anlamlı farklılığın; televizyon izlemeyenler ile televizyonu ara sıra izleyenler arasında olduğu belirlenmiştir. Ayrıca anlamlı farklılığın televizyon izlemeyenler ile televizyonu izleyenler arasında olduğu da belirlenmiştir.

Tablo 4.45 incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının televizyon izleme durumu değişkenine göre “ANOVA” bulguları yer almaktadır. Bulgular analiz edildiğinde televizyon izleme durumu değişkenine göre araştırmaya katılan öğretmen adaylarının algılarının “İşlev” alt boyutunda anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($F_{(210)}_{işlev} = 3.740$; $p_{işlev} = .02$; $p < .05$). Bu bulguya göre öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının “İşlev” alt boyutunda televizyon izleme durumu değişkeni açısından birbirine benzemediği söylenebilir. “İşlev” alt boyutunda bulunan anlamlı farklılığın; televizyon izlemeyenler ile televizyonu ara sıra izleyenler arasında olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4.45 incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının televizyon izleme durumu değişkenine göre “ANOVA” bulguları yer almaktadır. Bulgular analiz edildiğinde televizyon izleme durumu değişkenine göre araştırmaya katılan öğretmen adaylarının algılarının “Yarar” alt boyutunda anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($F_{(210)}_{yarar} = 13.185$; $p_{yarar} = .00$; $p < .05$). Bu bulguya göre öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının “Yarar” alt boyutunda televizyon izleme durumu değişkeni açısından birbirine benzemediği söylenebilir. “Yarar” alt boyutunda bulunan anlamlı farklılığın; alt boyutunda bulunan anlamlı farklılığın; televizyon izlemeyenler ile televizyonu ara sıra izleyenler arasında olduğu belirlenmiştir. Ayrıca anlamlı farklılığın televizyon izlemeyenler ile televizyonu izleyenler arasında olduğu da belirlenmiştir.

Tablo 4.45 incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının televizyon izleme durumu değişkenine göre “ANOVA” bulguları yer almaktadır. Bulgular analiz edildiğinde televizyon izleme durumu değişkenine göre araştırmaya katılan öğretmen adaylarının algılarının genel ortalaması açısından anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($F_{(210)}_{genel} = 9.793$; $p_{genel} = .00$; $p < .05$). Elde edilen bu bulgu doğrultusunda öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının televizyon izleme durumu değişkeni açısından birbirine benzemediği söylenebilir. Öğretmen adaylarının verdikleri yanıtlarının genel ortalaması açısından bulunan anlamlı farklılığın; televizyon izlemeyenler ile televizyonu ara sıra izleyenler arasında olduğu belirlenmiştir. Ayrıca anlamlı farklılığın televizyon izlemeyenler ile televizyonu izleyenler arasında olduğu da belirlenmiştir.

Yukarıda öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının televizyon izleme durumu değişkenine göre “ANOVA” verilerine yer verilmiştir. Aşağıda 4.8 başlığı altında ise kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının internet kullanım durumu değişkenine göre “ANOVA” verileri bulunmaktadır.

4.8. Sekizinci Alt Probleme İlişkin Bulgular

Araştırmanın “Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algıları internet kullanım durumu değişkenine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?” alt problemine ilişkin bulgular aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 4.46.

Öğretmen Adaylarının İnternet Kullanım Durumu Değişkenine Göre Algılarının Analizi

	Durum	n	$\bar{X}$	ss	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Kareler Ort.	F	p	Tukey HSD
Kapsam	1	8	2.95	.595	Gruplar Arası	2.149	1.075	5.226	.00	1-3
	2	49	3.35	.593	Grup İçi	42.559	.206			
	3	153	3.46	.390	Toplam	44.708				
	Toplam	210	3.41	.462						
İşlev	1	8	2.43	.749	Gruplar Arası	7.454	3.727	7.280	.00	1-2
	2	49	3.37	1.000	Grup İçi	105.979	.512			1-3
	3	153	3.42	.596	Toplam	113.433				
	Toplam	210	3.37	.736						
Yarar	1	8	3.06	.487	Gruplar Arası	2.886	1.443	5.561	.00	1-2
	2	49	3.70	.598	Grup İçi	53.706	.259			1-3
	3	153	3.65	.478	Toplam	56.592				
	Toplam	210	3.64	.520						
GENEL	1	8	2.81	.516	Gruplar Arası	3.669	1.835	8.740	.00	1-2
	2	49	3.47	.637	Grup İçi	43.455	.210			
	3	153	3.51	.381	Toplam	47.124				
	Toplam	210	3.47	.474						

1. Kullanmam; 2. Ara Sıra Kullanırım; 3. Kullanırım.

Tablo 4.46 incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının internet kullanım durumu değişkenine göre “ANOVA” bulguları yer almaktadır. Bulgular analiz edildiğinde internet kullanım durumu değişkenine göre araştırmaya katılan öğretmen adaylarının algılarının “Kapsam” alt boyutunda anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($F_{(210)}_{\text{kapsam}} = 5.226$; $p_{\text{kapsam}} = .00$; $p < .05$). Bu bulguya göre öğretmen

adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının “Kapsam” alt boyutunda internet kullanım durumu değişkeni açısından birbirine benzemediği söylenebilir. “Kapsam” alt boyutunda bulunan anlamlı farklılığın; internet kullanmayanlar ile interneti kullananlar arasında olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4.46 incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının internet kullanım durumu değişkenine göre “ANOVA” bulguları yer almaktadır. Bulgular analiz edildiğinde internet kullanım durumu değişkenine göre araştırmaya katılan öğretmen adaylarının algılarının “İşlev” alt boyutunda anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($F_{(210)}_{işlev} = 7.280$; $p_{işlev} = .00$; $p < .05$). Bu bulguya göre öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının “İşlev” alt boyutunda internet kullanım durumu değişkeni açısından birbirine benzemediği söylenebilir. “İşlev” alt boyutunda bulunan anlamlı farklılığın; internet kullanmayanlar ile interneti ara sıra kullananlar arasında olduğu belirlenmiştir. Ayrıca anlamlı farklılığın “İşlev” alt boyutunda internet kullanmayanlar ile interneti kullananlar arasında olduğu da belirlenmiştir.

Tablo 4.46 incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının internet kullanım durumu değişkenine göre “ANOVA” bulguları yer almaktadır. Bulgular analiz edildiğinde internet kullanım durumu değişkenine göre araştırmaya katılan öğretmen adaylarının algılarının “Yarar” alt boyutunda anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($F_{(210)}_{yarar} = 5.561$; $p_{yarar} = .00$; $p < .05$). Bu bulguya göre öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının “Yarar” alt boyutunda internet kullanım durumu değişkeni açısından birbirine benzemediği söylenebilir. “Yarar” alt boyutunda bulunan anlamlı farklılığın; internet kullanmayanlar ile interneti ara sıra kullananlar arasında olduğu belirlenmiştir. Ayrıca anlamlı farklılığın “Yarar” alt boyutunda internet kullanmayanlar ile interneti kullananlar arasında olduğu da belirlenmiştir.

Tablo 4.46 incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının internet kullanım durumu değişkenine göre “ANOVA” bulguları yer almaktadır. Bulgular analiz edildiğinde internet kullanım durumu değişkenine göre araştırmaya katılan öğretmen adaylarının algılarının genel ortalaması açısından anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($F_{(210)}_{genel} = 8.740$; $p_{genel} = .00$; $p < .05$). Elde edilen bu bulgu

doğrultusunda öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının internet kullanım durumu değişkeni açısından birbirine benzemediği söylenebilir. “Genel” alt boyutunda bulunan anlamlı farklılığın; internet kullanmayanlar ile interneti ara sıra kullananlar arasında olduğu belirlenmiştir. Ayrıca anlamlı farklılığın “İşlev” alt boyutunda internet kullanmayanlar ile interneti kullananlar arasında olduğu da belirlenmiştir.

Yukarıda öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının internet kullanım durumu değişkenine göre “ANOVA” verilerine yer verilmiştir. Aşağıda 4.9 başlığı altında ise kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının sosyal medya araçlarını durumu değişkenine göre “Bağımsız Örneklem t-Testi” verileri bulunmaktadır.

4.9. Dokuzuncu Alt Probleme İlişkin Bulgular

Araştırmanın “Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algıları sosyal medya araçlarını kullanım durumu değişkenine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?” alt problemine ilişkin bulgular aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 4.47.
Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Araçlarını Kullanım Durumu Değişkenine Göre Algılarının Analizi

Alt Boyutlar	Durum	n	$\bar{x}$	ss	t	p
Kapsam	Kullanıyor	181	3.44	.474	2.017	.04
	Kullanmıyor	29	3.25	.343		
İşlev	Kullanıyor	181	3.46	.691	4.571	.00
	Kullanmıyor	29	2.82	.777		
Yarar	Kullanıyor	181	3.68	.503	2.718	.00
	Kullanmıyor	29	3.40	.569		
GENEL	Kullanıyor	181	3.53	.456	4.026	.00
	Kullanmıyor	29	3.16	.468		

p <.05

Tablo 4.47 incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının sosyal medya araçlarını kullanım durumu değişkenine göre “Bağımsız Örneklem t-Testi” bulguları yer almaktadır. Bulgular analiz edildiğinde sosyal medya araçlarını kullanım durumu değişkenine göre araştırmaya katılan öğretmen adaylarının algılarının “Kapsam” alt

boyutunda anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($t_{(210)}_{\text{kapsam}} = 2.017$; $p_{\text{kapsam}} = .04$; $p < .05$). Bu bulguya göre öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına ilişkin algılarının “Kapsam” alt boyutunda sosyal medya araçlarını kullanım durumu değişkeni açısından birbirine benzemediği söylenebilir. Ayrıca sosyal medya araçlarını kullanım durumu değişkenine göre “Kapsam” alt boyutunda bulunan anlamlı farklılığın sosyal medya araçlarını kullanan öğretmen adayları lehine olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4.47 incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının sosyal medya araçlarını kullanım durumu değişkenine göre “Bağımsız Örneklem t-Testi” bulguları yer almaktadır. Bulgular analiz edildiğinde sosyal medya araçlarını kullanım durumu değişkenine göre araştırmaya katılan öğretmen adaylarının algılarının “İşlev” alt boyutunda anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($t_{(210)}_{\text{işlev}} = 4.571$; $p_{\text{işlev}} = .00$; $p < .05$). Bu bulguya göre öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına ilişkin algılarının “İşlev” alt boyutunda sosyal medya araçlarını kullanım durumu değişkeni açısından birbirine benzemediği söylenebilir. Ayrıca sosyal medya araçlarını kullanım durumu değişkenine göre “İşlev” alt boyutunda bulunan anlamlı farklılığın sosyal medya araçlarını kullanan öğretmen adayları lehine olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4.47 incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının sosyal medya araçlarını kullanım durumu değişkenine göre “Bağımsız Örneklem t-Testi” bulguları yer almaktadır. Bulgular analiz edildiğinde sosyal medya araçlarını kullanım durumu değişkenine göre araştırmaya katılan öğretmen adaylarının algılarının “Yarar” alt boyutunda anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($t_{(210)}_{\text{yarar}} = 2.718$; $p_{\text{yarar}} = .00$; $p < .05$). Bu bulguya göre öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına ilişkin algılarının “Yarar” alt boyutunda sosyal medya araçlarını kullanım durumu değişkeni açısından birbirine benzemediği söylenebilir. Ayrıca sosyal medya araçlarını kullanım durumu değişkenine göre “Yarar” alt boyutunda bulunan anlamlı farklılığın sosyal medya araçlarını kullanan öğretmen adayları lehine olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4.47 incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının sosyal medya araçlarını kullanım durumu değişkenine göre “Bağımsız Örneklem t-Testi” bulguları

yer almaktadır. Bulgular analiz edildiğinde sosyal medya araçlarını kullanım durumu değişkenine göre araştırmaya katılan öğretmen adaylarının algılarının genel ortalaması açısından anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($t_{(210)}_{genel} = 4.026$; $p_{genel} = .00$; $p < .05$). Elde edilen bu bulgu doğrultusunda öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının sosyal medya araçlarını kullanım durumu değişkeni açısından birbirine benzemediği söylenebilir. Ayrıca sosyal medya araçlarını kullanım durumu değişkenine göre belirlenen anlamlı farklılığın sosyal medya araçlarını kullanan öğretmen adayları lehine olduğu belirlenmiştir.

Yukarıda öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının sosyal medya araçlarını kullanım durumu değişkenine göre “Bağımsız Örneklem t-Testi” verilerine yer verilmiştir. Aşağıda 4.10 başlığı altında ise kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının akıllı telefon kullanma durumu değişkenine göre “Bağımsız Örneklem t-Testi” verileri bulunmaktadır.

4.10. Onuncu Alt Probleme İlişkin Bulgular

Araştırmanın “Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algıları akıllı telefon kullanım durumu değişkenine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?” alt problemine ilişkin bulgular aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 4.48.

Öğretmen Adaylarının Akıllı Telefon Kullanım Durumu Değişkenine Göre Algılarının Analizi

Alt Boyutlar	Durum	n	$\bar{x}$	ss	t	p
Kapsam	Kullanıyor	178	3.44	.476	2.293	.02
	Kullanmıyor	32	3.24	.330		
İşlev	Kullanıyor	178	3.42	.758	2.340	.02
	Kullanmıyor	32	3.09	.529		
Yarar	Kullanıyor	178	3.69	.515	3.494	.00
	Kullanmıyor	32	3.35	.453		
GENEL	Kullanıyor	178	3.52	.484	3.250	.00
	Kullanmıyor	32	3.23	.325		

$p < .05$

Tablo 4.48 incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının akıllı telefon kullanım durumu değişkenine göre “Bağımsız Örneklem t-Testi” bulguları yer

almaktadır. Bulgular analiz edildiğinde akıllı telefon kullanım durumu değişkenine göre araştırmaya katılan öğretmen adaylarının algılarının “Kapsam” alt boyutunda anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($t_{(210)kapsam} = 2.293$; $p_{kapsam} = .02$; $p < .05$). Bu bulguya göre öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına ilişkin algılarının “Kapsam” alt boyutunda akıllı telefon kullanım durumu değişkeni açısından birbirine benzemediği söylenebilir. Ayrıca akıllı telefon kullanım durumu değişkenine göre “Kapsam” alt boyutunda bulunan anlamlı farklılığın akıllı telefon kullanan öğretmen adayları lehine olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4.48 incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının akıllı telefon kullanım durumu değişkenine göre “Bağımsız Örneklem t-Testi” bulguları yer almaktadır. Bulgular analiz edildiğinde akıllı telefon kullanım durumu değişkenine göre araştırmaya katılan öğretmen adaylarının algılarının “İşlev” alt boyutunda anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($t_{(210)işlev} = 2.340$; $p_{işlev} = .02$; $p < .05$). Bu bulguya göre öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına ilişkin algılarının “İşlev” alt boyutunda akıllı telefon kullanım durumu değişkeni açısından birbirine benzemediği söylenebilir. Ayrıca akıllı telefon kullanım durumu değişkenine göre “İşlev” alt boyutunda bulunan anlamlı farklılığın akıllı telefon kullanan öğretmen adayları lehine olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4.48 incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının akıllı telefon kullanım durumu değişkenine göre “Bağımsız Örneklem t-Testi” bulguları yer almaktadır. Bulgular analiz edildiğinde akıllı telefon kullanım durumu değişkenine göre araştırmaya katılan öğretmen adaylarının algılarının “Yarar” alt boyutunda anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($t_{(210)yarar} = 3.494$; $p_{yarar} = .00$; $p < .05$). Bu bulguya göre öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına ilişkin algılarının “Yarar” alt boyutunda akıllı telefon kullanım durumu değişkeni açısından birbirine benzemediği söylenebilir. Ayrıca akıllı telefon kullanım durumu değişkenine göre “Yarar” alt boyutunda bulunan anlamlı farklılığın akıllı telefon kullanan öğretmen adayları lehine olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4.48 incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının akıllı telefon kullanım durumu değişkenine göre “Bağımsız Örneklem t-Testi” bulguları yer almaktadır. Bulgular analiz edildiğinde akıllı telefon kullanım durumu değişkenine göre

araştırmaya katılan öğretmen adaylarının algılarının genel ortalaması açısından anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($t_{(210)}_{genel} = 3.250$; $p_{genel} = .00$; $p < .05$). Elde edilen bu bulgu doğrultusunda öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının akıllı telefon kullanım durumu değişkeni açısından birbirine benzemediği söylenebilir. Ayrıca akıllı telefon kullanım durumu değişkenine göre bulunan anlamlı farklılığın akıllı telefon kullanan öğretmen adayları lehine olduğu belirlenmiştir.

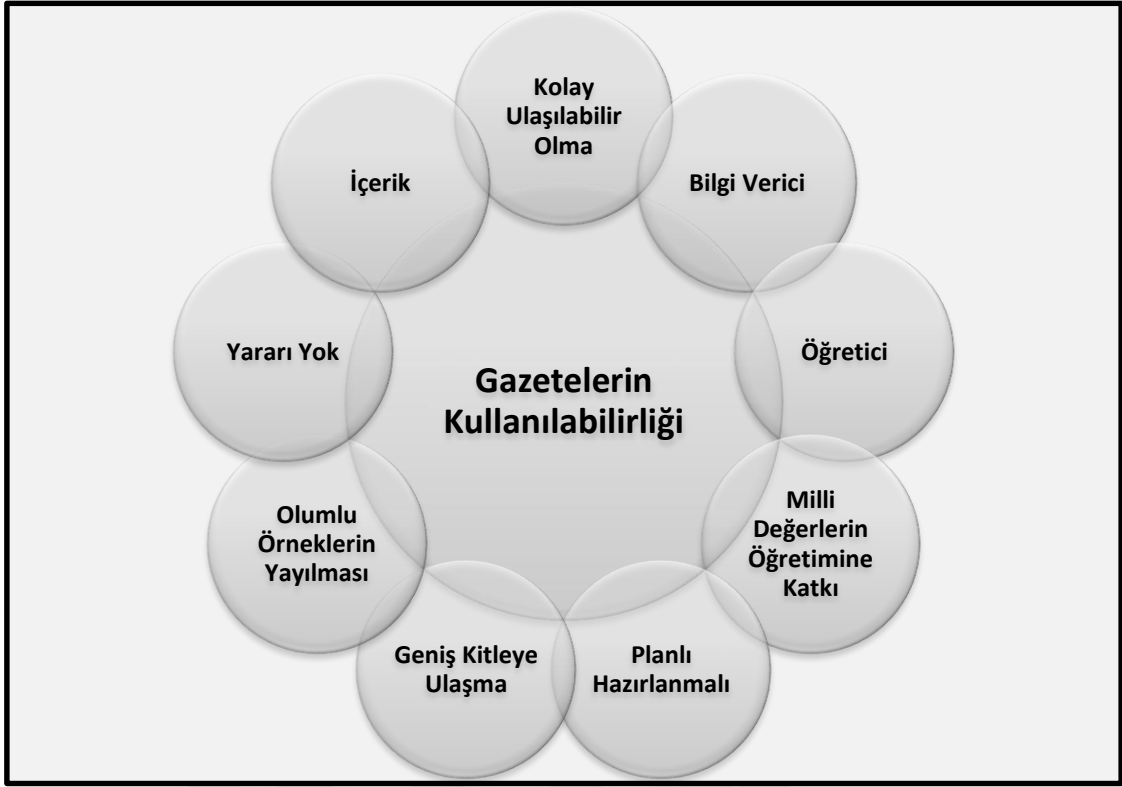
Yukarıda öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının akıllı telefon kullanma durumu değişkenine göre “Bağımsız Örneklem t-Testi” verilerine yer verilmiştir. Aşağıda 4.11 başlığı altında ise kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının öğretmen adayları ile yapılan yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen bulgulara yer almaktadır.

4.11. Nitel Bulgular

Araştırmanın “Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına yönelik algıları nasıldır?” alt problemine ilişkin bulgular aşağıda şekillerle gösterilmiştir.

4.11.1. Gazetelerin Sosyal Bilgiler Öğretimine Katkısına İlişkin Bulgular

Araştırmanın “Sosyal Bilgiler öğretimi açısından kitle iletişim araçlarından gazetenin kullanılabilirliğini nasıl değerlendiriyorsunuz?” görüşme sorusuna yönelik olarak araştırmaya katılım gösteren sosyal bilgiler öğretmen adaylarının görüşlerinin analizi neticesinde şu bulgular elde edilmiştir:



Şekil 1. Gazetelerin sosyal bilgiler öğretiminde kullanılmasına ait kodlar

Yukarıda yer alan şekilde araştırmaya katılan sosyal bilgiler öğretmen adayları ile yapılan görüşmeler neticesinde elde edilen verilerin kodlanmış şekli yer almaktadır. Görüşmelerden elde edilen bulgular “Sosyal Bilgiler öğretimi açısından kitle iletişim araçlarından gazetenin kullanılabilirliğini nasıl değerlendiriyorsunuz?” görüşme sorusu doğrultusunda “Gazetelerin Kullanılabilirliği” teması altında kodlanmıştır. Bu kodlar “Kolay Ulaşılabilir Olma”, “Bilgi Verici”, “Öğretici”, “Milli Değerlerin Öğretimine Katkı”, “Planlı Hazırlanmalı”, “Geniş Kitleye Ulaşma”, “Olumlu Örneklerin Yayılması”, “Yararı Yok” ve “İçerik” olarak sıralanmaktadır.

Araştırmaya katılan sosyal bilgiler öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarından gazeteyi sosyal bilgiler öğretimi açısından kullanılabilirliğini nasıl değerlendirdiklerine ilişkin görüşleri şu şekildedir:

SBÖA: “...Sosyal Bilgiler öğretiminde diğer kitle iletişim araçları gibi gazetelerinde kullanılabileceğini düşünüyorum. Gazetelere öğrencilerin kolay ulaşabilmesinden dolayı Sosyal Bilgiler öğretiminde kullanılabilir...”

SBÖA: “...Gazetelerin doğru bir şekilde kullanılması öğrencilerin öğrenim hayatlarına olumlu bir katkı yapacağını söylemek isterim... Sosyal Bilgiler öğretimi kapsamında gazeteler yolu ile öğretici bilgiler verilebilir. Bu bakımdan sosyal bilgiler öğretimi

bağlamında gazeteler önemli bir aktör olarak kullanılabilir... Gazetelerde planlı, bir yayın politikası takip edilirse kısa sürede ve düzenli olarak birçok sosyal bilgiler dersi kazanımı çok sayıda öğrenciye kazandırılabilir...”

4.11.2. Radyonun Sosyal Bilgiler Öğretimine Katkısına İlişkin Bulgular

Araştırmanın “Sosyal Bilgiler öğretimi açısından kitle iletişim araçlarından radyonun kullanılabilirliğini nasıl değerlendiriyorsunuz?” görüşme sorusuna yönelik olarak araştırmaya katılım gösteren sosyal bilgiler öğretmen adaylarının görüşlerinin analizi neticesinde şu bulgular elde edilmiştir:



Şekil 2. Radyonun sosyal bilgiler öğretiminde kullanılmasına ait kodlar

Yukarıda yer alan şekilde araştırmaya katılan sosyal bilgiler öğretmen adayları ile yapılan görüşmeler neticesinde elde edilen verilerin kodlanmış şekli yer almaktadır. Görüşmelerden elde edilen bulgular “Sosyal Bilgiler öğretimi açısından kitle iletişim araçlarından radyonun kullanılabilirliğini nasıl değerlendiriyorsunuz?” görüşme sorusu doğrultusunda “Radyonun Kullanılabilirliği” teması altında kodlanmıştır. Bu kodlar “7 Coğrafi Bölgedeki Öğrenciye Ulaşma”, “Yayın Türleri”, “Kamu Spotu”, “Görme Engelliler İçin Kullanışlı Olma”, “Planlı Olma”, “Maliyet Düşüklüğü” ve “Kullanılamaz” olarak sıralanmaktadır.

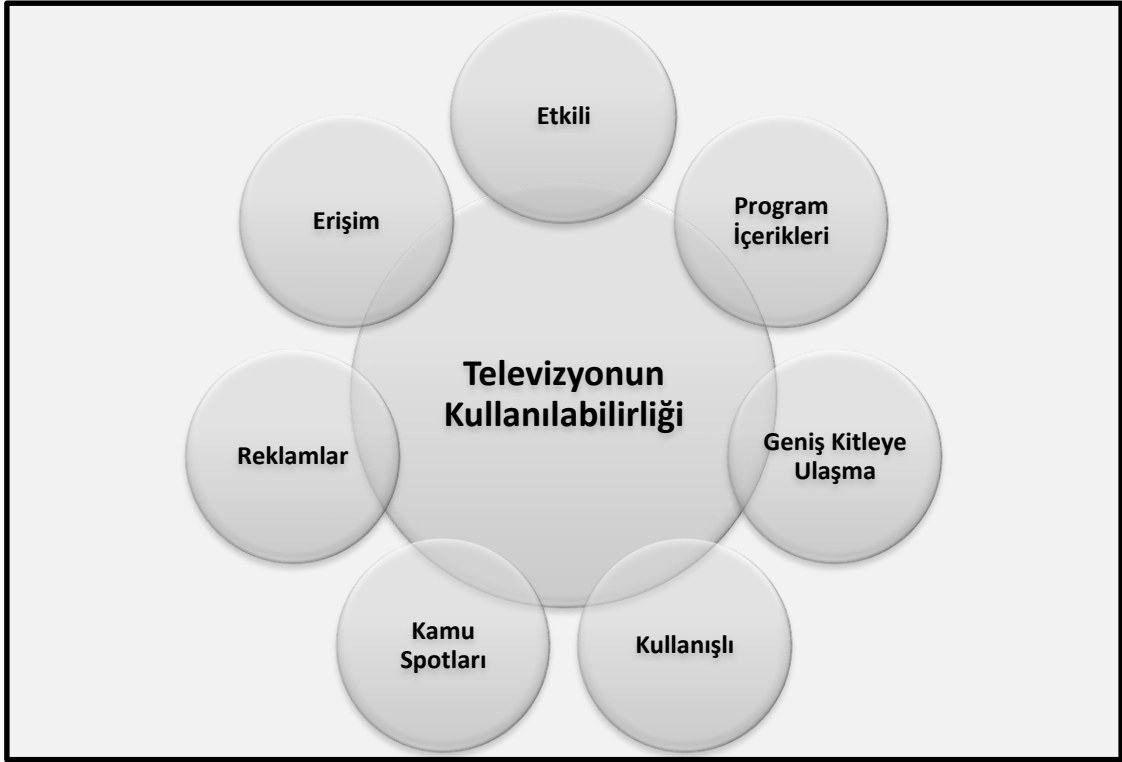
Araştırmaya katılan sosyal bilgiler öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarından radyoyu sosyal bilgiler öğretimi açısından kullanılabilirliğini nasıl değerlendirdiklerine ilişkin görüşleri şu şekildedir:

SBÖA: “...Radyo yayınlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanılabilir bir kitle iletişim aracı olduğunu söyleyebilirim. Özellikle görme engelli öğrenciler için radyo yayınlarının sosyal bilgiler öğretimi açısından katkısının yanında diğer dersler için de katkısı olacağını düşünüyorum. Eğer ki planlı bir yayın politikası yapılırsa sosyal bilgiler dersi kazanımları açısından olumlu dönüşlerin olacağını düşünüyorum...”

SBÖA: “...Radyo yayınlarının sosyal bilgiler öğretimi açısından önemli özelliklerinden birisi diğer kitle iletişim araçlarına göre daha ucuz ve daha fazla öğrenciye ulaşma imkânı sağlamasıdır. Türkiye’nin 7 coğrafi bölgesinde radyo yayınları ulusal ve yerel ölçekte devam etmekte ve hemen hemen her yerde radyo yayınlarına ulaşılabilir. Bu yüzden 7 coğrafi bölgedeki öğrenciye ulaşma olanağı sağlamasından dolayı radyoların sosyal bilgiler öğretimi için kullanılabilirliğinin yüksek olduğunu söylemek isterim...”

4.11.3. Televizyonun Sosyal Bilgiler Öğretimine Katkısına İlişkin Bulgular

Araştırmanın “Sosyal Bilgiler öğretimi açısından kitle iletişim araçlarından televizyonun kullanılabilirliğini nasıl değerlendiriyorsunuz?” görüşme sorusuna yönelik olarak araştırmaya katılım gösteren sosyal bilgiler öğretmen adaylarının görüşlerinin analizi neticesinde şu bulgular elde edilmiştir:



Şekil 3. Televizyonun sosyal bilgiler öğretiminde kullanılmasına ait kodlar

Yukarıda yer alan şekilde araştırmaya katılan sosyal bilgiler öğretmen adayları ile yapılan görüşmeler neticesinde elde edilen verilerin kodlanmış şekli yer almaktadır. Görüşmelerden elde edilen bulgular “Sosyal Bilgiler öğretimi açısından kitle iletişim araçlarından televizyonun kullanılabilirliğini nasıl değerlendiriyorsunuz?” görüşme sorusu doğrultusunda “Televizyonun Kullanılabilirliği” teması altında kodlanmıştır. Bu kodlar “Etkili”, “Program İçerikleri”, “Geniş Kitleye Ulaşma”, “Kullanışlı”, “Kamu Spotları”, “Reklamlar” ve “Erişim” olarak sıralanmaktadır.

Araştırmaya katılan sosyal bilgiler öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarından televizyonu sosyal bilgiler öğretimi açısından kullanılabilirliğini nasıl değerlendirdiklerine ilişkin görüşleri şu şekildedir:

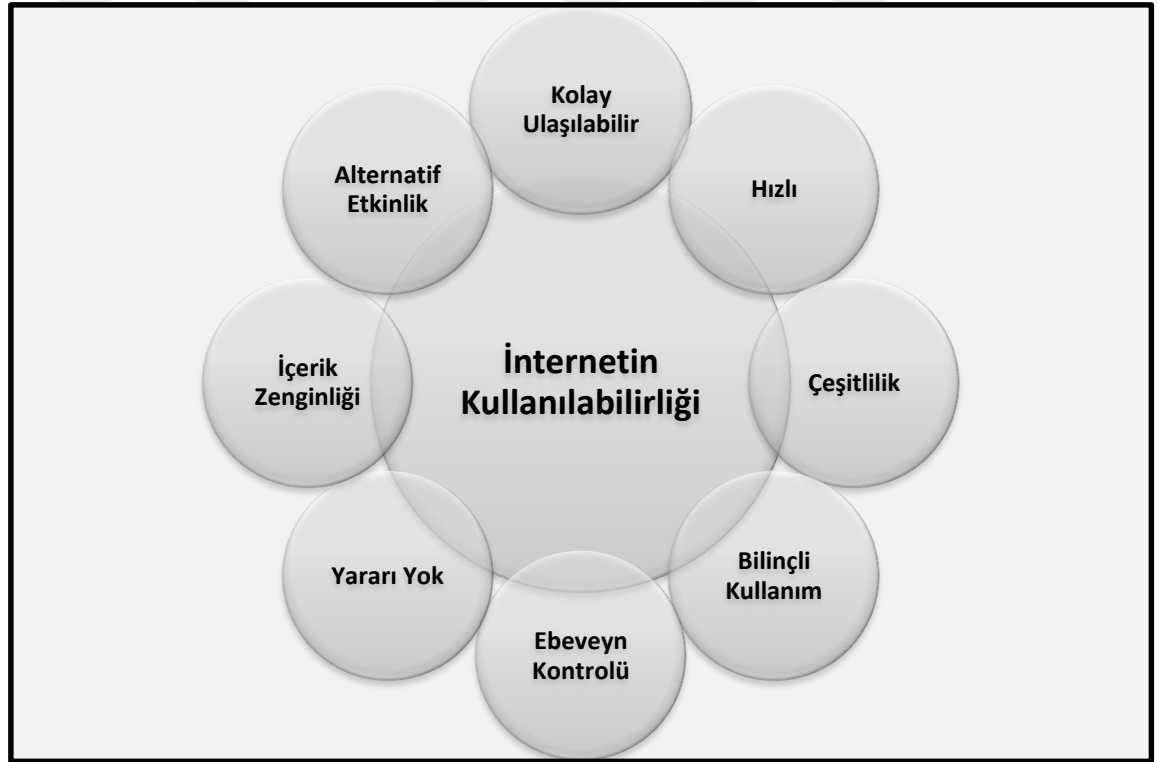
SBÖA: “...Televizyonların sosyal bilgiler öğretimi açısından etkili bir kitle iletişim aracı olduğunu söyleyebilirim. Program içeriklerinin zengin olması ve bu içeriklerin kamu spotları ve reklamlarla desteklenmesi sosyal bilgiler öğretimi açısından televizyonunu kullanışlı hale getirebilir. Örneğin Üretim, Tüketim, Dağıtım Teması ile ilgili bir kamu spotu ve reklamın televizyonda yer alması bu temadaki kazanımların öğrenciler tarafından daha çabuk özümsemesine katkı sunabilir...”

SBÖA: “...Televizyon 1990’lardan sonra en çok kullanılan kitle iletişim araçlarındandır. Halen bu özelliğini devam ettirmektedir. Telefonların çekmediği veya

telefonlar çekse bile internetin olmadığı veya çok yavaş olduğu coğrafi bölgelerde bir çanak antenle ve bir uydu cihazı ile dünyadaki tüm televizyon yayınlarına ulaşabilmektedir. Bu yüzden erişim açısından sosyal bilgiler öğretiminde televizyonlar ön planda kullanılabilir. Televizyondaki yayınların sürekli, planlı ve birbiri ile senkronize bir şekilde verilmesi televizyonların sosyal bilgiler öğretiminde kullanılmasını arttırmaya katkı sağlayabilir... ”

4.11.4. İnternetin Sosyal Bilgiler Öğretimine Katkısına İlişkin Bulgular

Araştırmanın “Sosyal Bilgiler öğretimi açısından kitle iletişim araçlarından internetin kullanılabilirliğini nasıl değerlendiriyorsunuz?” görüşme sorusuna yönelik olarak araştırmaya katılım gösteren sosyal bilgiler öğretmen adaylarının görüşlerinin analizi neticesinde şu bulgular elde edilmiştir:



Şekil 4. İnternetin sosyal bilgiler öğretiminde kullanılmasına ait kodlar

Yukarıda yer alan şekilde araştırmaya katılan sosyal bilgiler öğretmen adayları ile yapılan görüşmeler neticesinde elde edilen verilerin kodlanmış şekli yer almaktadır. Görüşmelerden elde edilen bulgular “Sosyal Bilgiler öğretimi açısından kitle iletişim araçlarından internetin kullanılabilirliğini nasıl değerlendiriyorsunuz?” görüşme sorusu doğrultusunda “İnternetin Kullanılabilirliği” teması altında kodlanmıştır. Bu kodlar

“Kolay Ulaşılabilir”, “Hızlı”, “Çeşitlilik”, “Bilinçli Kullanım”, “Yararı Yok”, “İçerik Zenginliği”, “Kontrollü Erişim” ve “Alternatif Etkinlik” olarak sıralanmaktadır.

Araştırmaya katılan sosyal bilgiler öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarından interneti sosyal bilgiler öğretimi açısından kullanılabilirliğini nasıl değerlendirdiklerine ilişkin görüşleri şu şekildedir:

SBÖA: “...İnternet geniş kitlelere ulaşma olanağı sağlamaktadır. Dünyanın bir ucunda yapılan bir etkinlik başka bir ucunda anında görülebiliyor veya ulaştırılabiliyor. Bu yüzden internetin bilinçli kullanımı sosyal bilgiler öğretimi açısından kullanışlı olabileceğini düşünüyorum...”

SBÖA: “...İnternet her yaş grubunda bireyin kolay ve hızlı bir şekilde ulaştığı bir kitle iletişim aracıdır. İnternette her şey kontrol altına alınamıyor. Aniden karşınıza olumsuz bir reklam çıkabiliyor. Bu yüzden bilinçli kullanım önemlidir. Ayrıca ebeveynlerinde internet kullanımını kontrol altında bulundurması gerekmektedir. Kontrolsüz bir internet kullanımı öğrencilerin sosyal bilgiler öğretimi olumsuz etkilemesinin yanında, zararlı içeriklere öğrencilerin yönelmesine de sebebiyet verebilir...”

4.11.5. Sosyal Medya Araçlarının Sosyal Bilgiler Öğretimine Katkısına İlişkin Bulgular

Araştırmanın “Sosyal Bilgiler öğretimi açısından kitle iletişim araçlarından sosyal medya araçlarının kullanılabilirliğini nasıl değerlendiriyorsunuz?” görüşme sorusuna yönelik olarak araştırmaya katılım gösteren sosyal bilgiler öğretmen adaylarının görüşlerinin analizi neticesinde şu bulgular elde edilmiştir:



Şekil 5. Sosyal medya araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanılmasına ait kodlar

Yukarıda yer alan şekilde araştırmaya katılan sosyal bilgiler öğretmen adayları ile yapılan görüşmeler neticesinde elde edilen verilerin kodlanmış şekli yer almaktadır. Görüşmelerden elde edilen bulgular “Sosyal Bilgiler öğretimi açısından kitle iletişim araçlarından sosyal medya araçlarının kullanılabilirliğini nasıl değerlendiriyorsunuz?” görüşme sorusu doğrultusunda “Sosyal Medya Araçlarının Kullanılabilirliği” teması altında kodlanmıştır. Bu kodlar “Yararlı”, “Paylaşım”, “Zararlı”, “Hızlı Erişim”, “Doğru Kullanım”, “Ebeveyn Kontrolü”, “Geniş Kitleye Ulaşma” ve “İletişim” olarak sıralanmaktadır.

Araştırmaya katılan sosyal bilgiler öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarından sosyal medya araçlarının sosyal bilgiler öğretimi açısından kullanılabilirliğini nasıl değerlendirdiklerine ilişkin görüşleri şu şekildedir:

SBÖA: “...Sosyal medya insanlar arası iletişimde son yıllarda önemli bir araç olmuştur. Whatsapp, Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal medya araçları en çok kullanılan sosyal medya araçlarıdır. Sosyal bilgiler öğretimi açısından bu sosyal medya araçlarında olumlu örneklerin paylaşılmasını sağlanabilir. Ebeveyn kontrolünde doğru bir şekilde kullanılması halinde öğretmen-öğrenci, öğretmen-veli arasında önemli bir öğretici iletişim ağı kurulmasında kullanılabilir...”

SBÖA: “...Sosyal medya araçları öğrencilerin erişmemesi gereken kişiler veya kuruluşlarla veya sitelerle etkileşimini kolaylaştırabilir. Çünkü hızlı bir şekilde erişilebilen bir iletişim aracıdır...Sosyal medya erişimlerinde kesinlikle ebeveyn kontrollü önemlidir. Ayrıca sosyal medya araçlarının doğru kullanımı konusunda ebeveynler ve öğrenciler bilinçlendirilmelidir... Ayrıca sosyal medya araçları ile sosyal bilgiler ile ilgili önemli paylaşımları hızlı bir şekilde geniş kitlelere ulaştırma olanağı da vardır...”

4.11.6. Akıllı Telefonların Sosyal Bilgiler Öğretimine Katkısına İlişkin Bulgular

Araştırmanın “Sosyal Bilgiler öğretimi açısından kitle iletişim araçlarından akıllı telefonların kullanılabilirliğini nasıl değerlendiriyorsunuz?” görüşme sorusuna yönelik olarak araştırmaya katılım gösteren sosyal bilgiler öğretmen adaylarının görüşlerinin analizi neticesinde şu bulgular elde edilmiştir:



Şekil 6. Akıllı telefonların sosyal bilgiler öğretiminde kullanılmasına ait kodlar

Yukarıda yer alan şekilde araştırmaya katılan sosyal bilgiler öğretmen adayları ile yapılan görüşmeler neticesinde elde edilen verilerin kodlanmış şekli yer almaktadır. Görüşmelerden elde edilen bulgular “Sosyal Bilgiler öğretimi açısından kitle iletişim araçlarından akıllı telefonların kullanılabilirliğini nasıl değerlendiriyorsunuz?” görüşme sorusu doğrultusunda “Akıllın Telefonların Kullanılabilirliği” teması altında

kodlanmıştır. Bu kodlar “Olumlu Katkı”, “Maliyet”, “Doğru Kullanım”, “Amaca Uygunluk”, “Olumsuz Etki”, “Alternatif Uygulamalar” olarak sıralanmaktadır.

Araştırmaya katılan sosyal bilgiler öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarından akıllı telefonları sosyal bilgiler öğretimi açısından kullanılabilirliğini nasıl değerlendirdiklerine ilişkin görüşleri şu şekildedir:

SBÖA: “...Akıllı telefonlar günümüzde artık ortaokul çağından itibaren öğrenciler tarafından temin edilmektedir. Bazı öğrenciler güvenlik, bazı öğrenciler iletişim bazı öğrencilerde başka sebeplerle akıllı telefon temin ettiğini söyleyebilirim. Bu durumda akıllı telefonlara sahip öğrenci fazlalığı veya akıllı telefona sahip ebeveyn sayısının fazla olması akıllı telefonların sosyal bilgiler öğretimi açısından kullanımını olanaklı hale getirmektedir. Akıllı telefonların uygulama yükleme özelliği olmasından dolayı sosyal bilgiler öğretimi konusunda alternatif etkinlikler bu uygulamalar sayesinde telefonlara yüklenebilir. Bu da öğrencinin bilgiye hızlı ve devamlı ulaşmasına imkân sağlayabilir...”

SBÖA: “...Akıllı telefonlar çağdaş kitle iletişim araçları arasında yer almasından dolayı belli bir maliyeti bulunmaktadır. Bu maliyetin her aile tarafından karşılanamayacağı düşünüldüğünde sosyal bilgiler öğretimi açısından bazı öğrenciler açısından dezavantaj oluşturabilir. Geniş kitlelere ulaşmak için maliyet sıkıntı yaratabilir... Akıllı telefonlar öğrencilerde teknoloji bağımlılığına neden olabilir. Bu yüzden kullanımına çok sıcak bakmıyorum...”

BÖLÜM V

SONUÇLAR, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Araştırmanın bu bölümünde bulgulardan yola çıkılarak araştırmanın sonuçlarına, sonuçların ilgili alanyazın ile tartışılmasına ve araştırma sonuçları doğrultusunda önerilerine yer verilmiştir.

5.1. Sonuçlar ve Tartışma

Araştırmada “Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin kapsam alt boyutuna ilişkin olarak öğretmen adaylarının kitle iletişim araçları aracılığıyla verilecek sosyal bilgiler eğitimi, öğrenciler için yeni ihtiyaçlar ortaya çıkarabileceğine ilişkin algılarının yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu durumun ortaya çıkmasında kitle iletişim araçlarının akıllı telefon, internet, gazete, radyo ve televizyon gereksinimini ortaya çıkarmasından kaynaklı olduğu söylenebilir. Günümüzde akıllı telefon kullanan bireylerin fazlalığı, beraberinde akıllı telefonlarda internet kullanım ihtiyacını doğurmuştur. 82.4 milyon nüfusa sahip olan Türkiye nüfusunun %98’i cep telefonu kullanmaktadır. Bu telefonlarında %77’si akıllı telefondur. Ayrıca Türkiye nüfusunun %72’sini oluşturan 59.36 milyon internet kullanıcısı bulunmaktadır (<https://dijilopedi.com/2019-turkiye-internet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>). Bu bağlamda düşünüldüğünde ihtiyaçlar bireyler için ek maliyetler getireceği için araştırmada öğretmen adayları da kitle iletişim ihtiyaçlarının yeni ihtiyaçların ortaya çıkardığına vurgu yapmışlardır.

“Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin işlev alt boyutuna ilişkin olarak öğretmen adaylarının kitle iletişim araçları toplumsal ve küresel ihtiyaçlar konusunda farkındalık yaratabileceğine ilişkin algılarının yüksek olduğu tespit edilmiştir. Kitle iletişim araçları vasıtasıyla dünyanın herhangi bir yerinde yaşanan toplumsal veya küresel bir durum, hızlı bir şekilde dünyanın dört bir yanına anında ulaştırılabilme olanağı bulunmasından dolayı öğretmen adaylarının algısının yüksek çıktığı söylenebilir. Bu bağlamda araştırma sonucu doğrultusunda sosyal bilgiler öğretimi açısından ihtiyaç duyulan öğretim faaliyetlerinin dünyanın birçok yerindeki öğrencilerde farkındalığa neden olabileceği söylenebilir.

“Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi” nin yarar alt boyutuna ilişkin olarak öğretmen adaylarının kitle iletişim araçları aracılığıyla

her kesimden, her yaştan, her coğrafyadan öğrenciye anında ve hızlı ulaşılmasına katkı sağlanabileceğine ilişkin algısının yüksek olduğu saptanmıştır. Bu durumun oluşmasında kitle iletişim araçları vasıtasıyla bireylerin uygulamalı olarak her coğrafyadan bireyle iletişim kurmasının etkili olduğu söylenebilir. Örneğin sosyal medya araçları ile bir ülkenin devlet başkanına, bir ülkenin ünlü sanatçısına, Nobel ödüllü bilim adamlarına vs. ulaşmak bireylerin parmaklarının ucuna kadar getirilmiştir. Başka bir örnek vermek gerekirse sosyal medya aracılığıyla sosyal bilgiler kazanımları dünyanın başka bir coğrafyasında yaşayan bir öğrenciye anında ulaştırılabilir. Bütün bu olanaklar öğretmen adaylarının her kesimden, her yaştan, her coğrafyadan öğrenciye ulaşma olanağı vermesinden dolayı kitle iletişim araçlarının yararlarına ilişkin algılarının yüksek çıkmasında etkili olduğu söylenebilir.

Araştırmada öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarını kullanımına ilişkin algılarının “Kapsam” ve “Yarar” alt boyutlarında “Katılıyorum”, “İşlev” alt boyutunda “Orta Düzeyde Katılıyorum” seviyesinde olduğu saptanmıştır. Ayrıca araştırmaya katılan öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına yönelik algılarının genel ortalamasının “Katılıyorum” düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Bu durum sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanılabilirliğine ilişkin olarak öğretmen adaylarının olumlu görüşe sahip oldukları şeklinde yorumlanabilir.

Araştırmada öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının cinsiyet değişkenine göre “İşlev” alt boyutunda anlamlı farklılık gösterdiği saptanmıştır. Elde edilen bu sonuca göre öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde işlevselliğine yönelik algılarının benzerlik göstermediği şeklinde yorumlanabilir. Ayrıca kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler eğitiminde işlevselliğine yönelik olarak kadın öğretmen adaylarının erkeklere göre daha yüksek oranda katılım gösterdikleri elde edilen sonuçlar doğrultusunda söylenebilir.

Araştırmada öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının cinsiyet değişkenine göre “Kapsam”, “Yarar” ve “Genel” boyutlarında anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır. Bu sonuca göre öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kapsamı ve yararı açısından benzer algı düzeylerine sahip oldukları söylenebilir. Ayrıca kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin olarak erkek ve kadın

öğretmen adaylarının algılarının kitle iletişim araçlarının kapsamı ve yararı açısından yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmada öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının öğrenim görülen sınıf değişkenine göre “Yarar” alt boyutunda anlamlı farklılık gösterdiği saptanmıştır. Araştırmada “Yarar” alt boyutunda bulunan anlamlı farklılığın; birinci sınıfta öğrenim gören öğrenciler ile üçüncü ve dördüncü sınıfta öğrenim gören öğrenciler ve ikinci sınıfta öğrenim gören öğrenciler ile dördüncü sınıfta öğrenim gören öğrenciler arasında olduğu saptanmıştır. Elde edilen bu sonuca göre öğretmen adaylarının öğrenim gördükleri sınıfa göre kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanım yararına ilişkin algılarının birbirinden farklı olduğu ifade edilebilir. Araştırmada öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının öğrenim görülen sınıf değişkenine göre “Kapsam”, “İşlev” ve “Genel” alt boyutlarında anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır. Bu sonuç doğrultusunda öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının Kapsam”, “İşlev” ve “Genel” alt boyutlarında öğrenim görülen sınıf değişkeni açısından birbirine yakın olduğu söylenebilir.

Araştırmada öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının gazeteleri takip etme durumu değişkenine göre “İşlev” ve “Yarar” alt boyutlarında anlamlı farklılık gösterdiği ve bulunan anlamlı farklılığın gazeteleri takip etmeyenler ile gazeteleri takip edenler arasında olduğu saptanmıştır. Bu sonuca öğretmen adaylarının gazetelerin takip edilme durumuna göre kitle iletişim araçlarının işlevselliği ve yararına ilişkin algılarının birbirine benzemediği ifade edilebilir. Araştırmada öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının gazeteleri takip etme durumu değişkenine göre “Kapsam” ve “Genel” alt boyutlarında anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Bu sonuca öğretmen adaylarının gazetelerin takip edilme durumuna göre kitle iletişim araçlarının kapsamının ve genel kullanımına ilişkin algılarının birbirine yakın olduğu söylenebilir.

Araştırmada sosyal bilgiler öğretimi açısından kitle iletişim araçlarından gazetelerin kullanılabilirliğine ilişkin öğretmen adayları ile yapılan görüşmeler sonucunda gazetelerin kolay ulaşılabilir, bilgi verici, öğretici, milli değerlerin öğretimine katkı, geniş kitleye ulaşma ve olumlu örneklerin yayılması gibi özelliklerinden dolayı kullanılabileceğine yönelik görüş bildirdikleri belirlenmiştir.

Ayrıca öğretmen adaylarının gazete yayınlarının sosyal bilgiler öğretim ilkelerini göz önünde bulundurarak planlı şekilde içeriklerinin hazırlanmasının gazetelerin sosyal bilgiler öğretiminde kullanılabilirliğine katkı sağlayacağını belirttikleri saptanmıştır. Bu olumlu görüşlerinin yanında araştırmaya katılan öğretmen adaylarından bir kısmı gazetelerin sosyal bilgiler öğretiminde kullanılmasının öğrenciler açısından bir yarar sağlamayacağını belirttikleri tespit edilmiştir.

Araştırmada öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının radyo dinleme durumu değişkenine göre “Yarar” alt boyutunda anlamlı farklılık gösterdiği saptanmıştır. Bulunan anlamlı farklılığın; radyo dinlemeyenler ile radyoyu ara sıra dinleyenler arasında olduğu belirlenmiştir. Araştırmada “Kapsam”, “İşlev” ve “Genel” alt boyutlarında radyo dinleme durumu değişkenine göre öğretmen adaylarının algılarının anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

Araştırmada sosyal bilgiler öğretimi açısından kitle iletişim araçlarından radyoların kullanılabilirliğine ilişkin öğretmen adayları ile yapılan görüşmeler sonucunda radyoların görme engelliler için kullanışlı, maliyetinin düşük olması, yedi coğrafi bölgeye ulaşma olanağı vermesinden dolayı kullanılabileceğine yönelik görüş bildirdikleri belirlenmiştir. Ayrıca öğretmen adaylarından bazıları radyo yayın türlerinin sosyal bilgiler öğretim ilkelerini göz önünde bulundurarak planlı şekilde içeriklerinin hazırlanmasının ve bu içeriklerinin kamu spotları ile desteklenmesinin radyoların sosyal bilgiler öğretiminde kullanılabilirliğini arttıracaklarını ifade ettikleri belirlenmiştir. Öğretmen adaylarının belirttikleri pozitif görüşlerin yanında radyoların sosyal bilgiler öğretiminde kullanılamaz olduğuna yönelik görüş bildirdikleri de tespit edilmiştir.

Araştırmada öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının televizyon izleme durumu değişkenine göre araştırmada kullanılan anketin bütün alt boyutlarında anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Bulunan anlamlı farklılık “İşlev” alt boyutunda televizyon izlemeyenler ile televizyonu ara sıra izleyenler arasında olduğu saptanmıştır. “İşlev” alt boyutu haricinde anketin diğer alt boyutlarında anlamlı farklılığın; televizyon izlemeyenler ile televizyonu ara sıra izleyenler arasında olduğu belirlenmiştir. Ayrıca anlamlı farklılığın televizyon izlemeyenler ile televizyonu izleyenler arasında olduğu da bu boyutlarda saptanmıştır.

Araştırmada sosyal bilgiler öğretimi açısından kitle iletişim araçlarından televizyonun kullanılabilirliğine ilişkin öğretmen adayları ile yapılan görüşmeler

sonucunda televizyonun geniş kitleye ulaşma, kullanışlı, etkili ve erişim gibi özelliklerinden dolayı kullanılabileceğine yönelik görüş bildirdikleri belirlenmiştir. Ayrıca öğretmen adaylarının televizyonun sosyal bilgiler öğretim ilkelerini göz önünde bulundurarak planlı şekilde yapılan program içeriklerinin hazırlanmasının ve bu içeriklerin sosyal bilgiler öğretimine yönelik kamu spotu ve reklamlarla desteklenmesinin televizyonun sosyal bilgiler öğretiminde kullanılabilirliğine katkı sağlayacağını belirttikleri saptanmıştır.

Kitle iletişim araçlarından televizyon ve bilgisayar ile büyüyen bireylerin hayattaki problemler karşısında daha aktif ve çözümcü oldukları belirtilmektedir. Ayrıca kitle iletişim araçlarının birleştirici özelliği ile aile birliğine katkıda bulunduğu ifade edilmektedir. Kitle iletişim araçlarının bireylerin genel kültürüne düşünme gücüne ve ilgi geliştirebilmesine önemli katkılarda bulunduğu belirtilmektedir. Bunlara ek olarak çocukların zevk sahibi olmalarında ve kelime hazinelerinin genişlemesinde de etkin bir role sahip oldukları ifade edilmektedir (Koca, 2009).

Televizyonun kendinden önceki kitle iletişim araçlarından rahatlıkla faydalanabilen bir araç olduğu bilinmektedir. Televizyonun hem göze hem de kulağa hitap etmesi sunduğu olayların, kişilerin etkisini daha fazla artırdığı ifade edilmektedir (Çalışkan Ülkü, 2011). Televizyonun olumlu etkilerine bakıldığında; televizyonun temel amacının insanları eğlendirmek olduğu ifade edilmiştir (Çakır, 2005). Televizyonun aile birliğini sağlayıcı özelliğiyle birlikte seyredilen programların bireylerin kültür zenginliğine katkıda bulunması, düşünce gücünü artırması ve dünyanın her yerinden haberi, bilgiyi ulaştırması açısından bir eğitim aracı olarak kabul edilebilir. Bu noktada seyredilen televizyon programlarının niteliklerine de dikkat edilmesi fayda sağlayabilir.

Televizyon gençlerin toplumsallaşmasında önemli bir etkidir. Özellikle bireyler okulda geçirdikleri vakit kadar televizyon karşısında da vakit geçirmekte ve televizyonla eğitilmekteler. Televizyonda şiddet içerikli programların var olması televizyon karşısında uzun zaman geçiren bireylerin davranışları üzerinde etkili olduğu ifade edilmektedir. Televizyon programlarının sakıncalı içerikleri hala alıcısını bulduğu belirtilmektedir (Taylan, 2011).

Araştırmada öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının internet kullanım durumu değişkenine göre araştırmada kullanılan anketin bütün boyutların anlamlı farklılık gösterdiği saptanmıştır. Elde edilen bu sonuçlar ışığında öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle

iletişim araçlarının kullanımına ilişkin algılarının internet kullanım durumu değişkeni açısından birbirinden farklı olduğu ifade edilebilir. Ayrıca internet kullanım durumu değişkenine göre saptanan anlamlı farklılığın “İşlev” ve “Yarar” alt boyutlarında internet kullanmayanlar ile interneti ara sıra kullananlar arasında olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca anlamlı farklılığın “İşlev” ve “Yarar” alt boyutlarında internet kullanmayanlar ile interneti kullananlar arasında olduğu da tespit edilmiştir. Bunların yanında araştırmada “Kapsam” alt boyutunda bulunan anlamlı farklılığın; internet kullanmayanlar ile interneti kullananlar arasında olduğu saptanırken; “Genel” alt boyutunda internet kullanmayanlar ile interneti ara sıra kullananlar arasında anlamlı farklılığın olduğu saptanmıştır. Belirlenen sonuçlar doğrultusunda sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına ilişkin olarak kitle iletişim araçlarından interneti kullananların algılarının yüksekliği, internet kullanımının kapsamına, işlevine ve yararına yönelik öğretmen adaylarının farkındalıklarının yüksek olmasından kaynaklı olabileceği söylenebilir. Çünkü interneti kullanan öğretmen adayları kullandıkları kitle iletişim aracını fiili olarak yaşamlarında kullanmaları bu yönde algılarının yüksek şekilde oluşmasında etkili olduğu ileri sürülebilir.

Araştırmada sosyal bilgiler öğretimi açısından kitle iletişim araçlarından internetin kullanılabilirliğine ilişkin öğretmen adayları ile yapılan görüşmeler sonucunda internetin kolay ulaşılabilir, hızlı, alternatif etkinlik, içerik zenginliği ve öğretimde çeşitlilik sağlamasından dolayı kullanılabilmesine yönelik görüş bildirdikleri belirlenmiştir. Ayrıca öğretmen adayları internete kontrollü bir şekilde erişilmesi ve bilinçli kullanımının internet araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanılabilmesine olanak sağlayacağını belirttikleri tespit edilmiştir. İnterneti kullanımına ilişkin bu olumlu görüşlerinin yanında araştırmaya katılan öğretmen adaylarından bir kısmı internet araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanılmasının öğrenciler açısından bir yarar sağlamayacağını belirttikleri saptanmıştır.

Araştırmada internet kullanımında ebeveyn kontrolünün olması gerektiği öğretmen adayları tarafından belirtilmiştir. Ebeveynlerin çocukları için “gözetleyici” değil iyi birer “gözlemci” olması gereklidir. Çocuklarının ihtiyaçlarının ve meraklarının neler olduğunu fark etmeli ve uygun kaynaklara yönlendirebilmelidirler. Hayatın içinde önemli bir kavram olan “denge” burada da geçerlidir. Özellikle internet kullanan çocukların başka yaşam alanlarından geri çekildiği gözlemleniyorsa bu konuda gereken yönlendirme yapılmalıdır. Hatta gerekiyorsa uzman desteği alınmalıdır. İnternet kullanımı konusunda çocuklarını bilinçlendirmelidirler. Hayatın her alanında olduğu

gibi çocuğun ihtiyaçlarını da gözeterek internet kullanımı konusunda sınırlamalar getirilmelidir (Canver, 2010). Bu konuda Karadal (2009) yaptığı çalışmada özellikle denetimsiz ve bilinçsiz internet kullanımının öğrencilerin zayıf notlarının interneti kullanmayanlara oranla artacağını belirlemiştir. Benzer şekilde internetin bilinçsiz kullanımı öğrencinin eğitsel gelişim çizelgesinin devamlı aşağıya düşeceği bir gerçektir. Bunun yanında kontrollü ve bilinçli bir internet kullanımı öğrencinin gelişimine katkı sağlayabileceği gibi, öğrencilere olaylara farklı yönden bakma ve karşılaştırma imkânı sunabileceğinden önemli bir eğitim aracı olarak öğretim faaliyetlerine katkı sağlayabileceği söylenebilir.

Karaca (2007), insanların interneti çeşitli sebeplerle tercih ettiklerini belirtmektedir. Genel olarak internet bilgi edinme, eğitim, eğlence ve diğer günlük işlerin hızlı bir şekilde yapılabilmesi amacı ile tercih edilmekte olduğu ifade edilmiştir. Yetişkinlerin interneti daha çok eğitim ve bilgi edinmek için gençlerin ise ödev yapımı, eğlence ve sohbet için tercih ettikleri belirtilmektedir. Bu doğrultuda özellikle gençlerin eğlendirme işlevinden dolayı interneti fazla kullandıkları ifade edilmektedir.

Teknolojinin hızla ilerlemesi ve yaygınlaşması bir yandan hayatımızı kolaylaştırırken diğer yandan olumsuz bir takım faktörleri de beraberinde getirmektedir. Çağımızın en önemli buluşu internet, hayatımızın bir parçası haline gelmiş fakat aşırı ve kontrolsüz kullanımı, internetin problemli bir şekilde kullanılmasına neden olmuştur (Peker, 2013). Sevindik'e (2011) göre, problemli internet kullanımının kişilerin egzersiz yapma oranını azalttığı, beslenmesini olumsuz etkilediği, çeşitli psikolojik hastalıklara yol açarak kişiler arası ilişkilerini bozduğu, gerçek hayattan kaçmayı sanal alemde yaşamayı sağlayarak bu kişilerin kendini gerçekleştiremediği ve stresle yetersiz baş etmelerinin olduğu yetersiz olduğu görülmüştür.

Teknolojinin gelişimi ile sanal sosyal ortamların artmasına karşılık hala fiziksel yüz yüze yapılan iletişim en tercih edilenidir. İnsani yakınlık olarak hiyerarşik bir sıralama yapılması gerekirse en uzak olarak asenkron yazılı iletişim, daha az yakın gerçek zamanlı sesli iletişim ve en yakın yüz yüze iletişim gösterilebilir. Ancak gizlilik ve anonimlik açısından bakıldığında bu sıralama tam tersi yönde olmaktadır. Yazılı iletişimde bir e-postaya cevap vermek günler ya da SMS'e ise saatler alabilmesi aynı zamanda gizlilik ve anonimlik sağlaması açılarından da diğer iletişimlere göre daha esnek sayılmaktadır. Sesli etkileşim olan telefonlarda insanlar arası yakınlık daha fazla ve içerik daha zengindir ancak gerçek zamanlı olması daha az gizlilik içerir. Sanal

iletişimler yüz yüze fiziksel etkileşimden sayı ve sıklık bakımından çok daha fazla olmasına rağmen içerik ve insani boyutlar açısından zayıf kalmaktadır (Başkaya, 2010).

Araştırmada ğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler ğretiminde kullanımına ilişkin algılarının sosyal medya araçlarını kullanım durumu değişkenine göre araştırmada kullanılan anketin bütün boyutların anlamlı farklılık gösterdiği saptanmıştır. Elde edilen bu sonuçlar ışığında ğretmen adaylarının sosyal bilgiler ğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına ilişkin algılarının sosyal medya araçlarını kullanım durumu değişkeni açısından birbirinden farklı olduğu ifade edilebilir. Ayrıca sosyal medya araçlarını kullanım durumu değişkenine göre saptanan anlamlı farklılığın sosyal medya araçlarını kullanan ğretmen adayları lehine olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda sosyal bilgiler ğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına ilişkin olarak kitle iletişim araçlarından sosyal medya araçlarını kullananların algılarının yüksekliği, sosyal medya araçlarının kapsamına, işlevine ve yararına yönelik farkındalıklarının yüksek olmasından kaynaklı olabileceği söylenebilir. Çünkü sosyal medya araçlarını kullanan ğretmen adayları kullandıkları kitle iletişim aracını fiili olarak kullanmaları bu yönde algılarının oluşmasında etkili olduğu ileri sürülebilir.

Araştırmada sosyal bilgiler ğretilimi açısından kitle iletişim araçlarından sosyal medya araçlarının kullanılabilirliğine ilişkin ğretmen adayları ile yapılan görüşmeler sonucunda sosyal medya araçlarının paylaşım kolaylığı, geniş kitleye ulaşma, hızlı iletişim ve erişim gibi özelliklerinden dolayı kullanılmasının yararlı olacağı şeklinde görüş bildirdikleri saptanmıştır. Ayrıca ğretmen adaylarının sosyal medya araçlarının sosyal bilgiler ğretim ilkelerini göz önünde bulundurarak ebeveyn kontrolünde doğru bir şekilde kullanımının sosyal medya araçlarının sosyal bilgiler ğretiminde kullanılabilirliğine katkı sağlayacağını belirttikleri saptanmıştır. Bu olumlu görüşlerinin yanında araştırmaya katılan ğretmen adaylarından bir kısmı sosyal medya araçlarının sosyal bilgiler ğretiminde kullanılmasının öğrenciler açısından zararlı olabileceğini belirttikleri tespit edilmiştir. Bilinçli bir şekilde ebeveyn kontrolünün sağlanmadığı bir sosyal medya ortamının öğrencileri zararlı içeriklere yönlendirebileceği sosyal bilgiler öğretiminden uzaklaşmalarına neden olabileceğine yönelik ğretmen adaylarının görüş bildirdikleri tespit edilmiştir.

Sosyal medya aracılığı ile hayattaki güzel anlar paylaşılmakta, insanlardan güzel temenniler, kutlamalar alınabilmekte bunun yanında birçok sosyal etkinlikler düzenlenebilmektedir. Ayrıca sosyal medya aracılığı ile dünyanın her yerinden

insanlarla kolayca iletişim kurulabilmektedir. İnsanlar sosyal medya ile her türlü bilgiye erişebilmektedir (<http://gourmetdelavie.wordpress.com/2012/12/09/olumlu-ve-olumsuz-yonleriyle-sosyal-medya/>). Sosyal medya araçları bireylere çeşitli kaynaklardan bilgi ve haber toplama imkânı sağlar (Miletsky, 2010, s.78-79). Sosyal medya araçlarının bu özellikleri öğretmen adayları tarafından olumlu bir şekilde karşılanmış gerek nicel veriler gerekse de nitel veriler ile bu durumun desteklendiği söylenebilir.

Araştırmada öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının akıllı telefon kullanım durumu değişkenine göre araştırmada kullanılan anketin bütün boyutların anlamlı farklılık gösterdiği saptanmıştır. Elde edilen bu sonuçlar ışığında öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde akıllı telefonların kullanımına ilişkin algılarının birbirinden farklı olduğu ifade edilebilir. Ayrıca akıllı telefon kullanma durumu değişkenine göre saptanan anlamlı farklılığın akıllı telefon kullanan öğretmen adayları lehine olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına ilişkin olarak akıllı telefon kullananların algılarının yüksekliği, akıllı telefonların kapsamına, işlevine ve yararına yönelik farkındalıklarının yüksek olmasından kaynaklı olabileceği söylenebilir. Çünkü akıllı telefon kullanan öğretmen adayları kullandıkları kitle iletişim aracını fiili olarak kullanmaları bu yönde algılarının oluşmasında etkili olduğu kolayca söylenebilir.

Araştırmada sosyal bilgiler öğretimi açısından kitle iletişim araçlarından akıllı telefonların kullanılabilirliğine ilişkin öğretmen adayları ile yapılan görüşmeler sonucunda akıllı telefonların alternatif uygulamalar sunma olanağı verdiğini belirttikleri saptanmıştır. Bunun yanında öğretmen adaylarının akıllı telefonların sosyal bilgiler öğretimi ilkeleri doğrultusunda kullanılmasının yani amaca uygun olarak doğru kullanımının sosyal bilgiler öğretiminde akıllı telefonların kullanılabilirliğine katkı sağlayacağını belirttikleri saptanmıştır. Bu olumlu görüşlerinin yanında araştırmaya katılan öğretmen adaylarından bir kısmı akıllı telefonların sosyal bilgiler öğretiminde kullanılmasının öğrenciler açısından olumsuz etkiler doğurabileceğini belirttikleri tespit edilmiştir. Bu olumsuzluklar içerisinde teknoloji bağımlılığını ön planda tuttıkları belirlenmiştir. Ayrıca akıllı telefonların sosyal bilgiler öğretimi açısından kullanılması ailelere ek bir maliyet getireceğinden kullanımında sıkıntılar çıkabileceğini de öğretmen adayları ifade etmişlerdir.

Mobil iletişim aracı olan cep telefonları biçim olarak rahat taşınabilir olması kullanıcıların amacına hizmet ettiği ifade edilmektedir. En fazla evde ve iş yerinde

kullanıldığı belirtilen cep telefonları hayatın her alanına yayılmıştır. Cep telefonlarının kişiye özel olması onu bireylerin bir parçası haline getirdiği görülmektedir. Bireylerin cep telefonlarını istedikleri gibi kullanmaları bu araçların kullanım amaçlarını kişiden kişiye farklılık göstermesine neden olmuştur. Cep telefonları markası ve özelliklerinin çeşitliliğiyle kişiselleştirilmiş bir iletişim aracıdır (Özaşçılar, 2009). Mobil iletişim ile insanların aktif olarak yapabilecekleri bir iş ile sanal etkinliklerin aynı anda yapılabileceği belirtilmektedir. İnsanların cep telefonları ile birbirinden farklı etkinlikleri bir arada yapabilmeleri insanların birbiri ile etkileşimini artırdığı ifade edilmektedir. Ayrıca cep telefonları sadece ses ileten bir iletişim aracı değildir, oyun oynanabilen, resim ve video çekimi yapılabilen içinde birçok kitle iletişim aracının işlevini barındıran bir araçtır (Başkaya, 2010). Bu işlevler kitle iletişim araçlarının çoğunu barındırabilmektedir. Örneğin, akıllı telefonların internete bağlanmasıyla gazete içeriklerine, televizyon yayınlarına, radyo yayınlarına, sosyal medya araçlarına ulaşılabilmektedir. Bu bağlamda değerlendirildiğinde akıllı telefon çok sayıda iletişim aracının özelliğini içerisinde barındıran bir kitle iletişim aracıdır. Bundan dolayı da sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına yönelik olarak nicel ve nitel verilere göre öğretmen adaylarının yüksek düzeyde olumlu görüş bildirdikleri araştırma sonucunda tespit edilmiştir.

Kitle iletişim araçlarından gelen iletiler, bireylerin değerleriyle örtüştüğünde etki artmaktadır, örtüşmediğinde ise beklenen etkinin olmayacağı belirtilmiştir (Koptur Şen, 2008). Kitle iletişim araçları teknolojik birer araç olduğu kadar toplumsal özelliği de olan araçlardır. Modern toplumlarda insanlar artık farklı amaçlarla da olsa kitle iletişim araçları yoğun bir biçimde kullanılmakta ve bu araçların etkisi altında kalmaktadır (Çalışkan Ülkü, 2011). Ayrıca kitle iletişim araçlarına güdüleme, tartışma ortamı hazırlama ve kültürün gelişmesine katkı işlevleri bulunmaktadır (Tunç, 2006). Bu bağlamda değerlendirildiğinde araştırmada bu durum sosyal bilgiler öğretimi açısından değerlendirilmiştir. Araştırma verilerinin değerlendirmesi sonucunda sosyal bilgiler öğretim ortamında kitle iletişim araçlarının kullanılabilir olduğu sonucuna nicel ve nitel verilerin birbirini desteklemesi sonucunda ulaşılmıştır.

5.2. Öneriler

Araştırmanın sonuçları doğrultusunda şu öneriler sunulmuştur:

- Sosyal bilgiler öğretimi açısından kitle iletişim araçlarından internet kullanılırken, internet site ve reklamlarının öğrencileri olumsuz davranışlara itebilecek içeriklerden sakındırılması sağlanmalıdır.
- Kitle iletişim araçlarından sosyal medyanın sosyal bilgiler öğretiminde kullanılabilirliğini arttırmak için ebeveynlerin kontrollü olmaları gerekmektedir. Öğrencilerin yalnız başına sosyal medya ağlarını kullanmamaları gerekmektedir.
- Araştırmada kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımının uygun olacağına ilişkin olarak sosyal bilgiler öğretmen adaylarının algılarının yüksek olduğu belirlenmiştir. Araştırma sonuçları göz önünde bulundurularak özelde sosyal bilgiler öğretim programlarında genelde ise diğer derslerin öğretim programlarında kitle iletişim araçlarının kullanımına ilişkin bir planlama yapılabilir.
- Araştırmada kitle iletişim araçları ile daha yoğun bir şekilde ilişki içerisinde olan öğretmen adaylarının kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanımına ilişkin algılarının yüksek olduğu tespit edilmiştir. Öğretmen adayları içerisinde kitle iletişim araçlarının kullanımı konusunda algısının düşük olanların belirlenerek ek eğitim programları ile farkındalıklarının ve bu konuda bilgilerinin yükseltilmesi sağlanabilir.
- Yapılan çalışma bir üniversitede öğrenim gören öğretmen adayları ile yapılmıştır. Yapılacak çalışmalarda farklı üniversitelerden sosyal bilgiler öğretmen adayı dâhil edilerek kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretiminde kullanılabilirliğine ilişkin öğretmen adaylarının algıları karşılaştırılabilir.
- Bu araştırma sosyal bilgiler öğretmen adayları ile yapılmıştır. Benzer anket ve görüşme soruları sosyal bilgiler öğretmenlerine de sorularak öğretmen ve öğretmen adaylarının sosyal bilgiler öğretiminde kitle iletişim araçlarının kullanımına ilişkin görüşlerinin karşılaştırması yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Akar, E. (2010). *Sosyal medya pazarlaması*. Efil Yayınevi.
- Akay, İ. (2006). *Sosyalleşme sürecinde kitle iletişim araçları* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi.
- Akın, M. (2007). Bilgisayar ve internet teknolojilerinden yararlanmanın uygulama alan bilgisi oluşturma yönünde etkisi (Erzincan Eğitim Fakültesi örneği). *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9(2), 49-70.
- Aktaş Arnas, Y. (2005). *3-18 yaş grubu çocuk ve gençlerin kitle iletişim araçlarını kullanma*. XIV. Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresi, Çukurova Üniversitesi, Adana, <http://www.pegem.net/akademi/kongrebildiri_detay.aspx?id=100640>, 10.06.2020.
- Altunbaş, H. (2003). *Başlangıcından günümüze radyo ve radyo reklamcılığı, Türkiye’de yerel radyo istasyonlarının reklam aracı olarak kullanılışı sorunları ve model önerisi*. ((Yayımlanmamış doktora tezi). Anadolu Üniversitesi.
- Aydemir, S. (2013). *Ortaokul 8. sınıf öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeylerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Eskişehir Osmangazi Üniversitesi.
- Aydın, N. (2009). *Etkili iletişim stratejileri*. Kum Saati Yayıncılık.
- Aziz, A. (1975). *Televizyonun yetişkin eğitimindeki yeri ve önemi*. Türkiye ve Orta Doğu İdaresi Enstitüsü Yayınları.
- Ball-Rokeach, S. J., & Defleur, M. L. (2013). A dependency model of mass-media effects. *International Journal Of Public Opinion Research*, 25, 547-560.
- Baruah, T. D. (2012). Effectiveness of social media as a tool of communication and its potential for technology enabled connections: a micro-level study. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 2(5), 1-10.
- Başkaya, Z. (2010). *Mobil iletişim teknolojilerinin sosyal bir paradigma olarak türk toplumsal yaşamına etkileri ve toplumsal düzenin yeniden şekillenmesi üzerine bir araştırma* (Yayımlanmamış doktora tezi). Marmara Üniversitesi.
- Bat, M. (2012). *Dijital platformda sosyal medyanın stratejik kurumsal iletişime etkisi* (Yayımlanmamış doktora tezi). Ege Üniversitesi.
- Baym, N. K. (2010). *Personal connections in the digital age*. John Wiley & Sons

- Bilecen, N. S. (2010). *Bireylerin gazete okuma alışkanlıkları ve motivasyonları* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi.
- Blossom, J. (2009). *Content nation: Surviving and thriving as social media changes our work, our lives, and our future*. John Wiley & Sons.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2008). Social network sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak Kılıç, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Pegem Akademi.
- Can, A. (2016). *SPSS ile bilimsel araştırma sürecinde nicel veri analizi (4.Baskı)*, Pegem Akademi.
- Canver, M. (2010). Çocukların ve gençlerin dünyasında internet. <<http://www.sosyalhizmetuzmani.org/cocukinternet.htm>> 15.05.2020.
- Cerici, S. (1996). *Televizyonun sosyolojik boyutu*. Şule Yayınları.
- Creswell, J. W. (2013). *Nitel araştırma yöntemleri*. (M. Bütün ve S. B. Demir, Çev.). Siyasal Kitabevi.
- Çakır, V. (2005). *Bir sosyal etkinlik olarak eğlence ve televizyon (Konya örneği)* (Yayımlanmamış doktora tezi). Selçuk Üniversitesi.
- Çalışkan Ülkü, E. (2011). *Kitle iletişim araçlarının öğrencilerin sınıf içi davranışlarının etkisi üzerine öğretmen görüşleri* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi.
- Çelik, S. (2014). Sosyal medyanın pazarlama iletişimine etkileri. *Erciyes İletişim Dergisi "akademia"*, 3(3), 28-42.
- Çobanoğlu, Ş. (2007). *Susunluluk sarmalı ve siyasal iletişim*. Fide Yayınları.
- Duran Okur, H. (2012). *Kitle iletişimi bağlamında sosyal paylaşım sitelerinin toplumsal ilişki kurma biçimlerine etkisi (facebook örneği)* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Eraslan, L. (2016). *Sosyal medyayı anlamak*. Nobel Yayınları.
- Erlandson, D. A., Harris, E. L., Skipper, B. L., & Allen, S. D. (1993). *Doing naturalistic inquiry: A guide to methods*. Sage.
- Giddens, A. (2000). *Sosyoloji* (Çeviren: Hüseyin Özel). Ayraç
- Gökçe, O. (1996). *İletişim bilimine giriş*. Dizgi Ofset.
- Güngör, N. (2011). *İletişime giriş*. Siyasal Kitabevi.

- Gürocak, K. (2013). *Toplumsal davranışlara etkisi açısından kitle iletişim araçlarının stratejik değerlendirilmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ege Üniversitesi.
- Güveli, Z. (2008). *Kırsal kesimde gazete okuma alışkanlıkları* (Yayımlanmamış doktora tezi). Marmara Üniversitesi.
- Işık, M. (2012). *Kitle iletişim teorilerine giriş*. Eğitim Yayınevi.
- İnceoğlu, M. (2000). *Tutum-algı-iletişim*. İmaj Yayınevi.
- Java, A., Song, X., Finin, T., & Tseng, B. (2007). Why we twitter: understanding microblogging usage and communities. In *Proceedings of the 9th WebKDD and 1st SNA-KDD 2007 workshop on Web mining and social network analysis* (pp. 56-65).
- Kalaycı, Ş. (2017). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Dinamik Akademi Yayınları.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! the challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Karaca, M. (2007). *Sosyolojik bir olgu olarak internet gençliği: Elazığ örneği* (Yayımlanmamış doktora tezi). Fırat Üniversitesi.
- Karadal, Ö. (2009). *Kitle iletişim internetin Silifke ortaöğretim gençliği üzerindeki etkileri* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Cumhuriyet Üniversitesi.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? get serious! understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241-251.
- Koca, M. (2009). *Kitle iletişim araçlarının eğitim üzerinde etkileri (Sivas/merkez meslek liseleri örneği)* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Cumhuriyet Üniversitesi.
- Kocadaş, B. (2004). Kitle iletişim araçları eğitim ilişkisi. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 4(3), 129-135.
- Koca, M. (2009). *Kitle iletişim araçlarının eğitim üzerinde etkileri (Sivas/merkez meslek liseleri örneği)* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Cumhuriyet Üniversitesi.
- Koptur Şen, Ş. (2008). *Ortaöğretim öğrencilerinin suça yönelmesinde kitle iletişim araçlarının rolü (İstanbul ili Bağcılar ilçesi örneği)* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Beykent Üniversitesi.
- Kwak, H., Lee, C., Park, H., & Moon, S. (2010). What is twitter, a social network or a news media?. In *Proceedings of the 19th International Conference on World Wide Web* (591-600). ACM.

- Lietsala, K., & Sirkkunen, E. (2008). *Social media. introduction to the tools and processes of participatory economy*. Hypermedia Laboratory Net Series 17. Tampere University Press.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage Publications.
- Macbride, S. (1980). *Birçok ses tek bir dünya*. Teori Yayınları.
- MEB. (2011). *Kitle iletişimi*. <http://www.megep.meb.gov.tr>, 25.05.2020
- Merriam, S. B. (2013). *Qualitative research a guide to design and implementation* (Çev. Ed. S. Turan). Nobel Yayıncılık.
- Miletsky, J. I. (2009). *Principles of internet marketing: new tools and methods for web developers*. Cengage Learning.
- Nart, S. (2009). *1964-1980 arası TRT radyo yayın politikaları* (Yayımlanmamış doktora tezi). Ankara Üniversitesi.
- Oktay, A. (1995). *Medya ve hedonizm*. Yön Yayınları.
- Oskay, Ü. (1993). *XIX. Yüzyıldan günümüze kitle iletişiminin kültürel işlevleri*. A.Ü.S.B.F. Yayınları.
- Özaşçılar, M. (2009). *Cep telefonu kullanımının sosyolojik boyutu* (Yayımlanmamış doktora tezi). İstanbul Üniversitesi.
- Öztürk, C. (2009). *Sosyal bilgiler: Toplumsal yaşama disiplinlerarası bir bakış*. C. Öztürk (Editör). Sosyal Bilgiler Öğretimi Demokratik Vatandaşlık Eğitimi (1-32). Pegem Akademi.
- Pan, B., Maclaurin, T., & Crotts, J. C. (2007). Travel blogs and the implications for destination marketing. *Journal of Travel Research*, 46(1), 35-45.
- Payne, J. (2008). Using wikis and blogs to improve collaboration and knowledge sharing. *Strategic Hr Review*, 7(3), 5-12.
- Peker, A. (2013). *İnsani değerler yönelimli psiko-eğitim programının problemleri internet kullanımı ve siber zorbalık üzerindeki etkisi* (Yayımlanmamış doktora tezi). Sakarya Üniversitesi.
- Sarı, Ü. (2006). *Kitle kültürü ve popüler kültür bağlamında, kitle iletişim araçlarının kitle kültürüne etkileri: örnek olarak popstar Türkiye yarışması* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi.
- Sevindik, F. (2011). *Fırat üniversitesi öğrencilerinde problemleri internet kullanımı ve sağlıklı yaşam biçimi davranışlarının belirlenmesi* (Yayımlanmamış doktora tezi). İnönü Üniversitesi.

- Sledgianowski, D., & Kulviwat, S. (2009). Using social network sites: the effects of playfulness, critical mass and trust in a hedonic context. *Journal of Computer Information Systems*, 49(4), 74-83.
- Soydan, E., & Alpaslan, N. (2014). Medyanın doğal afetlerdeki işlevi. *İstanbul Journal of Social Sciences*, 7, 53-64.
- Sur, E. (2012). *İlköğretim ikinci kademe öğretmen ve öğrencilerinin medya okuryazarlığına ilişkin görüşleri* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Niğde Üniversitesi.
- Şahan, H., & Çınar, V. (2004). Kitle iletişim araçlarının spor kamuoyu üzerine etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12, 313-321.
- Taydaş, O. (2010). *Serbest zaman etkinliği olarak Facebook kullanımının yalnızlıkla ilişkisi: Cumhuriyet Üniversitesi örneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi.
- Taylan, H. H. (2011). *Televizyon programlarındaki şiddetin yetiştirme etkisi: Konya lise öğrencileri üzerine bir araştırma* (Yayımlanmamış doktora tezi). Selçuk Üniversitesi.
- Tekin, H. (2002). *Eğitimde ölçme ve değerlendirme*. Yargı Yayıncılık.
- Tokgöz, N. H. (2007). *Ortaöğretim kurumlarındaki öğrencilerin ve ailelerinin kitle iletişim araçlarıyla olan ilişkisi (Diyarbakır İli Kulp İlçesi Örneği)* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi.
- Tunç, M. (2006). *Sanat eğitiminde kitle iletişim araçlarının rolü ve önem* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi.
- Tutar, H., & Yılmaz, M. K. (2003). *Genel iletişim*. Nobel Basımevi.
- Ünür, E. (2016). Geleneksel medyanın nasıl kullanıldığına ilişkin bir inceleme: dizilerin twitter kullanımı. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 20(1), 144-161.
- Vivian, J. C. (1997). *The media of mass communication*. Pearson Education.
- Windahl, S., & Mcquail, D. (2005). *İletişim modelleri*. İmge Yayınları.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2016). *Nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Zarella, D. (2009). *The social media marketing book*. Beijing-Cambridge-Farnham-Köln-Sebastopol-Taipei-Tokyo: O'Reilly Media, Inc.
- <https://dijilopedi.com/2019-turkiye-internet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>, 01.05.2020.
- <http://gourmetdelavie.wordpress.com/2012/12/09/olumlu-ve-olumsuz-yonleriyle-sosyal-medya/>, 10.05.2020.

EKLER

Ek-1. Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kitle İletişim Araçlarını Kullanım Anketi

SOSYAL BİLGİLER ÖĞRETİMİNDE KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARINI KULLANIM ANKETİ

Bu anket formu İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Sosyal Bilgiler Eğitimi Bilim Dalı'nda yürütülmekte olan “Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Algılarına Göre Kitle İletişim Araçlarının Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kullanımı” başlıklı yüksek lisans tez çalışması için yapılmaktadır. Sizlerden edinilecek bilgiler tamamen bilimsel amaçlı kullanılacaktır. Katkılarınız bizim için önemlidir. Şimdiden değerli katkılarınızdan dolayı teşekkür ederiz.

Doç. Dr. Erol KOÇOĞLU
İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi
Tez Danışmanı

İrem Nur KARACA
İnönü Üniversitesi
Sosyal Bilgiler Eğitimi Bölümü
Yüksek Lisans Öğrencisi

1- Lütfen kişisel bilgilerinize eksiksiz cevap veriniz.

KİŞİSEL BİLGİLER		
1	Cinsiyet	Kadın () Erkek ()
2	Öğrenim Görülen Sınıf	1 () 2 () 3 () 4 ()
3	Gazeteleri takip etme durumu	Takip Etmem () Ara Sıra Takip Ederim () Takip Ederim ()
4	Radio dinleme durumu	Dinlemem () Ara Sıra Dinlerim () Dinlerim ()
5	Televizyon izleme durumu	İzlemem () Ara Sıra İzlerim () İzlerim ()
6	İnternet Kullanma Durumu	Kullanmam () Ara Sıra Kullanırım () Kullanırım ()
7	Sosyal Medya Araçlarını Kullanım Durumu	Kullanırım () Kullanmam ()

8	Akıllı Telefon Kullanım Durumu	Kullanırım () Kullanmam ()
---	---------------------------------------	---------------------------------

II. BÖLÜM.

	No		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Orta Düzeyde Katılıyorum	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
KAPSAM	1	Kitle iletişim araçları sosyal bilgiler eğitimine yönelik ihtiyaç duyulan etkinlikleri kapsayabilir.					
	2	Kitle iletişim araçları küresel bir iletişim aracı olarak sosyal bilgiler <u>öğrenenler</u> için kullanılabilir.					
	3	Kitle iletişim araçları küresel bir iletişim aracı olarak sosyal bilgiler <u>öğretenler</u> için kullanılabilir.					
	4	Kitle iletişim araçlarından TV aracılığıyla sosyal bilgiler dersi etkinlikleri düzenlenebilir.					
	5	Kitle iletişim araçlarından <u>akıllı telefonlar</u> aracılığıyla sosyal bilgiler dersi etkinlikleri düzenlenebilir.					
	6	Kitle iletişim araçlarından <u>sosyal medya araçları</u> aracılığıyla sosyal bilgiler dersi etkinlikleri düzenlenebilir.					
	7	Kitle iletişim araçlarından <u>internet tabanlı</u> araçlarla aracılığıyla sosyal bilgiler dersi etkinlikleri düzenlenebilir.					
	8	Kitle iletişim araçlarından <u>radio</u> aracılığıyla sosyal bilgiler dersi etkinlikleri düzenlenebilir.					
	9	Kitle iletişim araçlarından <u>gazeteler</u> aracılığıyla sosyal bilgiler dersi etkinlikleri düzenlenebilir.					
	10	Kitle iletişim araçları aracılığıyla verilecek sosyal bilgiler eğitimi, <u>öğrenciler</u> için yeni ihtiyaçlar ortaya çıkarabilir.					
	11	Kitle iletişim araçları aracılığıyla verilecek sosyal bilgiler eğitimi <u>öğretmenler</u> için yeni ihtiyaçlar ortaya çıkarabilir.					
	12	Kitle iletişim araçları örgün öğretimde gerek duyulmayan yeni ihtiyaçları ortaya çıkarabilir.					
İŞLEV	13	Kitle iletişim araçları bireyin öğrenme sürecinde dikkat düzeyini arttırabilir.					
	14	Kitle iletişim araçları öğrenme ortamını eğlenceli hale getirebilir.					
	15	Kitle iletişim araçları öğrenme sürecinde ayırt edici uyarıcı olarak kullanılabilir.					
	16	Kitle iletişim araçları toplumsal ve küresel ihtiyaçlarımız konusunda farkındalık yaratabilir.					
	17	Kitle iletişim araçları öğrenciler arasında yaratıcı ürünler ortaya koymak amacıyla kullanılabilir.					
	18	Kitle iletişim araçları sosyal bilgiler kazanımlarının akılda					

		kalıcılığını sağlamada farklı araçların kullanımına olanak sağlayabilir.					
	19	Kitle iletişim araçları öğrenciler arasındaki yarışmalarda rekabeti artıran bir araç olarak kullanılabilir.					
	20	Kitle iletişim araçları öğretim ortamında yeni bakış açıları, yeni anlayışlar kazanılmasını sağlayabilir.					
	21	Kitle iletişim araçları öğrenme ortamı ve sürecini birbirinden farklı kaynaklar ile pekiştirebilir.					
	22	Kitle iletişim araçları bir motivasyon aracı olarak kullanılabilir.					
	23	Kitle iletişim araçlarının sosyal bilgiler öğretim ortamlarını daha güncel hale getirebilir.					
	24	Kitle iletişim araçları ile soyut konuların çeşitli örneklerle daha anlaşılır bir biçimde öğretilmesi sağlanabilir.					
YARAR	25	Kitle iletişim araçları tekrar ulaşma olanağı sağlaması açısından sosyal bilgiler eğitiminde öğrenciler için kolaylıklar sağlayabilir.					
	26	Kitle iletişim araçları tekrar ulaşma olanağı sağlaması açısından sosyal bilgiler eğitiminde öğretmenler için kolaylıklar sağlayabilir.					
	27	Kitle iletişim araçları sosyal bilgiler eğitiminde kitleleri topluca bilgilendirme olanağı sağlayabilir.					
	28	Kitle iletişim araçları aracılığıyla sosyal bilgiler eğitiminde ders içerikleri zenginleştirilebilir.					
	29	Kitle iletişim araçları sosyal bilgiler eğitiminde ailelerin eğitime katılmasına olanak sağlayabilir.					
	30	Kitle iletişim araçları öğrenme şekillerini birden çok duyu organına hitap ederek çeşitlenmesini sağlayabilir.					
	31	Kitle iletişim araçları sosyal bilgiler dersi kazanımlarının öğretiminde öğretmenlere alternatif görsel araç kullanma olanağı sağlayabilir.					
	32	Kitle iletişim araçları uzunca açıklanabilecek birçok konuyu pratik olarak anlatma olanağı sağlayabilir.					
	33	Kitle iletişim araçları ulusal sosyal bilgiler eğitim modellerinin paylaşılmasına katkı sağlayabilir.					
	34	Kitle iletişim araçları küresel sosyal bilgiler eğitim modellerinden yararlanılmasına katkı sağlayabilir.					
	35	Kitle iletişim araçları aracılığıyla her kesimden, her yaştan, her coğrafyadan öğrenciye anında ve hızlı ulaşılmasına katkı sağlayabilir.					
	36	Kitle iletişim araçları her kesimden, her yaştan, her coğrafyadan öğrenciye yönelik ayrı içerikler üretmeye katkı sağlayabilir.					

Ek-2. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu

Soru-1: Sosyal Bilgiler öğretimi açısından kitle iletişim araçlarından gazetenin kullanılabilirliğini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Soru-2: Sosyal Bilgiler öğretimi açısından kitle iletişim araçlarından radyonun kullanılabilirliğini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Soru-3: Sosyal Bilgiler öğretimi açısından kitle iletişim araçlarından televizyonun kullanılabilirliğini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Soru-4: Sosyal Bilgiler öğretimi açısından kitle iletişim araçlarından internetin kullanılabilirliğini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Soru-5: Değerler eğitimi açısından sosyal medya araçlarının kullanılabilirliğini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Soru-6: Sosyal Bilgiler öğretimi açısından kitle iletişim araçlarından akıllı telefonların kullanılabilirliğini nasıl değerlendiriyorsunuz?

