



T.C.

AĞRI İBRAHİM ÇEÇEN ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

TÜRKÇE VE SOSYAL BİLİMLER EĞİTİMİ ANABİLİM DALI

SOSYAL BİLGİLER EĞİTİMİ BİLİM DALI

**SOSYAL BİLGİLER ÖĞRETMENLERİNİN SOSYAL MEDYA VE
DEĞERLER EĞİTİMİ ÜZERİNE GÖRÜŞLERİ: BİTLİS-AHLAT ÖRNEĞİ
ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA**

Yüksel ASLAN

Yüksek Lisans Tezi

Doç. Dr. Emine TEYFUR

AĞRI-2021

(Her hakkı saklıdır.)

**SOSYAL BİLGİLER ÖĞRETMENLERİNİN SOSYAL MEDYA VE
DEĞERLER EĞİTİMİ ÜZERİNE GÖRÜŞLERİ: BİTLİS-AHLAT ÖRNEĞİ
ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TEZ YÖNETİCİSİ

Doç. Dr. Emine TEYFUR

AĞRI-2021

TEZ BİLDİRİM SAYFASI

16/08/2021

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğine göre hazırlamış olduğum Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Sosyal Medya ve Değerler Eğitimi Üzerine Görüşleri: Bitlis-Ahlat Örneği Üzerine Nitel Bir Araştırma” adlı tezin tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin kâğıt ve elektronik kopyalarının Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

Lisansüstü Eğitim-Öğretim yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim.

☒ Tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.

☐ Tezim sadece Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.

☐ Tezimin yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.

16.08.2021

Yüksel ASLAN

TEZ KABUL TUTANAĞI

TEZ KABUL VE ONAY TUTANAĞI

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Doç. Dr. Emine TEYFUR danışmanlığında, Yüksel ASLAN tarafından hazırlanan bu çalışma 16/08/2021 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan: Prof. Dr. Ogün COŞKUN

İmza:

Jüri Üyesi: Doç. Dr. Emine TEYFUR

İmza:

Jüri Üyesi: Doç. Dr. Suat POLAT

İmza:

Yukarıdaki imzalar adı geçen öğretim üyelerine ait olup;

Enstitü Yönetim Kurulunun .../.../201.. tarih ve / nolu kararı ile onaylanmıştır.

.... /...../.....

Prof. Dr. İbrahim HAN

Enstitü Müdürü

ÖZET
YÜKSEK LİSANS TEZİ
SOSYAL BİLGİLER ÖĞRETMENLERİNİN SOSYAL MEDYA VE
DEĞERLER EĞİTİMİ ÜZERİNE GÖRÜŞLERİ: BİTLİS-AHLAT ÖRNEĞİ
ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA

Yüksel ASLAN
Tez Danışmanı: Doç. Dr. Emine TEYFUR
2021, 85 sayfa

Jüri:
Prof. Dr. Ogün COŞKUN
Doç. Dr. Emine TEYFUR
Doç. Dr. Suat POLAT

Okullarda görev alan ve toplumun geleceği için çalışan öğretmenler, sosyal medyanın bilinçli kullanılması ve bu konuda gençlerin doğru yönlendirilmesi hususlarında önemli bir konuma sahiptirler. Bu çalışmada sosyal bilgiler öğretmenlerinin sosyal medyanın değerler eğitimi ile ilişkisi ve bu durumun etkileri üzerine görüşleri incelenmiştir. Çalışmanın amacı, sosyal bilgiler öğretmenlerinin sosyal medya ve değerler eğitimi hakkındaki görüş ve önerilerinin değerlendirilmesidir. Bu kapsamda 2020-2021 öğretim yılında Bitlis/Ahlat'ta bulunan ortaokullarda görev yapmakta olan 15 sosyal bilgiler öğretmeninden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile veri toplanmıştır. Toplanan veriler nitel analiz tekniklerinden içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Öğretmenlerin sosyal medya ve değerler eğitimine olan etkileri konusundaki görüş ve beklentileri kendi alanları, sosyal medyanın etki alanları, öğrenciler ve öğrencilerin doğru yönlendirilmeleri kapsamında değerlendirilmiştir. Yapılan analizler sonrasında ulaşılan bulgulara göre; öğretmenlerin yalnızca kendi alanlarında değil; toplumsal ve kişisel tüm değerler üzerinde sosyal medyanın etki sahibi olduğu ve sosyal medya kullanan tüm insanların ortak bilinç hususunda özenli olması gerekliliği anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Değerler Eğitimi, Toplumsal Değerler, Sosyal Bilgiler, Sosyal Bilgiler Eğitimi.

ABSTRACT
MASTER’S THESIS
THE OPINIONS OF SOCIAL SCIENCE TEACHERS ON SOCIAL
MEDIA AND VALUES EDUCATION: A QUALITATIVE RESEARCH ON
THE CASE OF BITLIS-AHLAT

Yüksel ASLAN
Advisor: Assoc Prof. Dr. Emine TEYFUR
2021, Page: 85

Jury:
Prof. Dr. Ogün COŞKUN
Assoc. Prof. Dr. Emine TEYFUR
Assoc. Prof. Dr. Suat POLAT

Teachers working in schools and working for the future of society have an important position in the conscious use of social media and in guiding young people in this regard. The aim of the study is to evaluate the opinions and suggestions of social studies teachers about social media and values education. In this context, data were collected by semi-structured interview technique from 15 social studies teachers working in secondary schools in Bitlis/Ahlat in the 2020-2021 academic year. The collected data were analyzed by content analysis method, one of the qualitative analysis techniques. The views and expectations of teachers on social media and its effects on values education have been evaluated within the scope of their own fields, impact areas of social media, and correct orientation of students and students. According to the findings obtained after the analysis; teachers are not only in their field; It has been understood that social media has an effect on all social and personal values and that all people using social media should be attentive to the common consciousness.

Keywords: Social Media, Values Education, Social Values, Social Studies, Social Studies Education.

TEŞEKKÜR

Bu çalışmayı hazırlamamda en yoğun zamanlarında bile bana destek olan değerli hocam tez danışmanım **Doç. Dr. Emine TEYFUR’a** desteklerinden dolayı çok teşekkür ederim. Ayrıca savunma sınavı öncesi ve sonrasında tezimle ilgili yaptıkları değerlendirmelerle bana yardımcı olan değerli hocalarım **Prof. Dr. Ogün COŞKUN** ve **Doç. Dr. Suat POLAT’a** teşekkürü bir borç bilirim. Tez hazırlama süreci boyunca sürekli bana destek olan **eşime** ve bu çalışmaya gönüllü olarak katılıp destek veren **meslektaşlarıma** çok teşekkür ederim.

16/08/2021

Yüksel ASLAN

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	1
ABSTRACT	2
TEŞEKKÜR.....	3
İÇİNDEKİLER.....	4
TABLolar DİZİNİ	7
GRAFİK DİZİNİ.....	8
BİRİNCİ BÖLÜM.....	9
1. GİRİŞ	9
1.1. Araştırmanın Amacı	11
1.2. Sınırlılıklar.....	12
1.3. Temel Varsayımlar	12
1.4. Temel Terim ve Kavramlar	12
İKİNCİ BÖLÜM.....	14
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR.....	14
2.1. Sosyal Medya	14
2.1.1. Sosyal Medya Kavramı	14
2.1.2. Sosyal Medya ve Temel Kavramları.....	17
2.1.3. Sosyal Medyanın Özellikleri.....	18

2.1.4.	Sosyal Medya Platformları ve İşlevleri	20
2.1.5.	Sosyal Medyanın Kullanım Alanları.....	22
2.1.6.	Sosyal Medyanın Medya ve Kullanıcı Boyutu	24
2.2.	Değer Kavramı	27
2.2.1.	Değer Kavramının Tanımı	27
2.2.2.	Değerlerin Özellikleri.....	29
2.2.3.	Değerlerin İşlevleri.....	31
2.3.	Değerler Eğitimi	31
2.3.1.	Dünya’da ve Türkiye’de Değerler Eğitimi.....	33
2.4.	Sosyal Bilgiler Öğretiminde Değerler Eğitimi	37
2.5.	İlgili Araştırmalar	40
2.5.1.	Yurt İçinde Yapılan Çalışmalar.....	40
2.5.2.	Yurt Dışında Yapılan Çalışmalar	44
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM.....		46
3.	YÖNTEM.....	46
3.1.	Yöntem	46
3.2.	Çalışma Grubu.....	46
3.3.	Veri Toplama Araçları.....	46
3.4.	Uygulama Süreci	47

3.5. Verilerin Analizi.....	47
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM.....	48
4. BULGULAR.....	48
4.1. Araştırmanın Birinci Sorusuna İlişkin Bulgular.....	48
4.2. Araştırmanın İkinci Sorusuna İlişkin Bulgular.....	52
4.3. Araştırmanın Üçüncü Sorusuna İlişkin Bulgular	57
4.4. Araştırmanın Dördüncü Sorusuna İlişkin Bulgular.....	60
BEŞİNCİ BÖLÜM.....	64
5. TARTIŞMA VE SONUÇ	64
5.1. Tartışma.....	64
5.2. Sonuç ve Öneriler	67
KAYNAKÇA	70
İnternet Adresleri:	77
EKLER	78
Ek -1. Araştırma İzni	78
Ek-2. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu	80
Ek-3. Öğretmen Kişisel Bilgi Formu.....	81
Ek-4. Araştırma Soruları.....	82

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 2.1. Yenilenen Müfredatlarda Değerler ve Değerlerle İlişkili Tutum ve Davranışlar	35
Tablo 4.1. Araştırmanın Birinci Sorusunu İlişkin Bulgular	48
Tablo 4.2. Araştırmanın İkinci Sorusuna İlişkin Bulgular	52
Tablo 4.3. Araştırmanın Üçüncü Sorusuna İlişkin Bulgular	57
Tablo 4.4. Araştırmanın Dördüncü Sorusuna İlişkin Bulgular	61

GRAFİK DİZİNİ

Grafik 2.1. Ülkelere Göre İnternet Kullanıcıları (%).....	15
Grafik 2.2. Ülkelere Göre Aylık Sosyal Medya Kullanımı.....	16
Grafik 2.3. Ülkelere Göre Sosyal Medya Kullanıcı Sayılarında Yıllık Değişim Oranı (%).....	17
Grafik 2.4. Sosyal Medya Platformlarına Göre Aylık Aktif Kullanıcı Sayıları (Milyon)	22



BİRİNCİ BÖLÜM

1. GİRİŞ

Günümüzde teknolojik ve bilimsel gelişmeler çok büyük bir değişim yaşamaktadır. Bu gelişmelerin ışığında oldukça çeşitli olan kitle iletişim araçlarının içerisinde özellikle telefon önemli bir yere sahip olmuş ve internet bağlantısı ile kısa zamanda birçok insanla iletişim gerçekleştirilebilmiştir. Kişilerarası karşılıklı etkileşimin yaygınlaştığı en önemli platformlar sosyal medya araçlarıdır. Bu araçlar Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp gibi isimlerle anılmaktadır. Kullanılan sosyal medya araçları kişiler arası iletişimde farklı bir nitelik gerçekleştirmiştir.

İnsanlar günlük hayatları ile ilgili yaşadıkları duygu ve düşüncelerini paylaşımlar yaparak diğer insanlarla bağlantı kurmaya çalışmaktadır. Bu durum sosyalleşme alanında farklı bir boyut oluşturmaya başlamıştır. Dolayısıyla kişilerin sosyolojik olarak kendi sahip oldukları psiko-sosyal özelliklerini sosyal medya araçlarıyla bağlantı kurmada kullanmaktan çekinmedikleri görülmektedir. Bu durum kişilerin fikir ve inançlarını diğer insanlara aktarmakta çok geniş ortamlar meydana getirmiştir. Kişilerin kendilerine ait oluşturdukları tüm psiko-sosyal özellikleri aile içerisinde şekillenmeye başlar. Fakat günümüzde tüm sosyal medya araçları vasıtasıyla bu özellikler değişime açık bir hale gelmektedir. İnsanlar duygu ve düşüncelerini belirtebilmekte; resim, video, müzik gibi paylaşımlarla yeni bir iletişim ve sosyalleşme alanı oluşturmaktadır (Doğan, 2004). Bireylerin bu bağlamda, iletişim kurmak ve sosyal alan oluşturmak için kullandıkları sosyal ağlar; düşünce, inanç ve değerleri aktarmada da kişilere sonsuz bir mecra ortaya çıkarmıştır.

İnsanlar küçük yaşlardan itibaren aile ortamında kendi düşüncelerini ve değerlerini oluşturmaya başlarlar. Oluşturdukları bu düşünce ve değerler; ilk olarak ailede sonrasında okul ve toplumsal yaşamda anlam kazanmaya başlar. Bireyler değer yargılarını oluştururken sadece aile, okul ve sosyal çevreden etkilenmezler. Sosyal medya ve kitle iletişim araçları da bu değerlerin oluşturulmasında etkili olmaya başlamıştır. Bu değerlerin oluşturulmasında sosyal medyanın ve kitle iletişim araçlarının gücü azımsanmayacak derecede büyüktür (Turan ve Nazıroğlu, 2016). Bu

güç genel ağ aracılığıyla tüm dünyayı etkileyecek duruma gelmiştir. Kısacası diğer devletlerde var olan değerler, yaşam tarzları, olaylar ve olgular farklı ülke bireylerinin kanaatlerini ve değerlerini oluşturmada etkili olmaya başlamıştır.

Modern dünyanın hızlı bir değişim içinde oluşunun siyasi, ekonomik, kültürel ve dini açıdan birey ve toplumlar üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkileri olmuştur. Modern dünyanın bu hızlı değişiminin olumsuz etkileri bakımından en çok etkilediği alan ahlak olmuştur. Elli yıl öncesine kadar batılı insanlar arasında bile kabul edilmeyen davranışlar günümüzde kabul görmeye başlamıştır. Ancak sonuçta daha mutlu, huzurlu, paylaşımcı, barış ve huzur dolu bir hayat beklenirken tam aksi şekilde olmuş ve insanlık küresel anlamda sonucu kestirilemeyecek tarzda bir kaosa itilmiştir (Köylü, 2007). Bu durum ise pek çok ülkeyi tek bir konuya odaklamıştır: Değerler Eğitimi. Değerlerin korunması ve gelecek nesillere aktarılması her çağda eğitimin hem konusu hem hedefi olmuştur. Değerlerin yeterince korunduğu toplumlarda bireysel ve kitlesel huzur hâkimdir. Ahlâkî değerler, bireyleri her zaman olumluya yönlendirerek, olumlu davranış ve eylem imkânı sağlar.

Günümüz dünyasında değişen yaşam koşulları ve gelişen teknoloji insanları her ne kadar ileriye götürüyormuş gibi görünse de beraberinde birçok problemi getirmiştir. Uzunca bir süre göz ardı ettiğimiz maddi ve manevi değerlerimizi bireylere tekrar kazandırma çabaları işte bu sorunlarının çözümü için yapılacak en mühim çalışmalardır. Zira insanı insan yapan, geçmişi, kişilik özellikleri ve idealleridir diyebiliriz. Bu durum milletler için de söz konusudur. Bir milleti millet yapan; kültürü tarihi ve ortak değerleridir. Bir kişi günlük hayatta karşılaştığı sorunlara çözüm üretirken, kendi sorun çözme yöntemiyle değerleri arasında bocalama yaşarsa, ortaya kendisiyle barışık olmayan sağlıklı çelişkili bir insan yapısı ortaya çıkar (Tarhan, 2011). İnsanın, (dolaylı yoldan) toplumun iyi olması hangi değerlere bağlıysa o değerler, toplumun kültürü ve idealleriyle sentezlenerek bireye aktarılmalıdır.

İnsanlar, değerlerini gelecek kuşaklara aktarabilmek için çalışmalar yürütmektedir. Bu çaba toplumsallaşma sürecinde kendini göstermekle birlikte toplumsal yaşamdaki her tür davranış ve tutum, değerlere göre algılanıp değerlendirilmektedir. Değerlerin davranışa dönüşmediği noktada değerlere yüzeysel

bağlanma gibi birtakım durumlar ortaya çıkmaktadır. Bu durum eğitimciler, aydınlar, yönetici ve siyasetçiler tarafından fark edilmiş ve bu soruna yönelik çalışmalara hızla başlanmıştır (Kılıç vd., 2018). Bu çalışmalar sonucunda bireyden beklenen hedef, içinde yaşadığı toplumun değerlerini kavrayarak bunları olgu ve olaylara yaklaşımında ve davranışlarında ölçüt olarak kullanmasıdır (Kıncal, 2002). Bireyler aile, yakın çevre ve okullardan, kendilerinden beklenen değer ve olguları kazanmak için çaba göstermektedirler.

Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de özellikle eğitim kurumlarında değerlere verilen önem son yıllarda artış göstermiştir. En son yapılan düzenlemeyle Milli Eğitim Bakanlığı, Eğitim Öğretim programlarında “Değerler Eğitimi” bölümüne yer vermiştir. Bu bölümde öğrencilere 10 adet değer kazandırılması amaçlanmaktadır. Bu değerler; adalet, dostluk, dürüstlük, özdenetim, sabır, saygı, sevgi, sorumluluk, yardımseverlik ve vatanseverliktir. Bu değerlerin öğrencilere aktarılıp davranış ve tutuma dönüştürmeleri hedeflenmektedir (MEB, 2005).

1.1.Araştırmanın Amacı

Gelişen teknolojilerle birlikte internet hayatın her evresinde yer alan bir olgu haline gelmiştir. Gerek bilgiye ulaşma gerek alışveriş yapma gerek sosyalleşme gibi amaçlar taşıyan internet kullanımı en çok tercih edilen kitle iletişim aracı haline gelmiştir. Bilginin hızlı yayılması ve bir anda büyük kitlelere ulaşması aynı zamanda bu bilgilerin kitleler üzerinde etkiler yaratmasına da yol açmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, Sosyal Bilgiler öğretmenlerinin sosyal medya ve değerler eğitimi hakkındaki görüş ve önerilerinin değerlendirilmesidir. Bu bağlamda araştırmada şu soruların yanıtları aranmıştır:

- Sosyal medya kullanımının değerler eğitimine olan etkisi nedir?
- Değerler eğitimi ile sosyal medya arasında nasıl bir ilişki vardır?
- Değerler eğitiminde sosyal medyanın öğrenciler üzerindeki olumlu etkileri nelerdir?

- Değerler eğitiminde sosyal medyanın öğrenciler üzerindeki olumsuz etkileri nelerdir?

1.2. Sınırlılıklar

Araştırma kapsamında elde edilmiş olan verilerin değerlendirilmesinde;

- Araştırma, 2020-2021 eğitim-öğretim yılında Bitlis/Ahlat'ta yer alan orta okullar ve bu okullarda görev yapmakta olan öğretmenler ile sınırlı tutulmuştur.
- Aynı zamanda bu araştırma, ortaya konulan sorunla alakalı olarak yapılmış olan literatür taraması, bu konuya dair görüşlerin alınmasında kullanılmış olan görüşme soruları ve katılımcıların sorulara vermiş oldukları yanıtlarla sınırlı tutulmaktadır.

1.3. Temel Varsayımlar

- Araştırmaya katılan öğretmenlerin, soruların tamamını okuyarak ve anlayarak yanıtladıkları varsayılmıştır.
- Araştırmaya katılan öğretmenlerin soruları cevaplarken gerçek duygularını ve düşüncelerini ifade ettikleri varsayılmıştır.
- Araştırmaya katılan öğretmenlerin soruları cevaplamak için yeterli zaman ayırdıkları ve böylelikle daha güvenilir yanıtlar verdikleri varsayılmıştır.

1.4. Temel Terim ve Kavramlar

Sosyal Medya; bireylerin, toplulukların ve kuruluşların kolayca erişilebilen, kullanıcılar tarafından oluşturulan; içerikler, birlikte oluşturmalar, değişiklikler, paylaşımlar yapabilmelerini ve etkileşim kurmalarını sağlayarak bir toplulukla işbirliği yapmalarını, bağlantı kurmalarını ve oluşturmalarını sağlayan web tabanlı hizmetidir (McCay-Peet ve Quan-Haase, 2017).

Değerler Eğitimi; sosyal düzenin inşa edilmesi noktasında toplumun üyelerinin birlikte yaşamasını sağlayan etkenler yasalar ve değerlerdir (Aydın ve Akyol, 2012).

Sosyal Bilgiler Eğitimi; Sosyal Bilgiler eğitimi; bilişsel, duyuşsal ve devinişsel alandaki gelişmelerdeki dengeyi gözeten, 21. yüzyılın isteklerine uygun olarak sosyal yönden etkin vatandaş eğitimine yönelik öğretim ilkelerinin benimsendiği bir eğitim alanıdır (Duman ve İkiel, 2002).



İKİNCİ BÖLÜM

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1.Sosyal Medya

2.1.1. Sosyal Medya Kavramı

Sosyal medya, bireylerin kendi görüşlerini rahatlıkla paylaşabildiği, alakalı ya da alakasız herhangi bir konuda yorumda bulunabildiği ve başka insanların görüş ve önerilerini görüntüleyebildiği bir platform olarak yaşamımızda mühim bir yer sahibi olmuştur. Bireyler, sosyal anlamda sahip oldukları çevreyi genişletebilme, duygu ve düşüncelerini paylaşabilme, tecrübelerini paylaşabilme ve topluluklara erişebilme maksadıyla sosyal medya araçlarını kullanmaktadırlar. Sosyal medya platformları aracılığıyla markalarla alakalı deneyimler, paylaşılan görüş ve yorumlar farklı kullanıcılar açısından da belirleyici bir unsur olmaktadır (Vardarlıer, 2016).

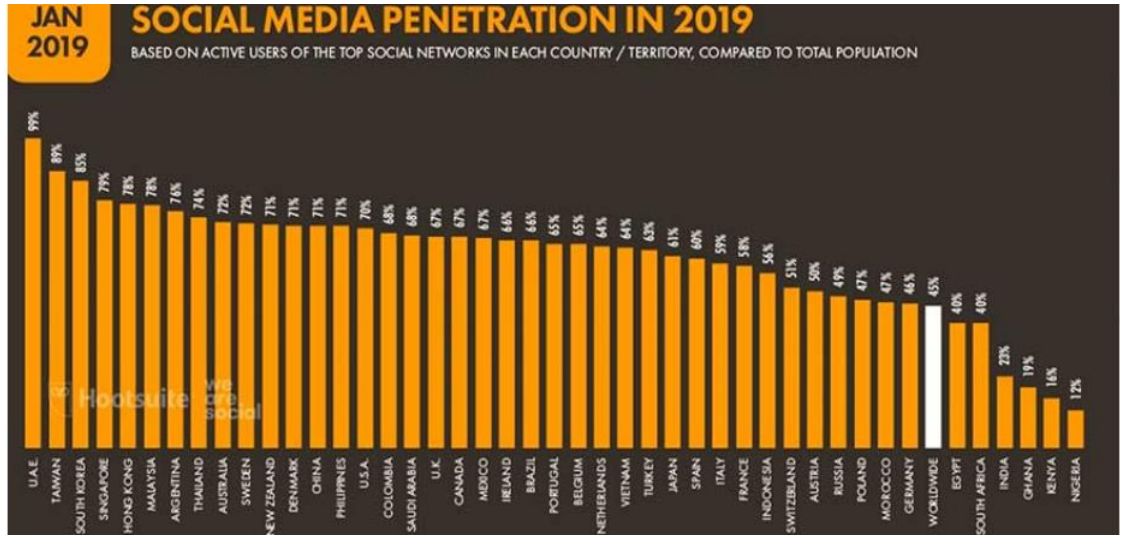
Sosyal medyada her internet kullanıcısının içerik üretebiliyor olması sonucunda sonsuz sayıda içerik sosyal ağlar üzerinden yayılmaktadır. Sosyal ağlar sayesinde çok farklı bakış açıları ve yaklaşımlar büyük kitlelere ulaşabilmektedir. Gittikçe artan internet kullanıcı sayısı günlük hayatı kolaylaştırmaya yönelik uygulamaların internet ortamına uyarlanmasını gerekli kılmıştır. Günlük hayatta daha uzun zamanda tamamlanabilecek işlemlerin internet ortamında daha kısa sürede tamamlanabilmesi zamanı kısıtlı olan kullanıcıların internet kullanımını ilk tercihi haline getirmektedir.

We Are Social ve Hootsuite tarafından yayınlanan “Digital in 2019” raporuna göre 7,594 milyar olan Dünya nüfusunun %53’ü (4,021 milyar) internet kullanmaktadır (www.wearesocial.com). Dünya nüfusunun yarısından fazlasının internet kullanıyor olması, insanların işlemlerini internet üzerinden yürütme taleplerini de arttırmaktadır. Kullanıcıların yoğunluğu çok çeşitli görüşlerin var olmasına sebep olmakta ve bu durum farklı beklentilere göre çeşitli sosyal platformların oluşmasına neden olmaktadır. Kullanıcıların çeşitli beklentilerine göre birden fazla sosyal platform farklı kullanım özellikleri ile farklılaşmıştır. Dünya nüfusunun %42’si (3,196 milyar) aktif sosyal medya kullanıcısıdır. Mobil kullanımının artışı ile doğru orantılı

olarak aktif sosyal medya kullanıcı sayısı da artış göstermektedir. İnsanlar mobil üzerinden de sosyal platformlara bağlanarak gün içinde aktifliğini sürdürmektedir. Dünya nüfusunun %68'i (5,135 milyar) mobil kullanıcı olup, sosyal medyaya mobil kullanım ile bağlanan aktif kullanıcı nüfusun %39'unu (2,958 milyar) oluşturmaktadır. Gelişen teknoloji ile birlikte internet kullanımının daha da artacağı düşünülebilir (www.wearesocial.com).

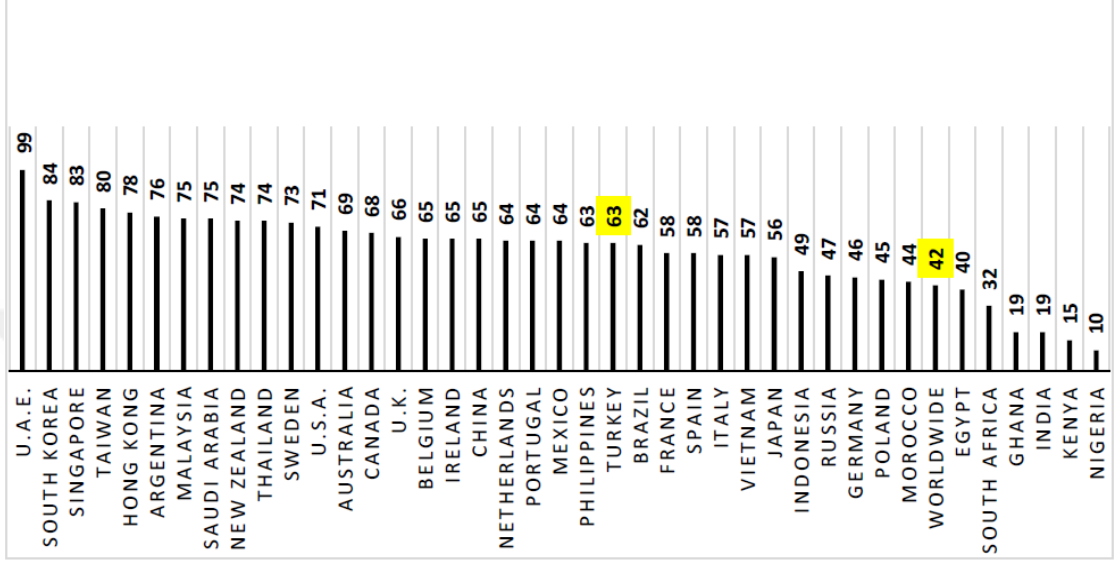
Digital in 2019 raporuna göre 2017 yılına kıyasla 2018 yılında internet kullanıcılarının sayısı %7 oranında artış göstermiştir. Sosyal medya kullanımı ise artan 362 milyon aktif kullanıcı ile %13 artış göstermiştir. Sosyal medyaya mobil cihaz ile erişen kullanıcı sayısı %14 oranında artmıştır. Kullanıcı sayılarında devamlı bir artış sosyal medyanın gelişimini de hızlandırmaktadır (www.wearesocial.com). Bilginin kullanıcılara hazır sunulması, zaman ve mekân sınırının olmayışı sosyal medyanın önemini arttırmaktadır.

Ülkelere göre internet kullanım verileri incelendiğinde, Birleşik Arap Emirlikleri'nin nüfusa göre %99 oranında internet kullanıcısına sahip olarak 1. sırada yer aldığı görülmektedir. Türkiye'de internet kullanımının %63 oranı ile dünya ortalamasının üzerinde olduğu görülmektedir (Grafik 2.1).



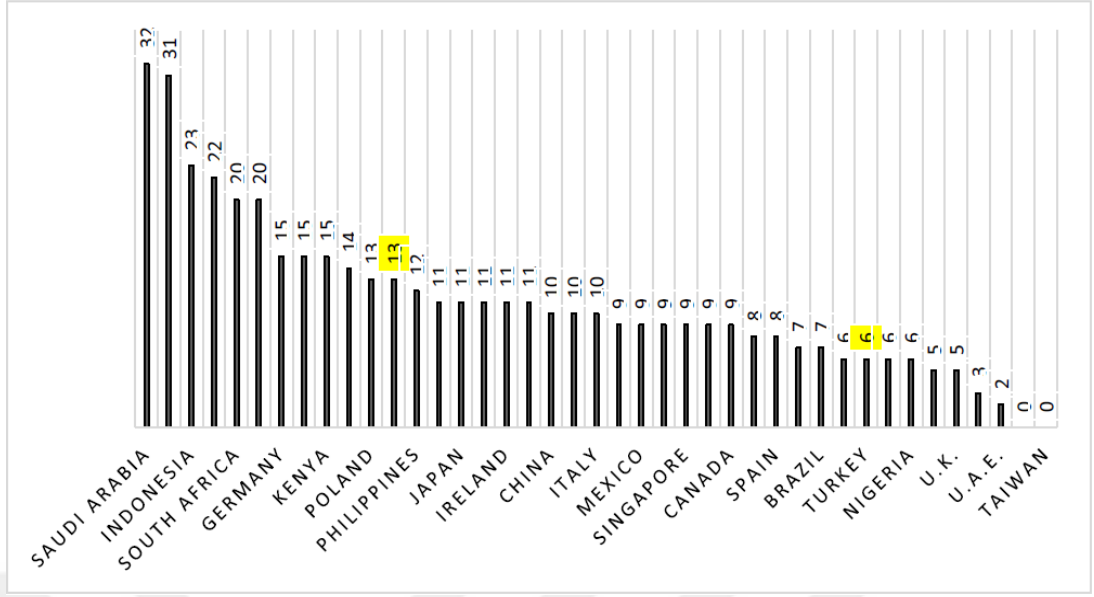
Grafik 2.1. Ülkelere Göre İnternet Kullanıcıları (%) (Kaynak: <https://wearesocial.com>).

Ülkelere göre sosyal medya kullanımları çoğunlukla dünya ortalamasının üzerindedir. %99 oranında aylık sosyal medya kullanıcısı ile Birleşik Arap Emirlikleri 1. sırada yer almaktadır, Türkiye aylık sosyal medya kullanıcı sayısı ile dünya ortalaması üzerinde %63'lük bir pay almaktadır (Grafik 2.2).



Grafik 2.2. Ükelere Göre Aylık Sosyal Medya Kullanımı (Kaynak: <https://wearesocial.com>).

Sosyal medya, kullanımı gittikçe artan bir mecradır. Yeni güncellemeler ve değişen kullanıcı alışkanlıkları sosyal medya kullanımını gittikçe arttırmaktadır. Ükelere göre sosyal medya kullanıcı sayısında yıllık değişim oranları incelendiğinde %32'lik bir pay ile Suudi Arabistan'ın 1. sırada yer aldığı görülmektedir. Türkiye'de ise bir önceki yıla göre sosyal medya kullanıcı sayısında %6 oranında bir artış gerçekleşmiştir (Grafik 2.3).



Grafik 2.3. Ülkelere Göre Sosyal Medya Kullanıcı Sayılarında Yıllık Değişim Oranı (%). (Kaynak: <https://wearesocial.com>).

2.1.2. Sosyal Medya ve Temel Kavramları

Sosyal medya, kullanıcılara enformasyon, düşünce ilgi ve bilgi paylaşım imkânı tanıyarak karşılıklı etkileşim yaratan çevrim içi araçlar ve web siteleri için ortak kullanılan bir terimdir. Sosyal medya katılımı ve ilgili olmayı teşvik ederek topluluk ve ağ oluşturmaya aracılık etmektedir (Toros, 2012).

İnsanların internet aracılığıyla birbirleriyle sağladıkları görüşmeler, paylaşımlar genellikle sosyal medyayı meydana getirmektedir. Sosyal medya; paylaşımların gerçekleştiği, çevrimiçi medyanın yeni bir çeşidi olarak avantajlar yarattığı en yeni fikirlerden bir tanesidir. Güncel özelliğe sahip olması, kullanıcı sayısındaki artış, kitle iletişim aracı olması bakımından sosyal medya mühim bir platformdur. Bireyler sosyal medya üzerinden kişisel düşüncelerini yazmakta, bu görüşler üzerinde tartışabilmekte ve yeni fikirler gündeme getirebilmektedir. Bu durum zamanla bütün dikkatlerin sosyal medyaya yönelmesine sebep olmakta ve yenilenen sanal dünyaya yeni bir kavram kazandırmaktadır. Sosyal medya, bütün insanların söz hakkının olduğu ve kullanıcı sayısı sınırı olmayan bir platformdur. Bu

alanlarda herkes kendi içeriklerini oluşturmakta özgürdür ve ilgili içerikler ile insanlar çift yönlü etkileşim içerisine girerler (Taş, 2014).

Tüketiciler ve markalar tarafından neredeyse evrensel olarak kullanıldığı için, sosyal medya, kitle ile bağlantı kurmak için en etkili (ve belki de uygun maliyetli) kanallardan biridir (Marketo, 2016).

Sosyal medya, birçok ağ siteleri, görsel videolar, bloglar vb. gibi çok çeşitli olmakla beraber kullanıcıların çevrimiçi paylaşımların sağladığı etkileşimlerin ve yorumların yer aldığı ana platform olma özelliğine sahiptir. Bireyler için etkileşim oluşturan bir iletişim ve paylaşım alanı sunmasına ek olarak markalar için birçok fırsat ve riskleri de barındıran müşteri ilişkileri aracı durumundadır. Sosyal medya kullanıcıları, sosyal medya platformları aracılığıyla pozitif düşünce ve deneyimlerini paylaşırlarken aynı zamanda olumsuz görüşlerini de paylaşabilmektedirler. Dolayısıyla sosyal medyada faal durumda olan markaların ilgili fırsat ve riskleri saptaması ve etkinliklerini bu doğrultuda gerçekleştirmeleri gerekmektedir (Güner, 2016).

2.1.3. Sosyal Medyanın Özellikleri

Sosyal medyanın tanımında da sıkça bahsedildiği gibi sosyal medyanın en mühim niteliği, kişilerin internet aracılığıyla kendilerini başka insanlara ifade etmeleridir. Sosyal medya, popüler olma özelliğini bireylere göre özelleşebilme niteliği sayesinde korumaktadır (Hazar, 2011).

Sosyal medya hem yapı hem de işlevi bakımından geleneksel medya araçlarına göre farklı özellikler sergilemektedir. Boyd ve Ellison'a göre (2008:15),

Sosyal medya platformları, kişilerin profil yaratabildikleri, başka kullanıcılardan kendilerine bir kullanıcı hedef kitlesi meydana getirip kullanıcıların bağlantıları arasında geçiş sağlayabildikleri web tabanlı sistemdir. Belirtilen ağlar içerisinde bireyler profil hazırlarken isim ve soy isim gibi bilgilerin yanında yaş, cinsiyet, ilgi alanları, öğrenim durumları, profil fotoğrafı gibi şahsi bilgiler de yer almaktadır. Profil hazırladıktan

sonra kullanıcı birçok içerik ile mensup olduğu sosyal medya platformunda paylaşımlar yapabilmekte ve başka paylaşımları görüntüleyebilmektedir. Bu işlemler sosyal medyanın ana niteliklerini meydana getirmektedir.

Erkul (2009), sosyal medyayı diğer web sitelerinden ve uygulamalardan ayıran özellikleri şu şekilde belirtmiştir:

- Yayıncıdan bağımsız kullanıcılarının olması
- Zaman ve mekan sınırlaması olmaması
- Kullanıcının içerik paylaşmasına olanak sağlaması
- Kullanıcılar arasında etkileşim olması

Gürsakar (2009)'a göre sosyal medyanın “katılım”, “açıklık”, “karşılıklı konuşma”, “topluluk” ve “bağlantısallık” olmak üzere beş ana özelliği bulunmaktadır. Bu özellikler kısaca aşağıdaki gibi tanımlanmaktadır:

Katılım, sosyal medya aracılığı ile iletişim kurulan kişilerin geribildirimde bulunabilmesi ve içeriklere katkılar sağlayabilmesini ifade etmektedir. Yani sosyal medyada kontrolü kullanıcı ele almaktadır. Kullanıcı, kendi sayfasında paylaştığı durumun kimler tarafından görülebileceğini, kimlerin kendi sayfasında paylaşımlarda bulunabileceğini belirleme imkanına sahiptir (Gürsakar, 2009).

Açıklık, sosyal medyanın kullanımının kolay ve açık olduğunu ifade etmektedir. Bu özellik, diğer özelliklere göre sosyal ağ uygulamalarının teknik boyutunu ele almaktadır. Büyükten küçüğe her yaş grubundan, her meslekten, her sosyo-ekonomik düzeyden sosyal medya kullanıcısının olması, bu özelliği kanıtlar niteliktedir (Tutgun-Ünal, 2015).

Karşılıklı konuşma, sosyal medyanın, televizyon, radyo gibi tek yönlü iletişim sağlanan geleneksel medya araçlarının aksine çift yönlü iletişim sağlanabilen bir ortam olmasıdır. Sosyal medya sayesinde kullanıcılar paylaşımlara yorum yaparak veya direkt mesaj göndererek hızlı ve zamanında haberleşme ve anında geribildirim alma imkânına sahip olmaktadır (Tutgun-Ünal, 2015).

Topluluk, sosyal medyanın benzer konularda bir araya gelmek isteyen kişilerin hızlı bir şekilde toplandığı ve iletişim kurabildiği bir ortam olma özelliğini ifade etmektedir. Sosyal medya aracılığıyla çeşitli amaçlara hizmet eden gruplar oluşturulabilir veya oluşturulan gruplara katılım sağlanabilmektedir (Gürsaka, 2009).

Bağlantısallık, sosyal medya aracılığı ile başka sitelere, kişilere veya kaynaklara ulaşabilme özelliğini tanımlamaktadır. Örneğin, kullanıcı Instagram’da paylaştığı bir fotoğraf veya videoyu Facebook veya Twitter’da da aynı zamanda yayımlayabilmektedir. Bunun yanında sosyal paylaşım sitelerinin ürün reklamları yaparak link bağlantıları sağlıyor olması da bağlantısallık özelliğine örnek olarak gösterilebilir (Gürsaka, 2009).

Sosyal medyada iletilmek istenen mesaj sadece yazılı değil, fotoğraf, video veya ses biçiminde de hazırlanıp sunulabilmektedir. Bu çeşitlilik sosyal medya kanalıyla iletilmek istenen mesajın etkililiğini arttırmaktadır. Ayrıca birçok sosyal medya platformuna canlı yayın yapma özelliği de eklenmiştir. Bu sayede kullanıcılar anlık olarak yaşadıklarını canlı yayın yaparak diğer kullanıcılarla paylaşma imkânı elde etmiştir. Özellikle toplumsal olaylarda (örneğin, bir otobüste yaşanan kavga, siyasi veya sosyal grupların eylemleri gibi) veya konser, eğlence gibi etkinliklerde sosyal medyanın canlı yayın özelliği kullanılarak daha fazla kişiyi olaya dâhil etme veya olaydan haberdar etme amaçları gerçekleştirilmektedir. Bunun yanında bazı sosyal medya platformları kullanıcıların başka kullanıcılarla online oyun oynayabileceği özelliklere de sahip olmaktadır. Tüm bunlar sosyal medyanın eğlendirme, vakit geçirme, haber verme ve haberdar olma, kamuoyu oluşturma gibi vasıflara sahip olmasını ve her yaşta kullanıcı için vazgeçilmez ve çekici bir hale gelmesini sağlamıştır (Tutgun-Ünal, 2015).

2.1.4. Sosyal Medya Platformları ve İşlevleri

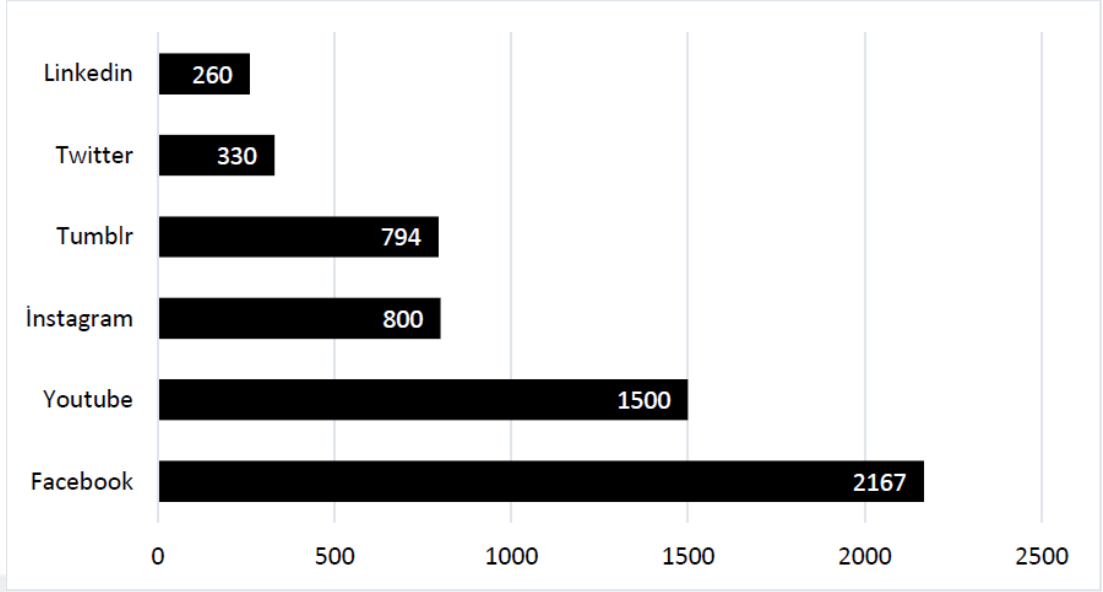
Sosyal medya platformları içerisinde yer alan profiller, insanların kendileri hakkında bilgi verdikleri veya kendilerini ifade ettikleri web sayfalarıdır (Kırcaova vd., 2015).

Sosyal medya platformları, firma sahiplerinin müşteriler ile aracısız ve direkt iletişime geçmeleri için, onların önerileri, yorumları ve düşünceleri hakkında bilgilenmeleri için, firma sahiplerinin firmalarının negatif ve pozitif yönlerini tanımaları ve daha iyi kaliteli ürünler ile hizmetler sunmaları açısından yeni fırsatlar oluşturmaktadır (Zafarmand, 2011).

Sosyal medya platformlarının hemen hepsinde farklı uygulama ve araçları bir arada görmek mümkündür. Genel olarak platformları birbirinden ayıran özelliklerin başında da bu özelliklerin uygulanma şekli bulunmaktadır. Bazı platformlar tüm içeriklerin paylaşımına izin veriyorken, bazıları sadece belirli bir tür içeriğe (örneğin video için www.youtube.com, fotoğraf için www.instagram.com, metin için www.twitter.com) odaklanmaktadır (Vardarlier, 2016).

Sosyal medya platformlarının çoğu birden fazla dilde kullanılacak şekilde tasarlanmıştır. Farklı dillerde kullanımının mümkün olması sosyal ağlara katılan insan sayısını da etkilemektedir. Tek dilli platformların kullanıcı sayıları kısıtlı iken çok dilli platformlarda kullanıcı sayıları milyonlara ulaşmaktadır. Farklı kullanım özelliklerinin bulunması kullanıcıların platform seçiminde en etkili faktördür. Fotoğraf paylaşımları için Facebook ve Instagram platformlarının kullanımı uygun olabilmekteyken, hızlı iletişim ve metin paylaşımları için Twitter ile Blog platformları daha uygundur.

Platformların aylık aktif kullanıcı sayılarına baktığımızda Facebook sosyal medya platformunun 2,167 milyon kullanıcı sayısı ile diğer platformlardan önde olduğunu görebiliriz. Youtube platformu kullanıcı sayısı 1,50 milyon, Instagram platformu 800 milyon, bir Blog sitesi olan Tumblr platformu 794 milyon, Twitter 330 milyon ve LinkedIn platformu aylık 260 milyon aktif kullanıcıya sahiptir (Grafik 2.4.).



Grafik 2.4. Sosyal Medya Platformlarına Göre Aylık Aktif Kullanıcı Sayıları (Milyon) (Kaynak: <https://wearesocial.com>).

2.1.5. Sosyal Medyanın Kullanım Alanları

Dünyanın her yerinden milyarlarca insanın herhangi bir ücret ödmeden tek bir ortamda, farklı platformlarda bir araya gelmesi günlük hayatın tam ortasında yer almaktadır. Bu yıllar önce hayalini bile kuramadığımız bir durumdur. Bunda sosyal medya kurucularının başarısı yadsınamaz. Sosyal medyanın kullanım alanlarını genişleten ve onu aktif bir şekilde kullanan yaratıcı kişiler bu durumundan faydalanmayı başarmışlardır. Sosyal medya yönetimiyle sadece bireysel hesaplar değil, kurumsal sosyal medya hesapları da etkin bir biçimde kullanılmaktadır. Böylelikle, insanlar artık Facebook, Twitter gibi sosyal medya hesaplarını sadece eğlence için kullanmamış oluyorlar. Buna ek olarak; iş, marka, yeni bir hizmet alanı, servis tanıtımı ve iş geliştirme amacıyla da kullanmaya başlamışlardır. Kurumsal firmalar, e-ticaret siteleri, çeşitli eğitim birimleri, belediyeler ve birçok kurum sosyal medyanın kullanım alanına dâhil olmaktadır. Ayrıca sosyal sorumluluk projeleri, gönüllülük işleri gibi insani ve hayati önem taşıyan konularda da sosyal medya aktif olarak kullanılmaktadır (Kırcaova vd., 2015).

Teknoloji ve özellikle internetin hızlı gelişimi ve sosyal medyanın internet odaklı olması, bu medyanın kullanım hızının artmasına, kullanım alanlarının gelişimine ve insanların hayatının bir parçası olmasına neden olmuştur. Son yıllarda sosyal medyadan etkilenmiş olan birçok alan içerisinde en belirgin olanları ticaret, siyaset, eğitim ve öğretim, sağlık, medya, gazetecilik, pazarlama, halkla ilişkiler alanlarıdır. Çok çeşitli büyük veya küçük firmalar kendi ürün ve hizmetlerinin tanıtımını ve reklamını yapmak, müşterinin öneri ve düşüncelerini almak için sosyal medyayı kullanırken, liderler, siyasetçiler ve seçim adayları kendi düşüncelerini, seçildikten sonra yapacakları faaliyetleri ve kampanyalarını duyurmak için, maddi destek ve taraftar edinmek için sosyal medyayı kullanmaktadırlar. YouTube gibi sosyal paylaşım sitelerinde yayınlanan eğitici videolar, Wikipedia’da yazılan makaleler ile bu platformların öğretmenler tarafından etkin kullanımı bu platformlara eğitim açısından da önemli roller yüklemektedir. Sivil toplum kuruluşlarının ise, sosyal medya platformları aracılığıyla depremzedeler veya yoksullar için topladıkları yardım, yürüttükleri hayır işleri vb. alanlar sosyal medyanın diğer kullanım alanlarıdır (Zafarmand, 2011).

Sosyal medyanın en belirgin kullanımı pazarlama, satış, halkla ilişkiler ve iletişim içindir. Sosyal medya müşterilerle iletişim kurmakla ilgilidir. Sosyal medya, müşteri hizmetleri, işletmeler arası ve kurum içi iletişim için yüksek etkinlikte bir araçlar bütünüdür (Vardarlier, 2016).

Markaların globalleşmesi ve üretilen ülke dışındaki tüketicilere ulaşabilmesi, internet kullanıcılarının birbirlerine olan güveninden dolayı diğer kullanıcıların önem ve yorumları üzerine alışveriş etmeleri, firmaların yeni ürün ve hizmetlerinin fotoğraf veya videosunun viral yayılım ile tüm tüketiciler veya tüketici potansiyeli taşıyan kişilere hızlı bir şekilde ulaşması ve satışların daha az maliyetle, daha kısa zamanda yapılması sosyal medyanın ticaret alanında kullanımının önemini göstermektedir (Zafarmand, 2011).

Sosyal medyanın farklı amaçlarla kullanılabilir olması sosyal ağ kullanımını da giderek arttırmaktadır. Kullanılacak platformun seçiminde kullanım amacı önemli bir rol oynamaktadır. Pazarlama amaçlı kullanımlarda Facebook, Instagram gibi ürün

görsellerinin paylaşılabileceği platformlar daha çok tercih edilirken, siyasi ve habercilik konularında Twitter gibi metin odaklı platformlar tercih edilmektedir. Firmaların hedef kitlelere ulaşmanın en hızlı ve basit yöntemi olarak sosyal medyanın kullanımına yönelmesiyle sosyal medya pazarlaması da giderek artan bir öneme sahip olmaktadır.

2.1.6. Sosyal Medyanın Medya ve Kullanıcı Boyutu

Medya olgusu iletişim kavramı ve haberleşme süreci ile birlikte gelişim kaydeden ve birçok araç ile hayata geçirilen, etkileşim etkinliklerinin tamamının yapıldığı mecralardır.

Günümüzdeki tanımlamaları ile birlikte medya, datanın iletilmesini sağlayan tüm çevreleri barındırmaktadır. Klasik medya olgusu gün geçtikçe medya mecralarının değişim göstermesiyle meydana gelmiş bir kavramdır. En başında yalnızca yazıma dayalı araçlar aracılığıyla dergi ve gazete bulunurken zaman içerisinde televizyon-radyo, telefon vb. araçların keşfedilmesiyle medya materyallerinde gelişme ve sayılarında artış meydana gelmiştir. Bu araçların meydana getirdiği medya ise geleneksel medya olarak adlandırılmaktadır (Andersen, 2002).

Geleneksel kabul edilmeyen medya olgusu ise iki farklı şekilde gerçekleştirilmektedir. Bunlardan ilki yeni alanlar, kullanılan teknolojiler ve ikincisi ise eski alanlar ve yeni teknolojilerdir. Geleneksel kabul edilmeyen medya içerisinde var olan yeni alanlar seçeneği, günümüzde tüketicilerin alışageldiği teknolojilerin alışveriş alanları, eğlence mecraları gibi alanlara uyumlulaştırılmış şekillerinden meydana gelmektedir. Diğerinde ise yeni teknolojilerin direkt medya olarak kullanımı yapılmaktadır. Bilgisayar teknolojilerinin gelişim göstermesi ve global data ağlarının meydana gelmesi iletilerin hedeflenen kitleye çok zaman almadan ulaştırılabilmesi durumunu mümkün kılmıştır. Kullanıcı kişilerin tanımlandığı bu araçlar, ölçümlerinin yapılabilmesi dolayısıyla da mühim hale gelmiştir (Sever, 2000).

İletişim araçları üzerinde yaşanan değişim ve gelişimler medya araçlarının da değişim göstermesine neden olmuş ve meydana gelen, geleneksel kabul edilmeyen

medyaya ise “yeni medya” ismi verilmiştir. Öncelikle geleneksel medya ve yeni medya olarak sınıflandırılan bu mecralar gün geçtikçe çok sayıda sınıflandırma ile birbirinden ayrılmıştır. Günümüzde ulaşılan noktada, mecraların, geleneksel medya dışında; çevrimiçi medya, çevrimdışı medya, sosyal medya ve karşılıklı etkileşim sağlanan medya olacak şekilde farklı sınıflandırmalara sahip olduğu gözlemlenmektedir. Yapılan sınıflandırmaların birbirlerinden belirgin çizgilerle ayrılmadıkları ve hepsinin bir diğeriyle bazı ortak noktalarda bulunduğu görülmektedir. Yeni medyanın geleneksel medyadan ayrıldığı en belirgin özellik, içeriğinin dijital olması ve gerçek zamanlı değişimine olanak tanınmasıdır (Fırlar ve Deniz, 2010).

Yeni medyanın geleneksel medyaya göre farklılaştığı başka bir nokta ise; kullanıcılara yalnızca başka kanallar aracılığıyla dataya erişme olanağının yanında bireylere dataya eriştikleri mecra da sosyal bağlantılar ile bağlanmalarını sağlıyor olmasıdır. Yani geleneksel medya araçları yalnızca gazete, dergi, televizyon ile sınırlı kalırken yeni medya hem geleneksel medya araçlarını hem de bireylerin bu araçları izleyebildikleri mecraları barındıran alanlardır. Bu özelliği dolayısıyla yeni medya araçları kişilere sosyal anlamlar yüklemiş denilebilmektedir. İnternet, kullanıcılara içerik üreticisi, takipçisi olmanın yanında bu mecralarda yer alan başka kullanıcılar ile tanışma, data paylaşma olanağı da sunmaktadır (Polat, 2009).

Yeni medya, data üretiminde, dağıtımında ve kullanımında birçok değişiklik meydana getirmiştir. Dolayısıyla yeni medyanın dijital, etkileşimli, hiper-metinsel, ağ özelliği taşıyan, sanal ve benzetimli olması özellikleri bulunmaktadır. Yeni medya içerisinde değerlendirilen araçlar, birçok enformasyonu eş zamanlı aktarım ve anında geribildirim özelliklerini dijital olması sayesinde sağlayabilmektedir. Dijitalliğin artması, çok sayıda içeriğin oluşması, içeriklere hızla erişilebilmesi, verilerin hızla değiştirilebilmesi gibi yararlar sağlamaktadır. Etkileşim sağlayabilme özelliği yeni medyanın değer oluşturma olgusuna dikkat çekmektedir. Dolayısıyla geleneksel medyanın pasif tüketimi karşısında yeni medya interaktif olma olanağı sağlamaktadır (Lister vd. 2009).

Sosyal medyanın kullanıcı boyutunda ise tüketici odaklı olarak kullanımı yapılan ve kullanan kişiler tarafından meydana getirilen medya; kullanan kişilerin

ürün, marka, hizmet, kişi ya da ilgi alanları hakkında data toplama ve başka kullanıcıları da bilgilendirme gayesiyle meydana getirdiği, üyelik sağladığı, yayılımı arttırdığı ve kullandığı online bilginin yeni kaynak çeşidi olarak açıklanmaktadır (Hüseyinoğlu, 2009).

Kullanıcıya dayanan içerik; teknolojiyi kullanan kişiler aracılığıyla oluşturulan medya çeşitlerinin ve kreatif çalışmaların (metne dayanan, görsel, sesli ya da bütünsel) tümünü barındırmaktadır. Kolayca “son kullanıcı olarak kabul edilen tüketicinin yarattığı birçok medya çeşidinin içeriği” olarak tanımlanabilecek kullanıcı tabanlı içeriği, aşağıda belirtilen üç önemli özelliğe sahiptir (OECD, 2007):

Yayınlama Zorunluluğu: Kullanıcı altyapısıyla oluşturulan içeriğin temel özelliği, gerçekleştirilen çalışmaların herhangi bir mecrada yayınlanmış olması zorunluluğudur. Bu mecra tüm kullanıcılar tarafından görüntülenebilen bir web sitesi ya da belirli kullanıcıların görüntüleyebildiği sosyal medya profilleri olabilmektedir. Bu özelliği dolayısıyla kullanıcı tabanlı oluşturulan içeriğin e-posta ve anlık ileti gönderebilme uygulamalarından farkı ön plana çıkmaktadır.

Yaratıcı Çaba: İçeriklerin oluşturulmasında ya da mevcut çalışmalar üzerinden yeni bir içerik meydana getirilmesinde belirli yaratıcı emek harcanmalıdır. Yani kullanıcı kişi içeriğe kendisinden bir değer katmalıdır. Bu çaba hem işbirliği hem de takım olma olgusu ile de gerçekleştirilebilmektedir. Rastgele bir tv programının bir bölümü alınıp internet sitesine yüklendiğinde bu durum içerik üretimi olarak değerlendirilmemektedir.

Profesyonel Rutin ve Uygulamalardan Bağımsız Olmak: Kullanıcı altyapısıyla oluşturulan içerikler çoğunlukla belirli bir rutine ve uygulamalara bağımlı olma zorunluluğunun dışında meydana getirilmektedir. Bu içerikleri yaratan kişiler kurumsal ya da ticari içerikler yaratmazlar ve içeriklerden gelir elde etme gayeleri bulunmaz. Motive olma etkenleri çoğunlukla başka kullanıcılarla etkileşimde kalmak, ünlü olmak, saygı görmek ve kendini kanıtlamak olarak ifade edilebilir (www.pisa.oecd.org).

İnternette yaratılan içerikler aynı geleneksel medyada olduğu gibi kendi takipçilerine sahiptir. Ancak bu noktadaki en belirgin fark kullanıcı kişilerin kendi yarattıkları ya da başka kullanıcılardan kopya ettikleri içerikleri paylaşıyor olmalarıdır. Dolayısıyla ortaya çıkan farklı bir olgu da “user driven content” yani kullanıcı yönelimli içeriktir. Kullanıcı altyapısına dayanan içeriklerden farklı olarak bu olguda, kullanıcılar içerik yaratmak zorunda değildirler. Ancak içerikleri kendi mecralarında paylaşımına açan kullanıcılar içeriklerin fazla sayıda görüntülenmesini sağlamalıdır. Bu fark ise kullanıcıların içerik paylaşımına olan isteği dolayısıyla ortaya çıkmaktadır (Lietsala ve Sirkkunen, 2008).

Tüm kullanıcılar tarafından görüntülenebilen birçok medya içeriklerinin kaynak olarak gösterildiği ve son kullanıcı aracılığıyla sosyal medya kullanmanın olanaklı hale geldiği uygulamalar arasında yer alan kullanıcı tabanlı içerik aynı zamanda sosyal medyanın da temelini meydana getirmektedir (Kaplan ve Haenlein 2010). Sosyal medya, büyük operasyon maliyetleri olmayan ve çoğunlukla kullanıcı tabanlı içeriğe dayanan bir mecra olarak tüm kullanıcılara kendi uzman oldukları alanı ifade etmelerini sağlayan, katılıma kalite getirmeyen kullanıcılara da etki etme fırsatı sunan bir kavramdır (Palmer ve Lewis 2009). Anlık iletilmek istenen iletiler internet üzerinde etkileşimli konuşma, içerik oluşturma, bağlantı kurma ve gruplaşma etkinlikleri sayesinde yayıldığı için kullanıcı tabanlı içerikler kurumlar, markalar vb. aracılığıyla yaratılan içeriklerden daha kuvvetli bir durumdadır (Gunelius, 2011).

2.2.Değer Kavramı

2.2.1. Değer Kavramının Tanımı

Değer kavramı ile ilgili birçok tanım yapılmıştır. Fidan (2009), değer kavramını, toplum veya kişilerin benimsediği birleştirici kavramlar, toplumların sosyal gereksinimlerini giderdiğine inanılan ve kişilerin iyiliği için iyi olduğu düşünülen kıstaslar, bilinç, duygu ve heyecanları da alakadar eden yargılar ve kişinin bilincinde yer edinmiş, davranışı yöneten güdüler şeklinde tanımlamıştır.

Uysal (2003), eserinde değeri “insanın yapıp-etmelerini determine (belirleyen) eden ilke ya da ilkeler; kutsallığı olan, kutsallık atfedilen ilkeler” olarak

tanımlamaktadır. Yine farklı kişilerce değerin tanımı yapılmaktadır. Değerler insan davranışlarının incelenmesinde ve açıklanmasında oldukça önemli bir yere sahiptir. İnsanlar bir davranış biçimini diğerine tercih ederken değerlerini göz önünde bulundurarak seçimlerini yaparlar.

Değer bir şeyin arzulanması ya da arzulanmaması konusundaki inanç şeklinde tanımlamıştır (Güngör, 2000). Değer kavramı; kişinin yaşam stili ve gündelik alışkanlıklarında ve davranışları üzerinde etki sahibi olan toplumsal davranış klişeleri şeklinde tanımlamıştır. Farklı bir tanımlamada ise değerler, kişilerin objelerle, bireylerle olan ilişkisini ve bu ilişkilerinin sürekli olmasını sağlayan alışkanlıklar olarak tanımlanmıştır (Doğan, 2004).

Değer kavramıyla ilgili günümüze dek bilimsel ve felsefi açıdan birçok tartışmalar ve araştırmalar gerçekleşmesine karşın değer kavramının tam anlamıyla ne ifade ettiğiyle ilgili müşterek bir görüşe varılamamıştır. Kimi zamanlarda değerlerin öznel bir niteliğe sahip olmasına rağmen nesnel bir temelde yer aldığı ifade edilmiştir. Teorisyenlerin çoğu değerleri, birçok kavramla ilişkilendirerek açıklamıştır. Değer kavramının birçok farklı disipline bürünmüş olması tanımlanmasını da zorlaştırmaktadır. Tüm bilim alanları kavramla alakalı kendisini ilgilendiren bir boyutu ele almış, kendisini ilgilendirmeyen taraflarını ise dikkate almamıştır. Bu sebeple çoğunluk tarafından kabul edilebilecek bir tanım konusunda görüş birliği sağlanamamıştır (Güngör, 2000).

TDK (1998)'ya göre değer kavramı,

“sözlük anlamı ile bir şeyin ehemmiyetini saptamaya yarayan soyut ölçü, bir şeyin karşılığı ve kıymeti; bir şeyin para ile ölçümlenebilen karşılığı; yüksek ve faydalı içerik; üstün, faydalı özelliklere sahip kimse; bireyin talep eden gereksinim duyan bir varlık olarak obje bağlantısında beliren şey; bir değişkenin ya da bilinmeyen şeyin sayı ile ifadesi anlamlarını taşımaktadır”
(<https://sozluk.gov.tr/>).

Hökelekli (2013)'ye göre, değerler; gerçekleştirdiğimiz davranışlara yön veren, rehber niteliği taşıyan inanç ve kurallardır. Eylemlerimizin ve

gerçekleştirdiğimiz davranışların yerinde olmasına, etkili olmasına, güzelliğine, ahlak kapsamında yer almasına hizmet eden ilkeler ve standartlardır. Herhangi bir davranışın ya da hedeflerin diğerlerine göre daha üstün olması konusuna, kabullendiğimiz değerler ile karar vermekteyiz. Kişi, değerlerinden etkilenecek meydana getirdiği düşünce yapısı sayesinde dünyayı anlamaya, sosyal çevresinde meydana gelen vakaları kavramaya çalışmaktadır. Toplulukların tercih ettiği değerler, kimliklerini betimleme, kendilerini ve faaliyetlerini, amaçlarını ele alma ve bilhassa farklı toplumların esas hedeflerini ve iletişim içerisindeki yargılarını ele alma amaçlı kıstaslar meydana getirmektedir.

2.2.2. Değerlerin Özellikleri

Sahip olunan kültüre, topluma anlam ve önem yükleyen ölçütlerin başında değerler gelmektedir. Kavramsal olarak bilinir, bir coşkuyla yaşatılır ve paylaşılırlar. Aynı zamanda düzenleyici işlevleri de vardır. Bunların yanı sıra değerler insanların tecrübelerini yansıtmakta ve kişinin tecrübeleri üzerinde direkt etkili olmaktadır. Değerler mekanizması bireylerden ne talep edildiğini, bireylere nelerin yasak olduğunu, nelerin ödüllendirileceğini ve nelerin cezalandırılacağını ortaya koymaktadır (Fichter, 2006).

İnsanların tüm davranışlarının değerlerle bir bağlantısı olduğu için eğitimden ekonomiye, felsefeden ilahiyata bütün bilim dalları bir şekilde değerler kavramının konusu olabilir. Mantıki olarak değerler, inançlar ve tutumlarla ilişkilendirilse de hem inançlardan hem de tutumlardan daha kapsamlı kavramlardır (Demircioğlu ve Tokdemir, 2008).

İnsanlar içinde bulunduğu toplumun bir üyesidir ve yaşamları boyunca toplumla karşılıklı bir etkileşim halindedirler. Bireyler toplumdan etkilendikleri gibi toplumu etkileyebilme vasfına da sahiptirler. Toplumsal değerlerin en temel işlevlerinden birisi de toplumun zamanla oturttuğu en temel davranış kalıplarının mensubu olan her bir üyesine kazandırabilmesidir. Aktarım yoluyla kazandırılan değerler bireyin toplumun sağlıklı bir üyesi olmasını sağlamasında en önemli araçtır. Geçmişimizden gelen kültür birikimimiz aracılığıyla, değerlere yenilerinin ilave

edilmesiyle dünümüz ve bugünümüz arasında bir köprü kurulur. Toplum ve millet yaşamının kalıcı olabilmesi, bu köprünün iyi inşa edilmesi ve sağlamlığına bağlıdır. Geçmişle bağı kesilmiş bir toplumun geleceği sadece bir hayalden ibarettir (Kolaç, 2010).

İnsana dair etkinlikler tek tek kişiler tarafından gerçekleştirildiğinde, geçmiş yaşantılar ve eylemler ortaya çıkar. İnsani değerler birey ya da toplum olarak geçmiş yaşantılardan ve bunların zamanla oluşturduğu normlardan meydana gelir. Bu sayede sevgi, saygı, dürüstlük, güven, özgürlük, doğruluk gibi temel değerlerini koruyan insanların hayatları ve davranışları, değerli hayatlar ve değerli eylemler olarak adlandırılır (Demircioğlu ve Tokdemir, 2008).

Hepimiz hayatlarımızı değerlerimiz doğrultusunda yaşarız, yaşamımız müddetinde iyi seçimler yapmaya çalışırız. Bu açıdan tecrübelerimizle edindiğimiz yeteneklerimiz, doğuştan gelen verilere değil deneyimlerimize bağlıdır. Verdiğimiz kararlar, eylemlerimiz tecrübelerimizle edindiğimiz değerler doğrultusundadır. Değerlerimiz hayatımızda bize rehberlik eder. Bizim hayata dair temel prensiplerimiz, değerlerimizi algılayış biçimimize ve dünyayı nasıl gördüğümüzü bağlıdır (Harland ve Pickering, 2011).

Değerler kavramı sosyal, kültürel ve bireysel değişimlerden etkilenebilmektedir. Bu yönleriyle değerlerin zaman içinde farklı biçimlerde karşımıza çıkabildiğini görmekteyiz. Fakat bu değişim birdenbire oluşan bir keskinlikte değildir. Bir başka ifadeyle, değerler belirli bir oranda öz tabiatlarını korurlar. Yani toplumsal değerlerde ortaya çıkabilecek ani değişimler tek tek bireyler ve toplumların nezdinde benimsenemeyeceği gibi, aksi durumda yani devamlı aynı şekilde kalması durumunda ise zamanın ruhuna uyamadıkları için bireyler ve toplumlar tarafından köhne kabul edilir hatta unutulmak gibi olumsuz sonuçlar dahi oluşabilir. Bu durum değerlerin, birey, toplum ve zamanın normlarıyla olan ilişkisini ortaya çıkarmaktadır (Yapıcı ve Zengin, 2003).

2.2.3. Değerlerin İşlevleri

Değerler, kişilerin düşünce, tutum ve davranışlarında birer ölçüt olarak ortaya çıkar ve toplumun ortak yaşamının vazgeçilmez bir unsurunu meydana getirirler. İnsanların sahip oldukları değerler onların yaşam tarzlarını, hayata bakış açılarını belirler. Başka bir deyişle, değerler bireylerin yaşamı anlamlandırma ve tercih ettikleri yaşam biçimini oluşturmalarında önemli bir role sahiptirler (Girmen, 2013).

Fonksiyonel açıdan değerlerin üç boyutu vardır. Birincisi, bilince ulaşmış varlığın, kendini zaman ve mekânda gerçekleştirmesidir. Bu, boyut varlık kipi olarak adlandırılabilir. İkincisi, kültürel anlama anlayışı katmanları tarafından çekilen tarihi kimliğin oluşması ve üçüncüsü de tarihsel öz bilincin devamlılığının sağlanmasıdır (Yavuz, 2007).

Rokeach (1973) değerlerin özelliklerini şu şekilde belirtmiştir;

- Kişinin davranışını yönlendiren çok boyutlu normlardır,
- Kendini ifade etme konusunda bireye rehber olurlar,
- Bireyleri inandırma ve bireylere tesir etmede tesirlidirler,
- İnsanları sosyal açıdan muayyen bir pozisyon almaya yönlendirirler,
- İnsanların dini ve politik tercihlerinde etkindirler,
- Kişilerde eleştirme ve değerlendirme normları oluştururlar,
- Bireylerin ahlaki değerlendirilmesi ve sıralaması için kriter olabilirler,

(Akt: Dilmaç ve Bircan, 2015).

İşlevsel anlamda değerler tarihsel, sosyal, dini, kültürel, ahlaki yönleri olan destekleyici hem muhafaza eden hem de değişime yön veren, toplumsal dinamizmi sağlayan, aynı zamanda da düzenin teminatı olan kavramlardır.

2.3. Değerler Eğitimi

Değerler eğitimi, çocuk ve genç yaştakilerin olumlu değerlerin farkına varıp geliştirmeleri ve sahip oldukları potansiyel doğrultusunda ileri gitmeleri amacıyla yürütülen eğitimsel çabalardır (Eğitimsen, 2015). İnsanların sahip olduğu tutum ve

davranışları etkileme, ilgili tutum ve davranışların saptanması ve şekillendirilmesi hususlarında değerlerin önemli bir rolü bulunmaktadır. Değerler, bireylerin hayata bakış açılarına etki etmekte, bireyin algılarını geliştirmekte ve değişime uğratmaktadır. Yaman (2014), değer kavramını insanı kıymetli hale getiren, taşıdığı üstün özellikler ve donanımlar şeklinde tanımlamıştır. Sahip olduğu değerler kişinin ilerde kişiliğini, düşünce tarzını, tutumlarını ve yaşamını belirleyecek unsurlar olduğundan kişi belirli bazı değerleri fark etmesi, yeni değerler edinmesi, tüm değerleri kişiliğinin temel taşları durumuna getirerek davranışa dönüştürmelidir. Yaşam süresince devam eden bu kazanma-kazandırma süreçlerine ise değer eğitimi adı verilmektedir.

Değerler eğitimi ve karakter eğitimi kavramlarının birlikte incelenmesi sonucunda karakter eğitimiyle ilgili şu sonuçlara varılmıştır (Kaymakcan ve Meydan, 2014):

- Karakter eğitimi değerler eğitiminin Amerika’da uygulanan çok boyutlu bir versiyonudur. Amerika’da bulunan bütün okullarda o toplumun değerleri ve inançları dikkate alınmaktadır.
- Değerler eğitimi alanındaki çalışmalara oranla daha bütüncül ve sistematik bir biçimde programlar oluşturulmaktadır.
- Değerler eğitimindeki yaklaşımlar içinde daha önceden belirlenen değerlerin kavranmasını tavsiye etmesi ve öğretmene verimli rol ataması nedeniyle değer telkin etme yaklaşımına yakın özelliklere sahiptir.
- Değerler eğitimi değerler arasında bir ayrım yapmazken, karakter eğitimi ahlakî, toplumsal, geleneksel, hatta dini değerleri barındırır.

Değerler eğitimi tarihinin 1920’li senelerde ABD’de karakter eğitimi başlığı altında gerçekleştirilen çalışmalara kadar uzandığı gözlemlenmektedir. Eğitim politikaları devletin ve toplumun ideolojisi ile şekillenmeye başlamıştır. Amerika’nın kuruluş felsefesi çerçevesinde eğitimin dört farklı ilkesinden bir tanesi de değerler eğitimidir. Devletin kuruluş ilkeleri arasında yer alan demokrasi, vatandaşlık gibi olguların kuvvetlendirilerek yaygın hale getirilmesi şartıyla ahlak ve karakter eğitimi de eğitim programları arasında yer almaya başlamıştır. Bu kapsamda değerler eğitimi,

başka toplumlar içerisinde başka değerlerin öğretilmesi maksadıyla büyük coğrafyalarda önemli atfedilen bir husus haline gelmiştir (Mızıkacı, 2015).

1995 senesinde Birleşmiş Milletlerin ellinci kuruluş yıl dönümü kutlamaları kapsamında, Birleşmiş Milletler Eğitim Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) tarafından Yaşayan Değerler Eğitimi Programı'nda (YDEP); Brahma Kumaris tarafından meydana getirilen ve günümüzde de pek çok ülkede uygulamada olan “Daha İyi Bir Dünya İçin Değerlerimizi Paylaşalım” projesiyle “Değerler Eğitimi” uygulaması başlamıştır. Bahsi geçen proje, on iki evrensel değeri odak almıştır. Sevgi, saygı, hoşgörü, sorumluluk, barış, özgürlük, iş birliği, mutluluk, sadelik, dürüstlük, alçak gönüllülük ve birlik bu değerler arasında yer almaktadır (Ekinci, 2018).

2.3.1. Dünya’da ve Türkiye’de Değerler Eğitimi

Avrupa Birliği, Birleşmiş Milletlerin temel insani değerlerini kendisine temel referans olarak kabul etmiştir. Bu doğrultuda Avrupa Komisyonu Eğitim ve Öğretim Çalışma Grubu tarafından anahtar değerler seti hazırlanmıştır. Bu sete göre Avrupa Birliğinin temel aldığı değerler (Topsakal, 2004:130):

- *İnsan hakları/İnsanın değeri, saygınlık*
- *Yasaya uygunluk*
- *Sonsuza kadar şiddetin reddi ve barış*
- *Diğerlerine saygı*
- *Avrupa da ve halktan halka tüm dünyada dayanışma ruhu*
- *Adil gelişim*
- *Fırsat eşitliği*
- *Rasyonel düşünce prensipleri (delil ispat etiği)*
- *Ekolojik sistemin korunması*
- *Kişisel sorumluk olarak kabul edilmiştir.*

Avusturalya’da da değerler eğitimi çalışmalarıyla öğrenciler yaptıkları işlere dair sahiplik duygusunu geliştirmektedirler. Ayrıca öğrencilerde kendine güven, liderlik, takım becerileri, beceriklilik gibi bilişsel ve duyuşsal beceriler

geliştirilmektedir. Yapılan değer eksenli projelerle hem öğretmenler hem de öğrenciler için yapıcı ve teşvik edici bir eğitim ortamı oluşturulmuştur (Tomy, 2010).

Sosyal kontrolü ve ekonomik ideolojileri teşvik etmek için okul müfredatı mevcut olan en güçlü araçlardan biridir. Hegemonik sistem içinde ayrıcalıklı değere hizmet eden rasyonalizm ve yetkinlik hareketleri gibi söylemler nedeniyle Avustralya'daki eğitimcilerin görevlerini yerine getirmeleri hemen hemen imkânsız bir hale gelmiştir. Bu yüzden Avusturalyalı öğretmenler sınıfta değerlerin öğretilmesi söz konusu olduğunda ahlaki bir vakum modeline yönelmektedir. Bu nedenle etkili bir biçimde tartışma, rol yapma, simülasyon oyunları, değer açıklama çalışmaları ve faaliyetleri, çatışma çözümü faaliyetleri, ahlaki ikilemler, kooperatif öğrenme stratejileri uygulanmaya başlanmıştır (Ling vd., 2005).

İrlanda eğitim sisteminde özellikle ilkokul seviyesinde ‘değerler’ hem açık hem de örtük bir şekilde okul müfredatının önemli bir unsurudur. Bu, Roma Katolik ve Protestan kiliselerinin etkisinden kaynaklanmaktadır. İrlanda da birinci ve ikinci seviyedeki okullarda ağırlıklı olarak mezhep eksenli dini eğitimin değer aktarımında kullanıldığını görmekteyiz. İrlanda'nın büyük çoğunluğundaki birinci ve ikinci seviyedeki okullardaki öğrenciler resmi dini eğitim alırlar. İrlanda okullarında hâkim genel görüşe göre, dini eğitimden yoksun eğitim anlayışı eksik bir eğitim anlamına gelmektedir. Sonuç olarak İrlanda eğitim anlayışı hâkim din ve mezhepten derin bir biçimde etkilenmiştir (Killeavy, 2005).

Genel olarak Japon halkı eğitime çok önem verirler. Eğitime gösterilen bu yüksek ilgi ve itibarın, eğitimin amaçları ve toplumun beklentileriyle alakalı olduğu öne sürülebilir. Diğer ülkelerin birçoğunda, eğitimin en temel amacı lüzumlu bilgi ve becerilerin kazanılması iken Japonya'da manevi/tinsel görünüme daha çok önem verilir. Eğitime yapılan yüksek yatırım, sadece, halkın eğitime olan itibarı, ilgisi ve ondan zevk alması sebebiyle değil, aynı zamanda eğitimde manevi bir değer bulunduğu, yani karakter tamamlaması içindir. Japon toplumu, eğitim yatırımadaki herhangi bir kesintinin, toplumun manevi temelini altını kazacağını hissetmektedir. Bu nedenle Japon toplumu manevi eğitimin iyi bir toplum yaratmanın temel anahtarı olacağına inanırlar (Cihan, 2006).

Türkiye’de değerler eğitimi noktasında bazı sistemli tasarımlar hazırlanmıştır. Bu alanda yapılan en köklü değişiklik 2005 yılında yapılmıştır. Yapılandırmacı, tematik, öğrenci merkezli ve aktiflik ilkesine dayalı olarak hazırlanan yeni ilköğretim programının 1-5.sınıf programları, 2005-2006 eğitim öğretim yılından itibaren Türkiye genelinde uygulamaya konulmuştur (Aydın Gürler, 2018).

Çağın gereklilikleri ve bireyin değişen ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla 2017 yılında MEB, Milli, manevi ve evrensel değerlerimizin öğrencilere kazandırılması için, 10 ana başlık halinde belirlediği kök değerlere müfredatlarda yer verilmesine karar vermiştir (Tablo 2.1).

Tablo 2.1. Yenilenen Müfredatlarda Değerler ve Değerlerle İlişkili Tutum ve Davranışlar

Adalet	adil olma, eşit davranma, paylaşma...
Dostluk	diğerkâmlık, güven duyma, anlayışlı olma, dayanışma, sadık olma, vefalı olma, yardımlaşma...
Dürüstlük	açık ve anlaşılır olma, doğru sözlü olma, güvenilir olma, sözünde durma...
Özdenetim	davranışlarını kontrol etme, davranışlarının sorumluluğunu üstlenme, öz güven sahibi olma, gerektiğinde özür dileme...
Sabır	azimli olma, tahammül etme, beklemeyi bilme...
Saygı	alçakgönüllü olma, başkalarına kendine davranılmasını istediği şekilde davranma, diğer insanların kişiliklerine değer verme, muhatabının konumunu, özelliklerini ve durumunu gözetme...
Sevgi	aile birliğine önem verme, fedakârlık yapma, güven duyma, merhametli olma, vefalı olma...
Sorumluluk	kendine, çevresine, vatanına, ailesine karşı sorumlu olma; sözünde durma, tutarlı ve güvenilir olma, davranışlarının sonuçlarını üstlenme...
Vatanseverlik	çalışkan olma, dayanışma, kurallara ve kanunlara uyma, sadık olma, tarihsel ve doğal mirasa duyarlı olma, toplumu önemseme...
Yardımseverlik	cömert olma, iş birliği yapma, merhametli olma, misafirperver olma, paylaşma...

Kaynak: (<http://e-mufredat.meb.gov.tr>)

Türk eğitim sisteminin geleceğine dair önemli kararların alındığı 18. Millî Eğitim Şûrasında Değerler Eğitime verilen önem ve duyulan ihtiyaç doğrultusunda ayrı bir bölüm ayrılmış ve Değerler Eğitimi ile ilgili şu kararlar alınmıştır.

“29. Millî Eğitim Bakanlığı tarafından, çocuklarımızın ve gençlerimizin sahip olduğu değerleri belirlemeye yönelik ülke çapında alan araştırması yapılmalı ve bu araştırma her dört yılda bir güncellenmelidir.”

“30. Öğretim programlarında, değerler eğitiminde değer aktarımı yerine ulusal ve evrensel değerler birlikte düşünülerek farkındalık kazandıracak yaklaşımlara öncelik verilmelidir.”

“31. Değerin bir tercih olduğu ve toplumların benzer tercihlere sahip kişilerden oluştuğu vurgulanarak öğretmenlere değer eğitimi bilinci kazandırılmalıdır.”

“32. Öğretmen yetiştiren tüm programlara değerler eğitime yönelik bir ders konulmalı ve sistemdeki öğretmenlerin hizmet içi eğitim programlarında değerler eğitime yer verilmelidir.”

“33. Ortak değerlerin vurgulanması ve değer farklılıklarının zenginlik olduğu bilincinin kazandırılması için gerekli düzenlemeler yapılmalıdır.”

“34. Tüm eğitim-öğretim kademelerinde değerler eğitime yönelik, Sivil Toplum Kuruluşlarıyla iş birliği yapılarak alan öğretmenlerinin ortak kullanabileceği program ve materyal geliştirilmelidir.”

“35. Değerler eğitime, okul öncesinden başlayarak yaygın eğitim dâhil olmak üzere eğitim-öğretimin her kademesinde, tüm dersler ve okul kültürü içerisinde yer verilmeli ve bu konuda öğretmen, yönetici, öğrenci, aile ve çevre ile iş birliğine gidilmeli, farkındalık oluşturulması için kitle iletişim araçlarından faydalanılması amacıyla gerekli düzenlemeler yapılmalıdır.”

“36. Ödüllendirme kriterlerinde, değerler eğitimi açısından örnek davranışlar sergileyen öğrencilere yönelik düzenlemeler yapılmalıdır.”

“37. Medya ve değerler eğitimi ilişkisi konusunda farkındalık kazandırmaya yönelik araştırma ve eğitim çalışmalarına önem verilmeli, bu konuda gerekli yasal düzenlemeler yapılmalıdır.”

“38. Öğrencilerin akademik başarıları yanında değerlerin oluşumunda önemli yeri olan duygusal, sosyal ve ruhsal zekâ gelişimlerine yönelik de yatırım yapılmalıdır”.

“39. Değerler eğitimi konusunda önemli işlev gören “din kültürü ve ahlak bilgisi” dersi çoğulcu bir anlayışla tüm öğretim kurumlarında daha etkin olarak okutulmalıdır.” (<https://ttkb.meb.gov.tr>).”

Türk Milli Eğitiminin Genel Amaçlarına bakıldığında iyi vatandaş yetiştirmenin temel amaç olarak belirlendiğini görmekteyiz. Aynı şekilde genel amaçlar incelendiğinde, Türk milletinin milli, ahlaki, manevi ve kültürel değerlerinin yeni nesillere aşılmasının Türk eğitim sisteminin en temel amaç ve görevlerinden birisi olduğunu görmekteyiz (Acun vd., 2013).

2.4.Sosyal Bilgiler Öğretiminde Değerler Eğitimi

Sosyal bilgiler programı ilköğretim 4-8. sınıf düzeyinde aşağıdaki becerileri kazandırmayı amaç edinmiştir:

- *Basılı ve Görsel Kaynakları (gazete, televizyon vb.) Kullanma ve Değerlendirme Becerisi*
- *Eleştirel Düşünme Becerisi*
- *Yaratıcı Düşünme Becerisi*
- *İletişim Becerisi*
- *Araştırma Becerisi*
- *Problem Çözme Becerisi*
- *Karar Verme Becerisi*
- *Bilgi Teknolojilerini Kullanma Becerisi*
- *Girişimcilik Becerisi*
- *Türkçeyi Doğru, Güzel ve Etkili Kullanma Becerisi*

- *Gözlem Becerisi*
- *Mekânı Algılama Becerisi*
- *Zaman ve Kronolojiyi Algılama Becerisi*
- *Değişim ve Sürekliliği Algılama Becerisi*
- *Sosyal Katılım Becerisi* (<http://e-mufredat.meb.gov.tr/>)

Bu beceriler “Bilgi Teknolojilerini Kullanma Becerisi, Türkçeyi Doğru, Güzel ve Etkili Kullanma Becerisi, Eleştirel Düşünme Becerisi” başta olmak üzere Sosyal bilgiler ve diğer derslerde öğrencinin kazanması gereken önemli becerilerdir.

2005 yılı Sosyal Bilgiler Öğretim Programında öğrencilere doğrudan verilmesi istenilen değerler şunlardır:

- *Aile birliğine önem verme,*
- *Adil olma,*
- *Bağımsızlık*
- *Bilimsellik,*
- *Barış,*
- *Dayanışma, dürüstlük,*
- *Estetik,*
- *Farklılıklara saygı*
- *Hoşgörü,*
- *Misafirperverlik,*
- *Sağlıklı olmaya önem verme,*
- *Saygı,*
- *Sevgi,*
- *Sorumluluk,*
- *Temizlik,*
- *Vatanseverlik,*
- *Yardımseverlik değerleri*

“Doğrudan Verilecek Değerler” olarak belirlenmiştir. (<http://e-mufredat.meb.gov.tr/>)

Toplumların belirledikleri amaçlara ulaşmak için öncelikle eğitim sistemlerine şekil vermesi, bunun için de amaç edindikleri yeteneklere sahip bireyleri yetiştirmek için uygun içerikler hazırlamaları gereklidir. Öğrencilere kazandırılacak özelliklerin neler olması gerektiği diğer bir ifadeyle, ne çeşit insan yetiştirileceği hususunda belli bir eğitim felsefesine sahip olmak, hedeflere ulaşmada, sistemli bir gelişim sağlanmasına yardımcı olacaktır. Eğitim basamaklarından ilköğretim dönemi, bireylere doğru davranışlar kazandırılması hedefine yönelik ayrı bir öneme sahiptir (Evin ve Kafadar, 2004).

Eğitimin tarihi sürecine dair yapılan değerlerle alakalı araştırmalar ele alındığında, değerlerin öğretmenlerin, öğretimi tasarlama, düzen içerisine sokma, uygulamaya geçirme, öğrenmeyi destekleme ve devam ettirme, sınıf disiplini oluşturma, kendini geliştirme vb. mesleki görevlerini yerine getirirken ki düşüncelerine, hislerine ve davranışlarına dayanmaktadır. Farklı bir deyişle mesleki bakımdan öğretmenlik mesleğinin yüzeysel olarak incelendiği, bu sebeple öğretmenlerde bulunması gereken mesleki değerler bakımından bütün bir yaklaşımla ele alınmadığı gözlemlenmiştir (Tunca ve Sağlam, 2013).

Türk Milli Eğitimi Temel Kanunun Türk Milli Eğitiminin genel amaçları bölümünde, "... Türk Milletinin bütün fertlerini, Türk Milletinin milli, ahlaki, insani, manevi ve kültürel değerlerini benimseyen, koruyan ve geliştiren yurttaşlar olarak yetiştirmek" biçiminde belirtilmiştir. Ayrıca İlköğretim Kurumlar Yönetmeliği'nin 5. maddesinde Türk Milli Eğitiminin amaç ve ilkeleri doğrultusunda ilköğretim kurumlarının amaçlarından biri "*Öğrencilerin, milli ve evrensel kültür değerlerini tanımalarını, benimsemelerini, geliştirmelerini ve bu değerlere saygı duymalarını sağlamak*" olarak belirtilmiştir (<http://www.mevzuat.gov.tr>).

Geçmişte uygulanmış eğitim programlarında dolaylı yollarla verilen değerlerin, duyulan ihtiyaçtan ötürü öğrencilere direkt verilmesi ilkesi özümsemiştir. Bu kapsamda Türkiye'de de mühim çalışmalar gerçekleştirilmiş, ilköğretim aşamasında kimi değerlerin çocuklara ünite kazanımları ile beraber direkt olarak verilmesi hedeflenmiştir (Yiğittir ve Öcal, 2011).

Milli eğitimin genel gayeleri ele alındığında, ulusal, manevi ve hümanist değerler, kanun, insan hakları, davranış, sorumluluk, başka insanların şahsi niteliklerine ve sahip oldukları haklara saygı gösterme, toplumsal sorumluluk, hür ve demokratik toplum, bilgi ve yetenek, hür ve bilimsel düşünme, kabiliyetlerini geliştirme gibi kişilerin ve toplumun hem refahını hem de mutluluğunu arttırdığı öngörülen olgular odak alınmıştır. Bu kavramlar direk olarak ya da dolaylı yollar ile değerlerle eşleştirilmiştir. Bu kavramların edindirilmesi konusunda ders kitaplarının büyük önemi bulunmaktadır (Çelikkaya, 2013).

Ülkemizde özellikle birinci kademe programında milli değerlere ağırlıklı bir şekilde yer verilmiştir. İkinci kademede ise milli değerlerimizin geçme oranı fazla olmamakla beraber, evrensel değerler kategorilerinin sıklığının arttığı görülmektedir. Sonuç olarak, değer eğitiminde kademeler arası, ulusallıktan evrenselliğe bir eğilim olduğu yargısına varmak mümkündür (Evin ve Kafadar, 2004)

2.5. İlgili Araştırmalar

2.5.1. Yurt İçinde Yapılan Çalışmalar

Bahçe (2010) çalışmasında; öğretmenlerin Hayat Bilgisi öğretiminde değerlerin kazandırılması düzeylerini belirlemeye çalışmıştır. 13 sorudan oluşan araştırma için hazırlanan yapılandırılmış görüşme formu 2009-2010 eğitim öğretim yılında Sarıkaya ilçe merkezinde birinci kademe öğretmenlerine uygulanmıştır. Toplanan verilerin analizinde betimsel analiz yaklaşımı kullanılmış olup, öğretmenlerin değer kazandırmak için grup öğretim tekniğini tercih ettikleri, Hayat Bilgisi dersi programında yer alan doğruluk, dürüstlük, adil olma ve bağımsızlık gibi değerlerin kalıcı olması için birden fazla yöntem ve teknik kullandıkları ancak drama yöntemini daha etkili buldukları için daha fazla tercih ettikleri görülmüştür. Toplumsallık, sabır, misafirperverlik ve yardımseverlik gibi değerlerin kazandırılmasında çevrenin, okul ve aileden daha fazla etkili olduğu tespitinde bulunulmuştur.

Ateş (2013), “Öğretmenlikte meslek ahlâkı ve mesleki değerler” konulu araştırmasında; değerler eğitiminin önemi, gerekliliği, değerler eğitiminin nasıl

verilmesi gerektiği, öncelikli değerlerin neler olduğu, değer çatışmalarının çözüm yollarını ve öğretmenlerin değer edinimindeki konumu gibi konulara cevaplar aranmıştır. Bu doğrultuda 16 öğretmenin yarı yapılandırılmış görüşme sorularına verdikleri cevaplar analiz edilmiştir. Buna göre, değerler eğitiminin önemli bir ihtiyaç olduğu, okulun tek başına yeterli olamayacağı için sokak, aile, medya gibi tüm kurumların desteğinin gerekliliği, değerler eğitiminin uygulamaya geçemediği için teoride kaldığı, akademik başarıya odaklandıkları için veliler nezdinde önemsiz görüldüğü sonuçlarına varılmıştır.

Baysal (2013) “Ortaokul sosyal bilgiler derslerinde değerler eğitimi uygulamalarının öğretmenler yönüyle değerlendirilmesi” konulu araştırmasında; genel tarama modelini kullanmış, araştırmayı 2012-2013 eğitim-öğretim yılında Konya ilinde görev yapan 94 Sosyal Bilgiler öğretmeninden oluşan çalışma grubuyla gerçekleştirmiştir. Araştırma sonunda; öğretmenlerin Sosyal Bilgiler dersinde en fazla “dürüstlük” değerini kazandırmaya çalıştıklarını, en çok kullandıkları tekniğin ise “ahlaki ikilem” tekniği olduğu sonucuna ulaşmıştır. Öğretmenlerin büyük bir kısmının değerler eğitimi uygulamalarında gerekli olan materyalin Milli Eğitim Bakanlığı tarafından tedarik edilmesi gerektiğini, değerler eğitimi uygulamalarına ailelerin katılımının değerlerin özümsemesinde büyük katkı sağlayacağını ifade etmişlerdir. Son olarak öğretmenlerin yaş, cinsiyet, mezuniyet alanı, mezuniyet derecesi gibi değişkenlerinin değer eğitimi uygulamaları açısından anlamlı bir fark oluşturmadığı sonucuna varılmıştır.

Er (2013) çalışmasında; sosyal bilgiler alanında öğretmenliğe aday kişilerin sahip oldukları değer algılarıyla benlik saygıları arasındaki ilişkiyi araştırmakla beraber Ankara ve Aksaray Devlet Üniversitelerinde eğitimi devam eden 300 sosyal bilgiler öğretmen adayı çalışma kapsamına alınmıştır. Portre Değerler Ölçeği ve Benlik Saygısı Ölçeği veri toplama aracı olarak kullanılmıştır. Araştırma bulguları doğrultusunda sosyal bilgiler alanında öğretmen olmaya aday kişilerin değer mekanizmalarıyla ilgili algıları ile cinsiyet, yaş, annelerin eğitim seviyesi, mezun olunan okul ve gelir seviyesine göre anlamlı farklar saptanmıştır. Babaların eğitim seviyesi ve yaşadıkları şehrin özelliklerine göre ise anlamlı bir farklılık meydana

gelmemiştir. Sosyal bilgiler alanında öğretmen olmaya aday kişilerin benlik saygılarıyla ilgili algıları ve yaşları arasında da anlamlı bir fark bulunamamıştır.

Taymur (2015) çalışmasında; ilkokul öğretmenlerinin değerler eğitimi çalışmalarına ve uygulamalarına dair düşüncelerini tespit etmeyi amaçlamıştır. Nitel araştırma deseni ile yapılan çalışmaya Batman il merkezinde çalışan 12 öğretmen katılmıştır. Elde edilen verilerin tahlil edilmesinde betimsel analiz yönteminden yararlanılan çalışmanın sonuçlarına göre; öğretmenler değerler eğitimi uygulamalarında genellikle telkin, değer açıklama, rol model olma, drama, gezi, film gibi yöntem ve teknikleri kullandıklarını ifade etmişlerdir. Araştırmaya katılan 12 öğretmen değerler eğitiminde kullanılan materyallerin yeterli olmadığını ifade etmişlerdir. Değerler eğitimi uygulamalarının öğrenciler üzerindeki etkilerine dair sonuçlara bakıldığında, değerler eğitimi uygulamalarının öğrenciler üzerinde olumlu etki yarattığı davranış haline getirilebildiği görülmektedir.

Balık (2016), Hayat bilgisi ders kitapları ile yüz temel eser listesindeki ulusal masalların karşılaştırılması konulu çalışmasında; ders kitapları ve masal kitapları incelenerek, değerler eğitiminde bu kitaplardan yararlanılıp yararlanılamayacağı üzerinde fikir geliştirmeyi amaçlamıştır. Araştırma doğrultusunda incelenen ders kitaplarının hayat bilgisi dersi öğretim programında yer alan değerleri kapsadığı fakat bu değerlerin dışındaki değerleri barındırmadığı, Yüz Temel Eser’ deki yerel masallarda ise hayat bilgisi öğretim programında yer alan değerlerin tamamının etkili bir şekilde işlenmediği, bazı değerlerin sıklıkla yer aldığı, bazı değerlerin ise bir-iki örnekle sınırlı kaldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Kınacı (2018) çalışmasında; Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının değerler eğitimine ve sosyal bilgiler öğretim programındaki değerlere yönelik görüşlerini incelemiştir. Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Çalışmaya 2017-2018 eğitim-öğretim yılında Fırat Üniversitesi, Alparslan Üniversitesi ve İnönü Üniversitesinde öğrenim gören Sosyal Bilgiler Öğretmenliği Bölümü 4. sınıf öğrencileri katılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinin kullanıldığı araştırmada elde edilen bulgular içerik analizi yöntemiyle tahlil edilmiştir. Araştırmada elde edilen temel bulgular şu şekildedir: Katılımcılar değerler eğitimi

sürecinin yaşam boyu devam eden bir süreç olduğunu sadece okulda verilen bir süreç olmadığını ifade etmişlerdir. Sosyal Bilgiler dersinin milli, kültürel, evrensel değerlere sahip çıkmanın yanı sıra iyi bir vatandaş olmak için gerekli değerlere sahip olmak açısından önemli bir ders olduğunu ifade etmişlerdir. Son olarak sosyal bilgiler dersinin müfredatında yapılan değişiklikler sayesinde öğretmen adaylarının değerler ve değerler eğitimi dair bilgi ve algılarının arttığı sonucuna varılmıştır.

Çağlayan'ın (2018) değerler eğitimi ve uygulamalarına yönelik veli ve öğretmen tutumlarının değerlendirilmesi konulu araştırması 2017-2018 Eğitim-öğretim yılında Bingöl il merkezinde görev yapan 275 sınıf öğretmeni ve ilkokul 3. sınıfta öğrencisi olan 483 veli ile yapılmıştır. Elde edilen veriler betimsel istatistik yöntemiyle değişkenler göz önünde bulundurularak analiz edilmiş ve elde edilen bulgulara göre; değerler eğitiminin yeni nesillerin geleceği açısından gerekli olduğu ve değerler eğitime okullarda yer verilmesinin önemli bir gelişme olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca öğretmenlerin öğrencilerin değerlerinin gelişiminde katkısının önemli olduğu, değerler eğitiminin toplumsal sorunlar üzerinde olumlu etkisi bulunduğu ve değerler eğitiminin en önemli parçalarından birisinin aile olduğu ifade edilerek, okullarda verilen değerlerin sosyal etkinlikler yoluyla verilmesi gerektiği sonucuna varılmıştır.

Bartan (2018), Okul öncesi öğretmenlerinin değerler ve değerler eğitimi hakkındaki görüşleri ile sınıf içi uygulamalarının incelenmesi adlı çalışmada nitel araştırma yöntemini kullanmış, Kütahya ilinde görev yapan 10 Okul Öncesi Eğitimi öğretmeni ile yarı yapılandırılmış görüşme formuyla mülakatlar yapmıştır. Toplanan verilerin içerik analizinin yapılmasıyla elde edilen bulgulara göre; öğretmenlerin çoğu temel değer algılarının başında saygı, sevgi ve manevi değerlerin geldiğini ve değerler eğitiminin birey ve toplumun gelişimi açısından çok önemli olduğunu ifade etmişler, değerler eğitime erken yaşlarda başlanması gerektiğini belirtmişlerdir. Bunların yanı sıra okul öncesi eğitim programında değerlere belirgin bir şekilde yer verilmediği ve öğretmenlerin değerler eğitiminde kullanılan yöntemler hakkında bilgilerinin yeterli olmadığı sonucuna varılmıştır.

Baltacı (2018) çalışmasında; Ortaokul yöneticilerinin değerler eğitimine ilişkin görüşlerini incelemiştir. Nitel araştırma metodu kullanılan bu çalışmaya İstanbul ili Güngören ilçesinde görev yapan 15 yönetici dâhil edilmiştir. Katılımcılarla 8 sorudan oluşan görüşme formu kapsamında yapılan mülakatlar sonucunda yöneticiler; değerler eğitimi uygulamalarında öğretmenlerin öğrencilere değerlerin kazandırılmasında başarılı oldukları, saygı kavramının değerler eğitiminde öncelikli bir değer olduğunu, değerler eğitimi dersinin ayrı bir ders olarak programa dâhil edilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Ayrıca tüm branşlarda değerler eğitimine aynı derecede önem verilmemesi ve ailelerin değerler eğitimi uygulamalarına adapte olamamalarının, değerler eğitiminde ortaya çıkan sorunların temel nedenleri arasında olduğunu ifade etmişlerdir.

2.5.2. Yurt Dışında Yapılan Çalışmalar

Thompson' un (2002) yaptığı çalışma, karakter eğitiminin öğrencilerin davranışlarını nasıl etkilediğini belirlemeye yöneliktir. Araştırma kapsamında karakter eğitimi programının öğrenci davranışlarına etkisi öğretmen ve ebeveynlerin öğrenci davranışları üzerindeki etkilerini belirlemek üzere görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgular doğrultusunda karakter eğitiminin ilköğretimin ilk basamağından itibaren verilmesi, öğretim programlarının temel bir parçası olması ve karakter eğitiminin akademik konularla sınırlı kalmaması gerektiği önerilerinde bulunulmuştur.

Chandler (2005), sosyal yeterlilik ve anti sosyal davranış ölçeği kullandığı çalışmada beşinci sınıf öğrencilerinin sosyalleşmesi öncesinde ilkokul karakter eğitiminin etkisini bulmayı hedeflemiştir. 18 hafta boyunca 116 beşinci sınıf öğrencisiyle yapılan çalışmada ulaşılan bulgulara göre; sosyal yeterlilik eğitimi öncesinde olan beşinci sınıf öğrencilerinde karakter eğitimine katılan öğrenciler arasında önemli farklılıklar olduğu görülmektedir.

Oladipo (2009) çalışmasında, çocuğun ahlaki eğitimi ve sorumluluğunu yerine getirme konusuna verilen önemi vurgulamış ve çocuğun ahlak eğitimine etkisi olan etken ve paydaşları sorgulamıştır. Çocukların ahlaki eğitimi vermek için bu kurumların nasıl etkileşimde bulunmaları gerektiğine dair öneriler sunulmuştur. Bu

kapsamda; çocuğun ahlaki eğitimi, sadece bir kurumun sorumluluğunda olmayıp aksine, farklı sosyal kurumlar, çocuğa anlamlı bir ahlaki eğitim vermek için işbirliği yapmalı ve etkili bir şekilde etkileşime girmelidir sonucuna ulaşılmıştır.

Schaefer (2012), İlkokullarda karakter eğitimi metotlarının belirlenmesi adlı çalışmasında karakter eğitiminin öğrenciler üzerindeki etkilerini araştırmıştır. Bu doğrultuda 23 ilkokul öğretmeni çalışmaya dâhil edilmiştir. Katılımcıların büyük bir kısmı uygulanan karakter eğitimi programlarının yetersiz olduğunu ifade ederek, öğrenci merkezli yaklaşımın karakter eğitiminde etkili olduğunu, tarihi ve edebi öykülerin, katılımcıların doğru davranış biçimleri hakkında gerçekleştirdikleri tartışmaların ve gerçek yaşam deneyimlerinin karakter eğitiminde etkili sonuçlar verdiğini ifade etmişlerdir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. YÖNTEM

3.1.Yöntem

Araştırma nitel araştırma yöntemi ile yapılmıştır. Çalışmanın desenlemesi ise temel nitel araştırma desendir. Nitel araştırmanın temel özelliği, bireylerin gerçeği sosyal dünyalarıyla etkileşimleri içinde nasıl inşa ettiği üzerine yoğunlaşmasıdır. Burada araştırmacı bir fenomenin anlamını, fenomene katılanlara göre anlamaya çalışır. Burada amaç insanların hayatlarını ve deneyimlerini nasıl kavradığını anlamak olmaktadır (Merriam, 2013: 23).

3.2.Çalışma Grubu

Detaylı verilerin elde edilmesi için araştırmanın çalışma grubu kolay ulaşılabilir örnekleme yöntemi kullanılarak belirlenmiştir. Bu örneklem yöntemi araştırmaya hız ve pratiklik kazandırır. Bu yöntemde araştırmacı yakın olan ve erişilmesi kolay olan bir durumu seçer. Bu yöntem nitel araştırma teknikleri içinde yaygın olarak kullanılabilen bir örneklem yöntemi olmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2018:153). Çalışma grubu, 2020-2021 öğretim yılında Bitlis/Ahlat'ta bulunan ortaokullarda görev yapmakta olan 11 erkek, 4 kadın olmak üzere toplam 15 sosyal bilgiler öğretmeninden oluşmaktadır.

3.3.Verİ Toplama Araçları

Nitel araştırmalarda veri toplama süreci; doküman analizi, derinlemesine görüşme (yüz yüze görüşme) ve doğrudan gözlem tekniklerinin kullanılmasıyla tamamlanmaktadır (Legard vd., 2003). Bu çalışma Valilik ve Mili Eğitim İl Müdürlüğünden alınan izinle başlamıştır (Ek-1). Veriler katılımcıların bakış açılarının net olarak anlaşılabilmesi için yüz yüze görüşme tekniği ile oluşturulmuştur. Nitel araştırmalarda görüşme soruları; yapılandırılmamış, yarı yapılandırılmış ve yapılandırılmış olmak üzere üç farklı tekniğe göre oluşturulmaktadır (Marshall ve Rossman, 1999). Bu çalışmada ise, katılımcılar ve araştırmacı arasında olağan bir

etkileşim sağlanması ve katılımcılara kendini ifade etme biçimleri ile konuşma olanağı sunması açısından yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır (Ek-2).

Yapılan bu çalışmada öğretmenlerin yaş, cinsiyet ve mesleki kıdem gibi çeşitli bilgileri kişisel bilgi formu aracılığıyla toplanmıştır (Ek-3). Bu formun hazırlanması için ilgili literatür taranmış ve araştırma soruları dikkate alınarak hazırlanmıştır. Hazırlanan bu form, konu kapsamı ve soruların içeriği, tutarlığı, cümle yapısı ve anlaşılabilirliği açısından gözden geçirilerek son halini almıştır.

3.4.Uygulama Süreci

Araştırma grubunda yer alan katılımcılara yapılan görüşmelerde çalışmanın amacı ve kapsamı açıklanarak ortaya çıkacak verilerin sadece danışman öğretim üyesi ve araştırmacı tarafından kullanılacağı ifade edilmiştir. Şayet isterlerse görüşmeden çekilebilecekleri ifade edilmiştir. Katılımcılara ait kod isim oluşturularak (yaş, cinsiyet ve kıdem yılı) katılımcının kimliğinin ortaya çıkacağı bir bilgi paylaşımının söz konusu olamayacağı ifade edilmiştir. Bu şekilde toplanan veriler için analiz sürecine geçilmiştir

3.5.Verilerin Analizi

Katılımcılardan elde edilen veriler içerik analizi yöntemi kullanılarak analiz edilerek, elde edilen bulgular nitel araştırma yönteminin argümanları çerçevesinde yorumlanmıştır. İçerik analizi tekniği, elde edilen verilerin açıklanmasında gerekli olan kavramları ve ilişkileri belirlemek amacıyla kullanılır (Yıldırım ve Şimşek, 2018). Ortaya çıkacak sonuçlar betimsel bir bakış açısıyla sunularak yorumlanmıştır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. BULGULAR

Sosyal medya kullanımı ve değerler eğitimi ile ilgili olarak görüşlerine başvurulmuş öğretmenler, günümüz koşulları doğrultusunda olumlu ve olumsuz tüm sosyal medya etkileriyle ilgili görüşlerini belirtmişlerdir:

4.1. Araştırmanın Birinci Sorusuna İlişkin Bulgular

Birinci soruda sosyal medya kullanımının değerler eğitimine olan etkisi konusunda görüşleri alınan öğretmenlerin %40'ı (6 kişi) **“Kültürel yozlaşma, gelenek ve göreneklerden uzaklaşma, ahlak bozucu etik dışı davranışlar ve ifadeler”** gibi olumsuz etkilere dikkat çekmişlerdir. Öğretmenlerin çoğunluğu, bu olumsuz etkilerin asgari seviyeye indirilmesi için tedbirler alınması gerektiği konusunda hemfikir olmuşlardır. Sosyal medyanın değerler eğitimi üzerinde **“Dürüstlük, iyilik, vatanseverlik, hayvanseverlik, birlik ve beraberlik gibi duyguların kazandırılması”** gibi olumlu etkiler yarattığını ifade eden öğretmenler ise katılımcıların %40'ını (6 kişi) oluşturmaktadır. Ayrıca öğretmenler, sosyal medyanın bilinçli kullanımı halinde değerler eğitimine olumlu etki edeceğini ifade etmişlerdir. Görüşleri alınan öğretmenlerin %20'si ise sosyal medyanın değerler eğitimine olan etkisinin hem olumlu hem de olumsuz tarafları olduğuna dikkat çekmişlerdir (Tablo 4.1).

Tablo 4.1. Araştırmanın Birinci Sorusuna İlişkin Bulgular

Soru	Olumlu İfadeler			Olumsuz İfadeler		
	N	F	%	N	F	%
	Dürüstlük, iyilik, vatanseverlik,			Kültürel yozlaşma,		

1	hayvanseverlik, birlik ve beraberlik gibi duyguların kazandırılması	6	40	gelenek ve göreneklerden uzaklaşma, ahlak bozucu etik dışı davranışlar ve ifadeler	6	40
	Sosyal medyanın değerler eğitimi üzerine etkisinin hem olumlu hem de olumsuz taraflarına dikkat çekenler				3	20

Değerler eğitimi ile sosyal medya arasındaki ilişkinin nitelikleri hususunda görüşlerine başvurulmuş öğretmenlerin ilettikleri görüşleri doğrultusunda, sosyal medyanın toplumsal ve kişisel değerlere olan etkilerinin öğretmenlerin zihninde olumsuz yönleri ile tezahür ettiği ve bu kapsamda konunun değerlendirildiği görülmüştür. Değerler eğitimiyle sosyal medya arasındaki kuvvetli bağ, genellikle negatif etkileri dolayısıyla kaygı oluşturmakta, erişimin sonsuz ve sınırsız olması nedeniyle pek çok insan kötü niyetli kullanımlar gerçekleştirmekte ve günümüz koşullarında yalnızca fayda sağlayacak boyutta sosyal medya kullanımı gerçekleştirilmediği söylenebilmektedir. Çağ gereği teknolojiye uzak kalmanın mümkün olmadığı ancak değerlerin baskın olduğu eğitim ve önlemlerle teknolojinin negatif etkilerinden soyutlanmanın mümkün olduğu ifade edilmiştir. Bu görüşlerden bazılarını aşağıda yer verilmiştir.

(28, E, 5): “Değerler eğitimi ile sosyal medya arasında evrensel bir ilişki bulunmaktadır. Sosyal medya özellikle evrensel değer eğitimlerini çocuklara kazandırmada önemli bir kaynaktır. Fakat evrensel değerlerin olumlu taraflarının kazandırılması gerekmektedir.”

(28, E, 3): “Değerler eğitimi ile sosyal medya arasında olumsuz bir etkileşim söz konusudur. Sosyal medya kullanımı arttıkça etik ve ahlaki normlar eskisi kadar önem arz etmemektedir. Bireyler kendilerini herhangi bir kısıtlamaya maruz bırakmadan, sorgulamadan, kendi kişisel özelliklerini çok rahat bir şekilde sosyal medya araçları aracılığıyla sergilemekte ve bu da toplumsal yozlaşmayı arttıran bir

felakettir. İnsanlar birbirlerinin özelini araştırıp kurcalayıp insani değerlere de zarar vermektedir. Şahsi düşüncem sosyal medyanın bilinçsiz kullanımı değerlerimize ve değerler eğitiminin amacına ulaşmasına büyük zarar vermektedir.”

(30, K, 9): “Sosyal medyayı günümüzde hiçbir şeyle bağımsız olarak düşünemeyiz. Değerlerimiz değişime zorladığını düşünüyorum. Şöyle ki, sosyal medyayı daha çok genç kesim kullanırken farklı yaş grupları da artık kendisini bu çekim kuvvetine kaptırmıştır. Bu zorunlu süreçle de değerler eğitiminde esneklikler yenilikler eklenmiştir.”

(27, E, 2): “Sosyal medya artık insanların günlük bir ihtiyacı haline gelmiştir. İnsanlar sosyal medyasız veya internetsiz hiçbir işini halledemez olmuşlardır. Öyle ki yaptıkları her işi sosyal medyada paylaşır hale gelmişlerdir. Bu durum insanların özel hayatlarına dahi etki etmeye başlamıştır. Ve bazı art niyetli insanlar tarafından suistimal edilmeye başlamıştır. Öyle ki hırsızlık, dolandırıcılık olayları hoş karşılanmazken insanlar sosyal medyanın verdiği yüz yüze olmama durumunu kullanarak çok rahat şekilde dolandırıcılık yapmaya başlamıştır. Bu durum bizlere gösteriyor ki insanların ahlaki değerlerini hiçe sayarak yanlış davranışlara sevk etmektedir. İnsanların sevgi, saygı, dürüstlük gibi değerlere bakış açısının değişimine sebep olmaktadır. Ne de olsa yakalanmama düşüncesi insanların manevi duygularını hiçe saymasına neden olmaktadır. Yani değer eğitimi ile sosyal medya arasında sıkı bir ilişki vardır.”

(34, E, 8): “Kontrolü kolay olmayan sosyal medyada her türlü içeriğe erişim vardır. Toplumun örf adet gelenek ve göreneklerine uygun olmayan içerikler toplumumuzun yozlaşmasına sebep olmaktadır. Özellikle 18 yaş altı çocukların sosyal medyada takip ettikleri olumsuz içerikleri kendi yaşam tarzına yansıtması toplumsal bir kıyımaya sebep olmaktadır.”

(31, E, 7): “Değerler eğitimi ile sosyal medya arasında olumsuz bir ilişki vardır. Sosyal medyada bireylerde sınır ve sansürden bahsedemeyiz ve bireyler özgürdür. Sınırların, kuralların olmadığı bir yerde değerlerden de söz edemeyiz.”

(34, E, 5): “Değerler, insanlara seçimlerinde yol gösterirler, toplum için önemli unsurların belirlenmesini sağlarlar. Kısacası değerler toplumsal yaşamı düzenlerler.

Son dönemde sosyal medya araçları ile kısa zaman diliminde binlerce insana ulaşmak çok kolay olmuş ve insanları yönlendirmek daha kısa zamanda gerçekleşecek duruma gelmiştir. Sosyal medya toplumsal değerleri koruduğu gibi toplumsal değişimi beraberinde getirmektedir.”

(30, E, 6): “Medyanın toplum üzerinde oluşturduğu etki yaygınlığı, türü, ulaşılabilirliği, içeriği gibi birçok faktöre bağlı olmakla birlikte günümüzde medya, iletişim teknolojilerinin giderek gelişmesiyle değişime uğrayan, giderek etki alanı genişleyen ve insanlara duygu ve düşüncelerini paylaşacak bir ortam oluşturmaktadır. Sosyal medya adını alan bu ortam günümüzde giderek artan bir etki alanına sahiptir. Sosyal medya bireylere kendi profillerini oluşturma, sohbet etme, paylaşım yapma, görüntülü arama, oyun oynama gibi özellikler sunan web tabanlı hizmetlerdir. Sosyal medya bireylerin birbirleriyle temasa geçmesini sağlayarak örgütlenmesini ve herhangi bir gelişmeyi hızlı bir şekilde duyurmasını sağlamaktadır. Bu özelliklerinin yanında sosyal medya uygulamaları sanal iletişime yeni bir boyut kazandırarak, sosyal etkileşimin gerçekleşme şeklini değiştirmiştir. Bu bağlamda sosyal medya sadece bir iletişim aracı olarak değil, bireylere, duygu, düşünce ve fikirlerini paylaşarak, karşılıklı etkileşim olanağı sunarak sosyalleşme imkânı sağlayan bir ortam olarak görülmelidir. Tüm bu işlevlerini yerine getiren medyanın toplum ve bireyler üzerinde değişik etkilere sahip olduğu açıktır.”

(29, K, 7): “Günümüzde medya hayatımızın içinde hatta merkezinde. Bu nedenle sosyal medyada yer alan olumlu değer yargıları içeren yayınların, uygulamaların arttırılması değerler eğitimi kapsamında hem biz öğretmenler hem de aileler için verimli olacaktır. Sosyal medyanın doğru kullanımı ve faydalı içerikleri toplumda ki değer yargılarını değiştirecektir. Değerler eğitimi sadece sınıfta verilebilecek bir eğitim değildir. Sosyal medyayı etkin kullanan günümüz çocukları ve gençleri için değerler eğitimini bu ortamlardan aktarabilmek önemlidir. Bununla ilgili

kapsamlı çalışmaların yapılması sosyal medyanın olumlu yanlarını kullanmamızı sağlayacağını düşünüyorum.”

(51, K, 29): “Doğrudan bir ilişki vardır diyebiliriz. Çünkü özellikle günümüzde yaşanan zor şartlardan dolayı sosyal medya daha fazla rağbet görmeye başlamıştır. Bu sebeple sosyal medya her alanda olduğu gibi değerler eğitimi alanını da fazlasıyla etkilemektedir. Gelişen teknolojiye ve değişen dünyaya ayak uydurmak adına sosyal medyaya ihtiyacımız olduğu için değerler eğitiminde de yararlanabileceğimiz bir alan oluşturmaktadır.”

4.2.Araştırmanın İkinci Sorusuna İlişkin Bulgular

İkinci soruda sosyal medya ile değerler eğitimi arasında nasıl bir ilişki olduğu hususunda görüşlerine başvurulmuş öğretmenlerin %60'ı (9 Kişi) olumsuz ilişkiye dikkat çekmişlerdir. Sosyal medyanın genel itibarıyla olumsuz etkileri sebebiyle kaygı yarattığını belirtmişlerdir. Öğretmenlerin %20'si (3 Kişi) değerler eğitimi ile sosyal medya arasındaki ilişkinin kullanım durumu doğrultusunda olumlu veya olumsuz olabileceğini ifade etmişlerdir. %20'si ise (3 Kişi) katılımcı ise sosyal medya ile değerler eğitimi arasında olumlu bir ilişki olduğunu ve teknolojiden soyutlanmanın mümkün olmadığını ifade etmişlerdir (Tablo 4.2).

Tablo 4.2. Araştırmanın İkinci Sorusuna İlişkin Bulgular

Soru	Olumlu İfadeler			Olumsuz İfadeler		
	N	F	%	N	F	%
2	Evrensel değerlerin kazandırılması, fikir ve düşüncelerin paylaşımı, karşılıklı etkileşim ve sosyalleşme, toplumsal değerlerin kazandırılması. Sevgi, saygı dürüstlük gibi	3	20	Öğrencilerin sorgulamadan, eleştirmeden birçok şeyi davranış haline getirebilmesi, dolandırıcılık ve hırsızlık gibi durumların	9	60

	değerlerin kazandırılması			normalleştirilmesi vb.		
	Sosyal medya ile değerler eğitimi arasındaki ilişkinin hem olumlu hem de olumsuz yönüne dikkat çekenler				3	20

Değerler eğitimi kapsamında sosyal medyanın öğrenciler üzerindeki negatif etkileri konusunda görüşlerine başvurulmuş öğretmenler; sınırsız erişim dolayısıyla iletişim kaynaklı problemlerin yaşanabileceği, kötü niyetli kullanımların ruhsal olarak öğrencilere zarar verebileceği ve kötü niyetli kullanıcılar dolayısıyla cinsel, duygusal istismarların meydana gelebileceği, hedefli içeriklerin hedef aldıkları kitleyi düşünceleri bakımından etkileyerek, küçümseme, aşağılanma gibi duyguları normalleştirebileceği konularında oldukça hassas olduklarını ifade etmişlerdir. Öğretmenlerin görüşleri doğrultusunda, evrensel bir platform olan sosyal medya, farklı kültürlerin ve farklı kişilerin bir araya gelebilmesi dolayısıyla yozlaşmalara ve toplumsal değerlerin hiçe sayılmasına sebebiyet verebilmektedir. İçeriklerin kontrol altına alınmaması ve denetlenmemesi neticesinde pek çok etkilenmeye açık genç, suistimale uğrayabilmekte ve duygusal mobbinge maruz kalabilmektedir. Dil kullanımı, aile birliğinin sarsılması gibi pek çok nedenle gençlerin sosyal medyanın negatif tesirlerinden korunması gerekmektedir. Bu görüşlerden bazılarını aşağıda yer verilmiştir:

(28, E, 3): “Olumsuz etkileri maalesef oldukça fazladır. Türk gelenek ve görenekleri ve İslami ahlak formatından çok aykırı yozlaşmış küreselleşmiş bir gençlik modeli oluşmuştur. Toplum sorunlarına kayıtsız, alakasız bir gençliğin temelini oluşturmuştur. Araştırmayan, okumayan, asosyal bir neslin oluşmasına sebep olmuştur. Bu örnekler daha da çoğaltılabilir. Sonuç olarak sosyal medya denetim altına alınmalı. Bunu devlet-aile iş birliği çerçevesinde sağlamalıdır.”

(30, K, 9): “Değerlerimiz bizi biz yapan unsurlardır ve hatta şöyle söyleyebilirim ki biz insanları diğer canlılardan ayıran en önemli farktır. Fakat sosyal medyanın kullanımı hatta bağımlı hale gelmesi değerlerimizin özüne de dokunmaktadır.

Sosyal medya ile fenomenler, youtuberler vb. çoğalması ve öğrencilerimizin bu kesimi takip edip hayran kalması değerlerimizin özünü sarsmaktadır. Örnek vereceksem, -saygı sevgi çerçevesi için- büyüklerimizle dalga geçilip, onları küçümseyici videolar açılıyor. Maalesef bu videolar tıklanma rekorları kırıyor adeta. Bu da özümüzü sarsıyor. Diğer olumsuz bir yönü ise batı hayranlığı. Bizi, geçmişimizi, ailemizi, büyüklerimizi küçümsemeye başlıyor. Batıyı batıya ait olan her şeyi üstün görmeye başlıyor. Bu da özümüzü yitirmeye sebep oluyor.

Bizi biz yapan değerlerden uzaklaşıp yozlaşmaya sebep oluyor. Böylece yeni nesil ve değerleri ne diğer değerlerin aynısı ne de bizim özümüzü yansıtan değerler oluyor. Ahlaki çöküntüye sebep oluyor.”

(27, E, 2): “Diğer sorularda da değindiğimiz gibi sosyal medya artık insanlar için olmazsa olmaz bir hale gelmiştir. Bu durum olumlu yanları olduğu gibi olumsuz etkileyen yanları da vardır. İnsanları yanlış bilgilendirerek onların galeyana gelmesine de sebep olmaktadır. Keza insanların kullandıkları diline kadar etki edebilmektedir. Yani konuştukları kelimelerin yabancılaşmasına ve Türkçenin yozlaşmasına sebep olabilmektedir. Yine öğrencilerin dünyayla bağlarını arttırdığı için yabancı kültürlerin onları etkisi altına almasına sebep olmaktadır. Bu durum öğrencilerin kendi değerlerini unutmalarına hatta yitirmelerine sebep olabilmektedir. Hatta yanlış yönlendirmelerle kendi ülkeleri aleyhine dahi propaganda yapmalarına sebep olmaktadır. Bu durumda toplumsal çatışmaların yaşanmasına ve insanların karşı karşıya gelmesine sebep olabilmektedir.”

(40, K, 19): “Öğrenciler sosyal medyaya uğraşları sebebiyle görev ve sorumluluklarını aksatmakta ve zamanı kesinlikle verimli kullanmamaktadır. Bu durumda birçok öğrenci anne ve babası ile çatışmaya girmekte ve aile içi etkileşim olumsuz etkilenmektedir. Öğrenciler sosyal medya üzerinden yapılan sohbetlerde çok fazla kısaltma, argo kullanma ve yabancı kısaltma kelimeler kullanarak kendi öz dillerini yanlış kullanmaktadır. Özellikle sosyal medya kullanılan gizli ve yalan yanlış hesaplar toplumsal güvenin sarsılmasına ve ilişkilerin yüzeysel ve samimiyetten uzak, sahte ilişkilere dönüşmesine sebep olmaktadır.”

(31, E, 7): “Sosyal medyada öğrenciler özgür olduğu için herhangi bir kısıtlama ya da sınırlama olmadığı için öğrenciler istedikleri kişileri takip edebilir, istedikleri kişilerle konuşabilir ve istedikleri şeyi izleyebilirler. Bu durum onları olumsuz etkileyebilir. Çünkü rol aldıkları, konuştukları kişiler veya izledikleri programlar değerlerin eğitiminde olumsuz etkiye sebep olabilir.”

(34, E, 5): “Sosyal medyanın öğrenciler üzerinde olumlu etkileri olduğu gibi olumsuz etkileri de vardır ki bana göre olumsuz etkileri daha fazladır. Medya okur yazarlığı olmayan toplumlarda bu durumu daha açık bir şekilde görebilmekteyiz. Çocukların sosyal medya kullanımında aşırı bağımlılık bazı değerlerin geri planda kalmasına sebep olmaktadır. Sosyal medyada çocukların maruz kaldığı paylaşımlar kişilik gelişimlerini son derece olumsuz etkileyebilmektedir. Örneğin yardımsever olmayı bir arkadaşının yaptığı paylaşımda beğenmek veya paylaşmak olarak gören bir çocuğun gerçek hayatta yardımseverliği algılamakta güçlük çekmekte veya aynı hassasiyeti herhangi bir şeyi paylaşırken göstermeyebilir. Ayrıca öğrencilerin sosyal medyayı kontrolsüz kullanmaları değerler oluşturmada gelecek için kuşku uyandırmaktadır. Çocukların gerçek hayatta birbirileri ile arkadaşlık etmeleri, aile bireyleri ile geçirdikleri zaman vs. giderek azalmakta ve tanımadıkları insanlar ile zaman geçirmelerine sebep olmuştur.”

(30, E, 6): “Sosyal medyanın oluşturduğu aşırı bağımlılık ile çocukların sosyal medya kullanma sürecinde bazı değerleri göz ardı etmelerine neden olur. Çocukların sosyal medya kullanırken yaptıkları paylaşımlar ve daha önemlisi maruz kaldıkları paylaşımlar gelişimleri üzerinde olumsuz etkiler oluşturmaktadır. Sosyal medyanın çocuklar üzerindeki olumsuz etkilerini şöyle sıralayabiliriz;

Çocuk sosyal medya kullanırken siber zorbalığa maruz kalabilir.

Sosyal medya kullanımı sırasında cinsel içerikli paylaşımlarla karşılaşabilir.

Yaşına uygun olmayan içerikteki reklamlara maruz kalabilir.

Sosyal medya hesabı kötü niyetli kullanıcıların eline geçebilir.

Çocuk iyi niyetli olmayan kullanıcılar tarafından saldırıya ve tacizlere maruz kalabilir.

Çocuk kendisiyle ilgili fazla bilgi paylaşımı yaparak güvenliğini tehlikeye atabilir.

Sosyal medya kullanımı sırasında çok fazla hareketsiz kaldığı için fazla kilo alımı gibi sağlık sorunlarıyla karşılaşabilir.”

(31, E, 8): “Çocukların kültürümüzde olan birçok değeri unutmasına sebep olabilir. Şiddet paylaşımlarından etkilenen çocuklar merhamet ve saygı gibi değerleri kaybedebilir. Olumsuz paylaşımlardan dolayı ahlak anlayışlarında bozulmalar olabilir. Bencilleşme gibi duygular edinebilirler.”

(29, K, 7): “Maalesef çocuklar ve gençler üzerinde etkin olan sosyal medyada yer alan olumsuz örnekler gençler üzerinde olumlu örneklerden daha çok etkilidir. Olumsuz örnekleri yaparak kabul görmek isteyen çocukların gençlerin davranışları kontrol edilmedir. Medyanın özellikle erkek öğrenciler üzerinde şiddet davranışının artmasında etkili olduğunu düşünüyorum. Ayrıca sosyal medyada yer alan toplumca kabul görülmeyen davranışların yer alması gençler için büyük tehlikedir. Hayatlarının büyük kısmını bu platformlarda geçiren çocuklar için gösterilen olumsuz değerler onlar için normalleşiyor ve değişiyor. Toplumun değerlerine aykırı davranışlara, değerlere maruz kalan öğrencilere göre toplumun değer yargıları yabancılaşıyor.”

(51, K, 29): “Sosyal medyanın birçok olumlu etkisi olsa da olumsuz etkileri de azımsanamayacak kadar fazladır. Bunların başında insanlar arası sosyal ilişkilerin zayıflaması gösterilebilir. Bazı değerleri kazandırırken böyle önemli bir değerden uzaklaşılması da sosyal medyanın getirdiği en büyük olumsuzluktur. Bu sebeple öğrencileri milli değerlerden, geleneklerden uzaklaştırabilir. Sosyal medyanın doğru kullanılmaması siber zorbalığı arttırmaktadır. Bu siber zorbalık, dolaylı olarak öğrencilerin değerler yerine kin, nefret, aşağılık duygusu gibi kötü duyguların kazanılmasına sebep olur. Aynı zamanda günümüzde şiddet içerikli paylaşımların çoğalması çocukların gelişimlerini kötü anlamda etkilemektedir.”

4.3.Araştırmanın Üçüncü Sorusuna İlişkin Bulgular

Üçüncü soruda değerler eğitimi kapsamında sosyal medyanın öğrenciler üzerindeki olumlu etkileri sorulan öğretmenlerin %40'ı (6 Kişi) **bireyin çevresiyle ve doğal yaşamla uyumuna**, %20'si (3 Kişi) **öğrencilerin bilinçlenmesi ve farkındalık kazanmasına** %26'sı (4 Kişi) **milli ve manevi duyguların oluşmasına** %40'ı ise (6 Kişi) **yardımlaşma, dayanışma, hoşgörölü ve saygılı olma gibi** olumlu kazanımlara dikkat çekmişlerdir (Tablo 4.3).

Tablo 4.3. Araştırmanın Üçüncü Sorusuna İlişkin Bulgular

Soru	Olumlu İfadeler			Olumsuz İfadeler		
	N	F	%	N	F	%
3	Bireyin çevresiyle ve doğal yaşamla uyumu	6	40			
	Öğrencilerin bilinçlenmesi ve farkındalık kazanması	3	20			
	Milli ve manevi duyguların oluşması	4	26			
	Yardımlaşma, dayanışma, hoşgörölü ve saygılı olma	6	40			

Değerler eğitimi kapsamında sosyal medyanın öğrencilere olan olumlu etkilerinin ne olduğu sorulan öğretmenler; yardımlaşma, hoşgörölü, kişisel ve evrensel pozitif duygular, olağanüstü hallerde ortak bilinçle hareket etme gibi konularda öğrencilerin değerlerine sahip çıkabildiklerini ve topluma karşı saygı duyduklarını ifade ederek görüş birliğı sağlamışlardır. Olumsuz tesirleri dışında sosyal medyanın çoğı zaman kültürel ve toplumsal bakımdan duyarlı ve hoşgörölü gençler yaratabileceğı, insanlara ve tüm canlılara karşı sorumluluk bilinci geliştirebileceğı ifade edilmiştir. Değerler eğitimi ile sosyal medya olumlu bakımdan ilişkilendirilmiş

ve bazı sosyal sorumluluk projelerinin sosyal medya ile daha etkin kılınabileceği belirtilmiştir. Bu görüşlerden bazılarına aşağıda yer verilmiştir.

(33, E, 8): “Değerler eğitimi ile ilgili yapılan çalışmaların daha fazla insana ulaşması sağlanır. Özellikle yapılan sosyal deneylerde bunun daha çok farkına varıyoruz. Sosyal deneyler insanlarda farkındalık oluştururken izleyen insanlarda da bir bilinç uyandırıyor. Daha fazla insana ulaşmış oluyor. Yapacağımız etkinlikleri buna göre düzenleyebiliriz. Özgün içerikler üreten tarihi hesaplar, el sanatları içerikli hesaplar milli kültür bilinci aşılar.”

(28, E, 3): “Sosyal medya sayesinde bazı değerlerimiz teşvik edilmesi daha kolay olabilir. Yardımlaşma ve dayanışma kampanyaları öğrencilerimizin dikkatini çekip onların da katılım sağlayabileceği bir araç olabilir. Yakın tarihte Elazığ depreminde TV programında ve sosyal medya araçlarında gerçekleştirilen organizasyonlar gibi. Bu tür organizasyonlar aynı zamanda iyilik değerinin kazanılmasında son derece önemli bir katkı sağlar.”

(30, K, 9): “Aslında bu soruyu birinci soruda kısmen cevaplamış bulundum.

Sosyal medya hayatın kaçınılmaz bir süreci olmuştur ve sosyal medya ile en çok vakit geçiren grup genç-öğrenci kesim olmuştur. Değerlerimizin özüne dokunmaksızın, değerlerimizi geçmişteki bağlarından koparmaksızın farklı değerlerle kaynaştırıp, geliştirip esneterek hayata daha geniş açılardan bakmayı, farklı olanı yadırgamamayı (bizim değerlerimizle uyuşmazsa bile) saygıyla karşılamayı sağladı. Sosyal medyanın tabi şu yönü de var: kendi özümüzü kuvvetlendirmeyi de sağlar. Örneğin yardımlaşma ögesini ele alalım. Yardıma ihtiyacı olan a şehrindeki birine sosyal medya aracılığı ile ülkenin dört bir yanından yardım ulaşır, bu durum bizi birbirimize bağlar. Başka örnek vermem gerekse; sokak hayvanlarını günlük yaşam içinde çok ihmal ederiz ama sosyal medya aracılığı ile bu konuda bilinç sağlanır ve merhamet duygularımız uyanır. Çevremize daha duyarlı değerlerimize daha bağlı kalabiliriz.”

(27, E, 2): “Sosyal medya internet çağında olduğumuz şu dönemde önemli bir etkileşim aracı haline gelmiştir. İnsanların bilgilerini paylaşarak haberleştikleri bir mecra olmuştur. Haberleşmeyi kolaylaştırması, olumlu kullanıldığında öğrencilerin eğitim almalarına yardımcı olması olumlu bir özelliktir. Zira koronavirüs salgınının yaşandığı ve insanların sokağa çıkmaya dahi çekindiği şu dönemlerde öğrencilerin eğitim almalarına yardımcı bir unsur haline gelmiştir. Artık eğitim yeni bir boyut kazanmıştır. Her yerde eğitim ilkesi çerçevesinde eğitim okula sıkışıp kalmaktan çıkmıştır. Aynı zamanda öğrencilerin evlerinden ihtiyaçlarını karşılamasını da sağlamıştır. Doğru bilginin hızlı bir şekilde yayılmasını sağlayarak insanların bilgilenmesini sağlamıştır.”

(34, E, 8): “Sosyal medyada olumsuz içerikler olduğu gibi olumlu içeriklerde vardır. Yaşlılara yardımcı konularında bir haberin veya hayvanseverlerin paylaştığı bir videonun öğrenciler üzerinde olumlu etkileri vardır. Öğrenciler bu sayede yardımseverlik, sevgi, saygı gibi değerleri kazanabilir.”

(34, E, 5): “Birbirlerini soran, arkadaşlık bağı geliştiren, farklı kültürleri tanıma şansı elde etmesini sağlayan, bazı önemli duyguların pekişmesini sağlayan (örneğin; yaralı bir hayvana yardım etme gibi), akrabalık duygularının gelişmesini sağlayan duygularının gelişmesinde önemli bir etkisi vardır.”

(30, E, 6): “Sosyal medya kullanan çocuk, sosyal medya kullanırken kendini tanıma ve karakterini geliştirme fırsatı bulur. Örneğin yaralı bir hayvan ya da hayvanlar ile ilgili paylaşımlar gören çocuklar gerçek hayatta hayvanlara karşı daha saygılı davranabilmektedir. Ayrıca sosyal kabiliyetlerini de geliştirme fırsatı bulur. Sosyal medya sayesinde arkadaşlarıyla iletişim halinde olmaya devam eder ve arkadaşlarıyla kurduğu bağ güçlenir. Sosyal medya kullanarak derste işlenen konular hakkında bilgi alışverişi yapabilme imkanı bulur. Sosyal medya kullanırken gelecek hedefleri üzerine araştırmalar yapabilme, fikirlerini paylaşımlarıyla sunabilme imkanı bulur.”

(31, E, 8): “Öğrenciler sosyal medya sayesinde insanlara ve farklı düşüncelere hoşgörü, saygılı olma ve yardımlaşma duygularını öğrenebilir. Ancak paylaşımlara

ve sosyal medyanın içerik ve paylaşımlarından dolayı da daha fazla zarar görüp kötü alışkanlıkları da öğrenebilmektedir. Çünkü öğrenciler yetişkinler gibi tecrübe ve bilgiye sahip olmadığından daha çok olumsuz özellikleri (şiddet gibi) öğrenip uygulayabilmektedir.”

(29, K, 7): “Sosyal medya, öğrenciler üzerinde günümüzde okuldan, öğretmenden hatta aileden bile daha etkin bir güce sahip. Medyada yer alan olumlu örneklerin etkisinin çok olduğunu düşünüyorum. Olumlu örnekleri gören gençler bu davranışları gerçek hayatlarında da yapma eğilimindedir. Toplumsal değerlerimizi aktarırken değerlerimizin olduğu örnekler sosyal medyada daha fazla yer almalı.”

(51, K, 29): “Günümüzde haberler sosyal medyada hızla yayılmakta ve çoğu insan dünyadaki gelişmeleri bu platformlardan takip etmektedir. Örneğin; pandemi, savaş, doğal afetler gibi konular hakkındaki haberler sosyal medya üzerinden hızla yayılmaktadır. Buradan hareketle öğrenciler böyle durumlarda kazanması gereken yardımlaşma, vatanseverlik, sorumluluk, dayanışma gibi değerleri daha yakından deneyimlediği için anlamlı bir öğrenme gerçekleşir. Başka bir örnek vermek gerekirse, sosyal medya üzerinden birçok sosyal sorumluluk projesi yapılmakta. Bunların çoğundan yararlanıp, öğrencilerin farkındalıklarını arttırmak değerler eğitimi katkıda bulunur. Okullarda verilmeye başlayan medya okuryazarlığı dersleri sayesinde sosyal medyayı doğru kullanma konusunda öğrencileri bilgilendirmektedir.”

4.4.Araştırmanın Dördüncü Sorusuna İlişkin Bulgular

Dördüncü soruda değerler eğitimi kapsamında sosyal medyanın öğrenciler üzerindeki olumsuz etkileri konusunda görüşleri alınan öğretmenlerin %40’ı (6 Kişi) **aile içi ve akrabalık bağları ile sosyal ilişkilerin zayıflamasına**, %60’ı (9 Kişi) **milli kültürden uzaklaşma ve kültürel değerlerin yozlaşmasına**, %20’si (3 Kişi) **araştırmayan, sorgulamayan bir neslin yetişmesine**, %26’sı (4 Kişi) **saygı, sevgi, dürüstlük, yardımlaşma ve dayanışma gibi değerlerin yitirilmesine**, %20’si ise (3 Kişi) **sorumlulukların aksatılması** gibi olumsuz durumlara dikkat çekmişlerdir (Tablo 4.4).

Tablo 4.4. Araştırmanın Dördüncü Sorusuna İlişkin Bulgular

Soru	Olumlu İfadeler			Olumsuz İfadeler		
	N	F	%	N	F	%
4				Aile içi ve akrabalık bağları ile sosyal ilişkilerin zayıfması	6	40
				Milli kültürden uzaklaşma ve kültürel değerlerin yozlaşması	9	60
				Araştırmayan, sorgulamayan bir neslin yetişmesi	3	20
				Saygı, sevgi, dürüstlük yardımlaşma ve dayanışma gibi değerlerin yitirilmesi	4	26
				Sorumlulukların aksatılması	3	20

Öğretmenlerin çoğunluğunun, sosyal medyanın toplumsal değerler üzerinde olumsuz etkilerinin var olduğu ve bunları minimum seviyeye indirebilmek için önlem alınması gerektiği konusunda hemfikir olduğu söylemek mümkündür. Bunun dışında öğretmenler, gün geçtikçe artış gösteren sosyal medyanın bilinçli kullanılması halinde pek çok olumlu yönü olduğu konusunda fikir beyan etmişlerdir. Bu görüşlerden bazılarını aşağıda yer verilmiştir.

(28, E, 5): “Sosyal medya kullanımının değerler eğitimi üzerindeki etkisi olumsuz olarak nitelendirilebilir. Olumlu yönleri de vardır. Fakat özellikle kötü örnek oluşturabilecek durumlar sosyal medya da çok daha fazla ilgi çekeceği için bu durumun değerler eğitimi üzerinde çoğunlukla olumsuz bir etki yaratacağını söyleyebiliriz.”

(33, E, 8): “Günümüzde sosyal medya kullanımı oldukça artmıştır. Bu durum toplumu siyasetten ekonomiye birçok alanda etkilediği gibi değerler eğitimi konusunda da etkilemektedir. İstenen değerlerin kazandırılmasında sosyal medya toplumun her kesimi için alternatif bir değerler eğitimi aracı olarak kullanılabilir.”

(28, E, 3): “Sosyal medyanın değerler eğitimini olumlu ve olumsuz yönden etkileyen etkenleri vardır. Bireyin niyetine ve kullanımına göre bu etken farklılık gösterir. Dürüstlük, iyilik, yardımseverlik ve vatanseverlik gibi soyut değerlerimizin daha anlaşılır ve daha içselleştirilmesinde sosyal medya önemli bir rol oynayabilir. Bu doğrultuda çalışmalar yapılp geliştirilmelidir. Toplum ahlakını bozan ve değerler eğitimine ters düşen etik dışı değerler sosyal medya aracılığıyla normalleştirilmemeli ve yasaklanmalıdır.”

(30, K, 9): “Bu soruyu tek bir açıdan değerlendiremeyiz. Değerlerin z aynı kalması koşuluyla zaman ve mekana bağlı kalarak değişebileceğini düşünenlerdenim. Bu soruyu iki açıdan ele almak isterim. Sosyal medyayı kullanmayan insan sayısı günümüzde kısıtlıdır. Bu bakımdan değerlendirdiğimizde zorunlu olarak değişime uğruyor.

Olumlu açıdan etkisi sosyal medya aracılığıyla çeşitli dinden, dilden, kültürden insanlarla tanışıp, insanları görüyoruz. Bu süreçle ister istemez artık tek açıdan düşünmeyip farklı açılardan düşünebiliyoruz. Bu da değerlerimizin bazı kalıplarını esnetmemize, değerlerimize yeni değerler eklememizi sağlıyor ve bizden farklı insanların değerleri ile bizlerin değerleri yaklaşıyor. Bu da farklı kültür farklı mekandaki insanların arasındaki bağı kuvvetlendiriyor.

Olumsuz açıdan baktığımdaysa maalesef sosyal medyanın sadece olumlu yönü yok. Bu konuda hemfikiriz. Olumsuz yönü ile değerlerimizin özü zedeleniyor yozlaşıyor.”

(34, E, 8): “Kullanım amacına göre olumlu ve olumsuz yönleri vardır. Bilinçli kullanılması sonucu bireylerde sosyal sorumluluk, toplumsal bilinç oluşması, genel kültür, güncel olaylardan haberdar olmak gibi faydalarının yanında bilinçsiz kullanımı sonucu kültürel yozlaşma, gelenek ve göreneklerden uzaklaşma ve kültürel asimilasyon gibi zararları olabilmektedir.”

(31, E, 7): “Bireyin kendi kendisini tanınmasını, kendi ile uyum içinde dşniş ve hareketlerinde tutarlı olmasını sağlayan özelliklerin kazandırılması için bilinçli ve

planlı bir öğrenme ortamının oluşturulmasına değerler eğitimi denir. Bireylerin değerlerinin şekillenmesinde sosyal medyanın olumlu ve olumsuz etkisi vardır. Örneğin 10 yıl önce ailece izleyebildiğimiz filmleri günümüzde izleyemeyebiliriz. Bireyler kendi değerlerini oluştururken sosyal medya üzerinden örnek alırlar. Bu da onlara olumlu ya da olumsuz etki uyandırabilir.

(51, K, 29): “Günümüzde öğrenciler vakitlerinin çoğunu sosyal medya geçiriyorlar. Sosyal medyadaki içerikler öğrencilerin değişik tutumlara bürünmesini sağlayabilmekte. Örneğin sevinçlerini, üzüntülerini sosyal medya paylaşımlarıyla dışa vuruyorlar. Aynı zamanda sosyal medyada paylaşılan içerikler öğrencilerin vatanseverlik, hayvanseverlik gibi toplumsal konularda da duyarlılık kazanmalarını sağlıyor.”

BEŞİNCİ BÖLÜM

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

5.1.Tartışma

Gençler, bugünün koşullarında pek çok bilgiye sahip olmakta, pek çok etkinlikten ve gündemde yer alan pek çok olaydan sosyal medya aracılığıyla haberdar olabilmektedir. Doğal afetler, toplumsal olaylar, dünyaya etki eden gelişmeler gibi konularda ön plana çıkan değerleri savunabilmekte ve görüşlerini sosyal medya aracılığıyla kendi kitlelerine ulaştırabilmektedirler. Bu da ortak bilinç yaratılması bakımından önem taşımaktadır. Yalnızca okulun yeterli olmadığı, bahsi geçen ortak bilincin ailede, sosyal ortamlarda ve medyada da aynı ortak bilince ulaşılması gerekmektedir. Araştırmada ulaşılan bulgulara göre katılımcılar değerler eğitimi açısından sosyal medyanın öğrencilere; yardımlaşma, hoşgörü, kişisel ve evrensel pozitif duygular sunarak ortak bilinçle hareket etme gibi konularda olumlu etkilerinin olduğunu ifade etmişlerdir. Benzer şekilde Ateş (2013) tarafından gerçekleştirilen çalışma çerçevesinde değerler eğitiminin en küçük sosyal birim olan aile tarafından başlanarak okula ve eğitim hayatına, sosyal çevreye, medya kurumlarına uzanması gerekliliği belirtilmiştir. Ailelerin internet kullanımı konusunda bilinçlendirilmesi, çocuklarının kullanacakları bilgisayarları ebeveyn korumalı duruma getirmeleri ve zararlı içeriklere erişimlerin engellenmesi noktasında eğitilmeleri gerekmektedir. Sonrasında ise tüm çocukların ve gençlerin birbirlerine örnek teşkil edecekleri bir ortama dönüştürülmesi bakımından eğitim kurumlarında ve sosyal çevrelerde gayret edilmelidir. Medya kurumları hem kendi çıkarları hem de toplum çıkarları doğrultusunda bu çalışmalarda yer almalıdır. Ancak suistimal edilmemiş, farkındalığı yüksek ve güçlü bireyler, güçlü bir dünya yaratabilecektir. Bu yönleriyle araştırmada elde edilen evrensel değerlerin kazandırılması, fikir ve düşüncelerin paylaşımı, karşılıklı etkileşim ve sosyalleşme, sevgi, saygı dürüstlük gibi toplumsal değerlerin kazandırılmasının sağlanacağı görüşü Ateş'in (2013) çalışması ile örtüşmektedir.

Araştırma bulgularına göre; değerler eğitimi kapsamında sosyal medyanın öğrencilere olan olumlu etkileri olarak katılımcılar; yardımlaşma, hoşgörü, kişisel ve evrensel pozitif duygular açısından öğrencilerin değerlerine sahip çıkabildiklerini ve

topluma karşı saygı duyduklarını ifade ederek görüş birliği sağlamışlardır. Bahçe (2010) tarafından gerçekleştirilen çalışmada da toplumsal konuların, sabır, misafirperverlik ve yardımseverlik gibi değerlerin kazandırılmasında çevre, okul ve aile etkisinden bahsedilmektedir. Dolayısıyla bu çalışmayı destekler nitelikte olan araştırma sonuçları kapsamında, yardımlaşmanın, hoşgörünün ön plana çıktığı bu ortak bilinç çerçevesinde hayvanlara, doğaya, yaşlılara, toplumsal ve evrensel olarak negatif durumlara maruz kalan kişilere karşı destek ağı oluşmakta ve sosyal medya gençleri yalnızca kendi değerlerine değil, ulaşabildikleri herkesin değerlerine sahip çıkmaktadırlar. Seneler öncesinde değerler bakımından eksik kabul edilen kimi olgular bugün geldiğimiz noktada normal olarak görülmektedir. Bu nedenle karakter oluşumuna hayli etki eden değerlerin herkesin davranışlarına yön verdiğinin unutulmaması ve değerlerden yoksun olguların normalleştirilmemesi gerekmektedir. Ahlaki eğitimlerin ve değerlerin vurgulandığı, karakter eğitimlerinin verildiği kişi ve toplumlar ele alındığında, pek çok konuda sosyal medya sayesinde hayata geçirilen sosyal sorumluluk projeleri gerçekleştirilmekte ve pozitif duygular yaratılarak pek çok konuda etkileşim sağlanabilmektedir. Bu yönleriyle sosyal medyanın iyi niyetli kullanımlara aracılık etmesi, teknolojinin ne denli önem taşıdığını ve geçmişle kıyaslandığında kolaylıkla görüş bildirebilmenin kişiye katkı sağladığını ortaya koymaktadır.

Oladipo (2009) tarafından gerçekleştirilen çalışmada da çocukların okuldan başlayarak destek kuruluşların da katılım sağladığı ahlaki eğitimlere tabi tutulması gerekliliğinden söz edilmiştir. Ancak bu sayede kolektif etki yaratılabilecek ve sosyal medyanın negatif etkileri altında çocuklar ahlaklarından bağımsızlaştırılamayacaktır. Ahlaki değerlerin ve eğitimlerin akademik yaşama olan etkisi de göz önüne alındığında destek kurumların da eğitim kurumları ile aynı misyona sahip olması gerekmektedir. Teknolojinin durdurulamaz gelişmesi dolayısıyla sosyal medyadan başlayarak gelecekte önümüze çıkabilecek uygulamalar, kötü niyetler barındırabilecek veya toplumsal değerlere saldırıda bulunabilecektir. Bir tek kullanıcının internete servis ettiği uygulamalar nasıl hızla yaygınlaşıyor ve kolektif etki yaratıyor ise değerlerin de aynı paralelde öğretilmesi ve güncel tutulması gerekmektedir.

İki yönlü ele alınan ve sahip olduğumuz değerlerle eşleştirilen sosyal medyanın bugün geldiğimiz noktada yitirilen birçok değere rağmen fayda sağladığı görülmekte ancak tüm kullanıcıların iyi niyete sahip olmaması dolayısıyla aynı zamanda birçok problemle de karşı karşıya kalınabilmektedir. Dışardan gelecek her türlü etkiye açık olan ve gelişim süreçlerinde bilhassa sosyal medya kaynaklı yönlendirmeye açık olan gençlerin tüm bu olumsuzluklardan korunması ve herkesin bu konuda bilinç sahibi olması gerekmektedir. İki kıtayı yan yana getirebilen, fiziksel olmasa dahi duygusal bakımdan doyum sağlanmasına olanak tanıyan sosyal medya, birçok kontrol dışı durum dolayısıyla tacizlere, mobbinglere ve suistimallere de zemin oluşturabilmektedir. Çocuk yaştan başlayarak toplumdaki tüm statüler içerisinde sosyal medya kullanımı gerçekleşmekte ve sosyo-kültürel farklılıklar dolayısıyla bu kullanımlar kötü yönde gerçekleşebilmektedir. Değerlerin kolaylıkla müdahale edilebilir ve hiçe sayılabilir olması dolayısıyla aileden başlayarak eğitim konusunda ebeveynlere ve öğretmenlere büyük görev düşmektedir.

Değerlerin iyi analiz edildiği ve iyi öğretildiği bir toplumda pozitif eylemlerin kendini göstereceği ve tüm topluma yayılacağı düşünülmektedir. Bu bakımdan alışkanlıkların değiştirilmesi, sınıflar arası farkların göz ardı edilmesi, çocuklara ve gençlere kendi konfor alanları dâhilinde gerçekleşecek müdahaleler esnasında nasıl tepki vermeleri gerektiği, değerlerin aşılandığı bir toplum olma yolunda eğitim önem kazanmaktadır. Araştırma konusu kapsamında Taymur (2015) tarafından gerçekleştirilen çalışma sonucunda, değerler eğitimi uygulamalarının öğrencilere olan olumlu etkisinden söz edilmektedir. Öğrenciler değerler eğitimi ile olumlu etkileri davranışa dönüştürebilmektedirler. Araştırma sonuçları Taymur'un çalışmasıyla paralellik göstermiştir. Değerlerin özümzenmesi ve gündelik yaşamda bilinçli bir şekilde uygulanması, bilhassa sosyal medyanın yarattığı özgürlük alanı bakımından önem arz etmektedir. Değerlerin farklı yansıtılmaması esasında iyi anlaşılabilmesine bağlı olmaktadır.

Geçmişin ve köklerin korunması, toplumsal değerlerin iyi kavranması, birçok gence fayda sağlayacaktır. Bu yönleriyle sosyal medya büyük ölçüde endişeye sebebiyet vermekte ancak değerler eğitimi kapsamında bilinç oluşturması bu

endişelerin yalnızca bir duygu olarak kalmasını ve günlük hayatın yalnızca faydaları bakımından sosyal medya kullanımından etkilenmesini sağlayabilmektedir. Pırnaz (2020) tarafından sosyal bilgiler öğretmenlerinin değerler eğitimiyle ilgili görüşlerine ilişkin gerçekleştirilen çalışmada öğretmenlerin değerler eğitimine ahlaki gelişim, sosyal gelişim, kişisel ve bilişsel gelişim bakımından önem verdiklerini ortaya koymuştur. Bu bakımdan öğretmenlerin görüşleri araştırma sonuçlarını desteklemektedir.

Değerler eğitimi konusunda eğitim kurumları bilinç sahibi olduğu ölçüde çocuklara fayda sağlayabilecektir. Sosyal medyanın görünmez etkilerinin avantaja dönüştürülmesi ve sosyal medyada yer alan içeriklerin süzgeçten geçirilmesi, bahsi geçen ahlaki, sosyal, kişisel ve bilişsel gelişimlerin sağlanmasıyla mümkündür.

5.2. Sonuç ve Öneriler

Günümüzde teknolojinin gelişmesi ve gündelik hayata olan etkisi paralelinde sosyal medya kullanımlarının artması, kullanıcıların internet aracılığıyla sosyal medyaya ve sosyal medyada yer alan içeriklere sınırsız erişim sağlamasına sebep olmuştur. Bu durum bilgiye erişim, sosyal sorumluluk projelerine katılım, sesini duyurabilme, gündemi takip edebilme gibi konuların dışında günlük hayata ve kişilere negatif etkiler yaratabilecek olguları da beraberinde getirmektedir. Teknolojinin egemen olduğu günümüzde her konuda meydana gelen değişimler toplumların değer algılarında da meydana gelmektedir. Sosyal medya kullanımı kişisel, toplumsal hatta evrensel değerlerin yitirilmesi, yozlaşma, kötü niyetli kullanımlar gibi riskler teşkil etmektedir. Değerler eğitimi kapsamında bütün bu risklerin denetim altında tutulabilmesi ve bütün sosyal medya kullanıcılarının bu konuda duyarlı olması gerekmektedir.

Sahip olduğumuz değerler çerçevesinde sosyal medya, gündelik yaşam içerisinde pek çok kişide kaygı oluşturmaktadır. Teknolojinin ticari hayata sağladığı faydaların yanında yine ticari kaygıyla veya tamamen kullanıcıların kendi inisiyatifleri doğrultusunda hiçbir faydası olmayan hatta şahsi olarak zarar yaratabilecek boyutta gerçekleştirilen paylaşımlar tabandan tavana bütün topluma ve zincirin devamında tüm

dünyaya etki edebilmektedir. Bu paylaşımlar, araştırmanın da konusu olan değerler eğitimi ile ilişkisi bakımından göz ardı edilmemesi gereken bir unsurdur. Alimcan ve Şam (2017) tarafından gerçekleştirilen çalışmada son dönemlerde sosyal medyanın bilinçsiz kullanımı dolayısıyla toplumlarda artış gösteren şiddet, saygısızlık, bencillik, kuralların hiçe sayılması, madde kullanımının özendirilmesi, dolandırıcılık vb. suçların artmasına dikkat çekilmektedir. Bu negatif unsurlar kapsamında sağlıklı, farkındalığı yüksek ve dinamik bir gençlikten söz edebilmek mümkün değildir. Bu nedenle hoşgörünün, sorumluluk duygusunun, sevgi ve saygının gençlere edindirilmesi önemle öncelik kazanmaktadır. Sonsuz olasılık dünyası olarak nitelenmesi mümkün olan sosyal medya, sonsuz olarak denetlenemeyeceği için kendi değerlerimiz doğrultusunda kendi denetimlerimizi gerçekleştirmemiz, bilhassa gençleri ve sonrasında ise gelecek nesilleri koruma altına almaya yetmese dahi, fayda sağlayacaktır. Geleceğe güvenle bakabilen, sağlam temellere ve sağlam bir topluma ait olan bireyler yetiştirilmesi gerekmektedir.

Çalışmada ulaşılan bulgular bağlamında paydaşlara çeşitli önerilerde bulunmak mümkündür. Bunlar;

- Çalışma nitel araştırma yöntemlerine dayalı olarak gerçekleştirilmiştir. İleride yapılacak olan çalışmalarda nicel olarak çalışma yapılabilir.
- Çalışma sadece sosyal bilgiler öğretmenlerini kapsamaktadır. İlerde yapılacak olan araştırmaların çalışma grubu okul yöneticileri, veliler ve öğrencileri de kapsayacak şekilde genişletilebilir.
- Değerler eğitiminin daha yararlı bir hale gelmesi için branş öğretmenleri ile birlikte ortak bir çerçeve halinde yürütülmesi sağlanmalıdır.
- Değerler eğitiminin daha yararlı bir hale gelmesi için ders saatlerinin artması gerektiği düşünülmektedir.
- Milli Kültür öğelerini içeriğinde barındıran eserler ile günümüz eğitim sistemi içerisinde yer alan değerlerin ilişkisi üzerinde durulmalıdır.
- Öğrencilere ve velilere yönelik olarak değer kazanımında bilinçlendirilme açısından eğitimler verilebilir.

- Konu uzmanları tarafından çeşitli seminerler, konferanslar, paneller gibi etkinlikler düzenlenebilir.
- Okul aile iş birliğinin artırılması sağlanarak aile ve okulda ortak bir anlayışla değer eğitiminde tutarlık sağlanabilir.
- Velilerle birlikte hareket edilerek istenmeyen tutum ve davranışların ortaya çıkması engellenebilir.
- Bu olumsuz tutum ve davranışlara yönelik velilere çocuklarının arkadaş çevresi ve sosyal medya kullanımı hakkında dikkat etmeleri gerektiği önerilebilir.
- Değerler eğitiminin eksikliğinden dolayı oluşan toplumsal problemleri önlemek için, toplumda çeşitli aktivitelerle farkındalık oluşturularak toplumun daha bilinçli bir hale getirilmesi sağlanabilir.
- Toplumun huzurlu bir şekilde yaşayabilmesi adına öğrencilerde farkındalık oluşturulabilmesi ve derslerde değer kazanımının daha etkin hale getirilmesi plânlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- Acun, İ., Yücel, C., Önder, A. ve Tarman, B. (2013), “Kim Ne Kadar Değer Veriyor”. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 180-197.
- Andersen, N. (2002), “New Media and New Media Literacy: The Horizon Has Become the Landscape—New Media Are Here,” Report Produced by Cable in the Classroom, 30–35.
- Ateş, F. (2013), *İlkokul ve Ortaokul Öğretmenlerinin Değerler Eğitimi ve Uygulamalarına Yönelik Görüşleri Üzerine Nitel Bir Araştırma*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.
- Aydın Gürler, S.(2018), Ortaokul Öğrencilerinin Fen Bilimleri Dersinde Dereceli Puanlama Anahtarı (DPA) Kullanımı ve Akran Değerlendirmesi. *Journal of Social And Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 5(24), 1786-1794.
- Aydın, M. Z. Ve Akyol Ş. (2012), *Okulda Değerler Eğitimi: Yöntemler, Etkinlikler Kaynaklar*, Ankara: Nobel Yayınları.
- Bahçe, A. (2010), *Hayat Bilgisi Öğretiminde Değerlerin Kazandırılma Düzeylerinin Öğretmen Görüşlerine Göre Değerlendirilmesi*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü: Konya.
- Balık, Z. D. (2016), *Hayat Bilgisi Ders Kitapları İle Yüz Temel Eser Listesindeki Ulusal Masalların Karşılaştırılması*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Van.
- Baltacı N. B. (2018), *Ortaokul Yöneticilerinin Değerler Eğitimine İlişkin Görüşleri*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.

- Baysal N. (2013), Ortaokul Sosyal Bilgiler Derslerinde Değerler Eğitimi Uygulamalarının Öğretmenler Yönüyle Değerlendirilmesi, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Niğde.
- Bartan S. (2018), Okul Öncesi Öğretmenlerinin Değerler ve Değerler Eğitimi Hakkındaki Görüşleri İle Sınıf İçi Uygulamaları, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Kütahya.
- Boyd, D. ve Ellison M. (2008), *It's Complicated: The Social Lives of Social Networked Teens*, Yale University Press, London.
- Chandler, M. K. (2005), *The Effect Of A Character Education Program On Elementary Students Prosocial Competence*, Master Thesis, Lynn University: Florida.
- Cihan, A. (2006), *Japonyada Eğitim Kültür ve Modernleşme*, İstanbul: Özgü Yayınları.
- Çağlayan, A. (2018), *Ahlak Pusulası Ahlak ve Değerler Eğitimi*, İstanbul: Değerler Eğitimi Merkezi Yayınları.
- Çelikkaya, T. (2013), Ortaokulda Doğrudan Kazandırılacak Değerlerin Vatandaşlık ve Demokrasi Eğitimi Kitabına Yansıma Düzeyleri. *Turkish Studies*, 8(8), 1715-1731.
- Demircioğlu, İ. ve Tokdemir, M. (2008), Değerlerin Oluşturulma Sürecinde Tarih Eğitimi Amaç, İşlev Ve İçerik, *Değerler Eğitimi Dergisi*, 6(15), 69-88.
- Dilmaç, B. ve Bircan, H. H. (2015). *Değerler ve Değerler Psikolijisi*. Ankara: Pegem Akademi.
- Doğan, İ. (2004), *Sosyoloji Kavramlar ve Sorunlar*, Ankara: Pegem A Yayınları.
- Duman, B. ve İkiel, C. (2002), Yapıcı Öğrenme Kuramına Göre Sosyal Bilgiler, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(2), 245-262.

Eğitim-Sen. (2015), Değerler Eğitimi Nedir? Nasıl Olmalıdır? Mart.
<http://egitimsen.org.tr/wp->

Ekinci, H. (2018), *Okulda ve Ailede Değerler Eğitimi*, İstanbul: Kayıhan Yayınları.

Er, H. (2013). Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Değer Algıları ile Benlik Saygıları Arasındaki İlişki, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Kütahya.

Erkul, R. E. (2009), Sosyal Medya Araçlarının (WEB 2.0) Kamu Hizmetleri Ve Uygulamalarında Kullanılabilirliği, *Türkiye Bilişim Derneği*, 116, 96-101.

Evin, İ. ve Kafadar, O. (2004), İlköğretim Sosyal Bilgiler Programının Ve Ders Kitaplarının Ulusal Ve Evrensel Değerler Yönünden İçerik Çözümlemesi, *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 2, 293-302.

Fırlar, F. B., ve Deniz, Ş. (2010), Dijital Gazeteler ve Pazarlama: Türkiye'deki Dijital Gazetelerin Pazarlama Dinamiklerinin Değerlendirilmesine İlişkin Bir Analiz, *Journal of International Social Research*, 3(11),314-328.

Fichter, J. (2006), *Sosyoloji Nedir*, Ankara: Anı Yayıncılık.

Fidan, N. K. (2009), Öğretmen Adaylarının Değer Öğretimine İlişkin Görüşleri, *Kuramsal Eğitimbilim*, 2(2), 1-18.

Girmen, P. (2013), Türkçe Eğitiminde Atasözleri ve Değer Eğitimi, *Değerler Eğitimi Dergisi*, 11(25), 117-142.

Gunelius, S. (2011), *Content Marketing for Dummies*, John Wiley & Sons.

Güngör, E. (2000), *Ahlak Psikolojisi ve Sosyal Ahlak*, İstanbul: Ötüken Yayınları.

Gürsakar, N. (2009), *Sosyal Ağ Analizi*, Bursa: Dora Yayınları.

Harland, T. & Pickering, N. (2011), *Values in Higher Education*, London: Routledge,

Hazar, Ç. M. (2011), Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (32), 151-175.

Hökelekli, H. (2013), *Değerler Psikolojisi ve Eğitimi*, İstanbul: Timaş Yayınları.

Hüseyinoğlu, B. (2009), *Tüketici Tarafından Yaratılan Medya Ortamında Ağızdan Ağıza Pazarlama ve Bir Uygulama*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.

Kaplan, S. (2020), *Teknoloji Liderliği, Sosyal Medya Kullanımı Ve Havayolu Şirketi Çalışanlarının Twitter Kullanımına Yönelik Bir Araştırma*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.

Kaymakcan R. ve Meydan, H. (2014), Ahlak, Değerler ve Eğitimi, *Bülent Ecevit Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 1(2), 167-174.

Kılıç, S., Yıldız-Akyol, E., & Yoncalık, O. (2018), Üniversite Öğrencilerinin Değer Yönelimleri Ve Farkındalıklarının Mutluluk Düzeylerini Yordaması, *The Journal of Happiness & Well-Being*, 6(1), 49-60.

Killeavy, M. (2005), *Israel*. London: Routledge.

Kınacı, M. K. (2018), *Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Değerler Eğitimine ve Sosyal Bilgiler Öğretim Programında Yer Alan Değerlere Yönelik Görüşleri*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Elazığ.

Kıncal, R. Y. (2002), *Vatandaşlık Bilgisi*. Ankara: Mikro.

Kırcova, İ., Enginkaya, E. ve Yılmaz, H. (2015). Influence of Consumers' Self-Brand Connections on Purchase Intentions. Annual International Conference on Social Sciences; 2015 May 21- 23; Istanbul, Turkey. Istanbul (TR): AICSS, 491-504.

- Kolaç, E. (2010), Hacı Bektaş Velî Mevlana ve Yunus Felsefesiyle Türkçe Derslerinde Değerler ve Hoşgörü Eğitimi, *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, 55, 193-208.
- Köylü, M. (2007), Ruh Sağlığı Ve Din: Batı Toplumu Açısından Bir Değerlendirme, *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 23(23), 65-92.
- Legard, R. Keegan, J. ve Ward, K. (2003), In-dept Interviews. In J. Ritchie & J. Lewis (Ed.), *Qualitative Research and Practice: A Guide for Social Science Students and Researchers içinde* (139-169). London: SAGE Publications
- Lietsala, K., & Sirkkunen, E. (2008), *Social Media*. Introduction To The Tools And Processes Of Participatory Economy.
- Ling, L. & Stephenson, J. (2005), *Introduction and The Oretical*. London : Routledge.
- Lister, S. J., Wismayer, M. P., Venkataramana, V., De Vries, M. A., Ray, S. J., Lee, S. L., ... & Dewhurst, C. (2009). Small-Angle Polarized Neutron Studies of Perpendicular Magnetic Recording Media. *Journal of Applied Physics*, 106(6), 063908.
- McCay-Peet, L., ve Quan-Haase, A. (2017). What is Social Media and What Questions can Social Media Research Help us Answer. *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods*, 13-26.
- MEB (2005), Sosyal Bilgiler Dersi Müfredatı
- Merriam, S. B. (2013). Nitel Araştırma: Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Mızıkacı, F. (2015), Değerler Eğitimi ve Eğitim Programları, *Eleştirel Pedagoji Dergisi*, 38-41.

Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD) (2007). PISA 2006 Science Competencies for Tomorrow's World. <http://www.pisa.oecd.org>.

Oladipo S. E. (2009). Psychological Empowerment and Development. *Edo Journal Of Counselling*, 2(1), 119-126.

Pirnaz, E. (2020), *Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Değerler Eğitime Ve Sosyal Bilgiler Öğretim Programında Yer Alan Kök Değerlere yönelik Görüşleri (Kahramanmaraş İli Örneği)*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Kahramanmaraş.

Polat, M. (2009), *Toplumsal Yaşam Bilinci Olarak Değer, Sosyolojisi ve Değerler Eğitimi Bağlamında Bir Yaklaşım*. Ankara: Pegem Akademi.

Rokeach, M. (1973), *The Nature Of Human Values*, New York: The Free Press,

Schaefer, M. P. (2012), *Determining Methods For Teaching Character Education in Elementary Schools*, Doctoral Dissertation, Northcentral University: Arizona.

Sever, S. (2000), 1. Ulusal Çocuk Kitapları Sempozyumu (Sorunlar ve Çözüm Yolları), Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.

Tarhan, Ö. (2011), *Sosyal Bilgiler Eğitimi Alanındaki Türkçe Çalışmalar (2005- 2010) Literatürü*, *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(29), 179-186.

Taymur, Z. A. (2015), *İlkokul Öğretmenlerinin Değerler Eğitimi ve Uygulamalarına Yönelik Görüşleri Üzerine Nitel Bir Araştırma: Batman İl Örneği*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Gaziantep.

TDK (1998), *Türkçe Sözlük*, Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.

Thompson, W. G. (2002), *The Effects of Character Education on Student Behavior*, Phd Thesis, State University: Johnson City.

- Topsakal, C. (2004), Avrupa Birliğinde Değerler Eğitimi, *Değerler Eğitimi Dergisi*, 2(8), 125-148.
- Tunca N. ve Sağlam, M. (2013). İlköğretim Öğretmenlerine Yönelik Mesleki Değerler Ölçeğinin Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Eğitim Bilimleri Araştırma Dergisi*, 1(3). 139-164.
- Turan, İ., ve Nazıroğlu, B. (2016). Medyada Değerler Eğitimi. M. Köylü. *Teoriden Pratiğe Değerler Eğitimi*, 159-180.
- Tutgun-Ünal, A. (2015), Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.
- Uysal, V. (2003), Yetişkinlerde Dindarlık ve Değerler: Dini Hayat, Değer Tercihleri ve Kadına Bakış Eğilimleri, İstanbul: Değerler Eğitimi Merkezi Yayınları.
- Yaman, E. (2014), *Değerler Eğitimi Eğitimde Yeni Ufuklar*, Ankara: Akçağ Yayınları.
- Yapıcı, A. ve Zengin, Z. S. (2003), İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Değer Tercih Sıralamaları Üzerine Psikolojik Bir Araştırma: Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Örneği, *Değerler Eğitimi Dergisi*, 1(4), 173-206.
- Yavuz, Ş. (2007). Değerlerin Şeceresi, Doğası, Sınırı ve Devamlılığı. İstanbul: Değerler Eğitimi Merkezi.
- Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2018), Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (6. Baskı), Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yiğittir, S. ve Öcal, M. (2011), Sosyal Bilgiler Dersinde Karakter Eğitimi. *KSÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 10, 239-259.
- Zafarmand, N. (2011), *Halkla İlişkiler Alanında Yeni Mecra ve Uygulamaların Yeri ve Önemi: Sosyal Medya ve Pr2.0*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Ankara.

İnternet Adresleri:

<http://e-mufredat.meb.gov.tr/>

<http://www.mevzuat.gov.tr>

<https://ttkb.meb.gov.tr>

<http://wearesocial.com>

<http://www.pisa.oecd.org>

<https://sozluk.gov.tr/>



EKLER

Ek -1. Araştırma İzni



T.C.
BİTLİS VALİLİĞİ
İl Millî Eğitim Müdürlüğü

Sayı : E-46623667-605.01-23604865
Konu : Anket Çalışma İzni

05.04.2021

AĞRI İBRAHİM ÇEÇEN ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜNE
(Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı)

İlgi: 15.03.2021 tarih ve 5709 sayılı yazınız.

Anket Çalışma İzni ile ilgili Valilik Makamının 02.04.2021 tarih ve 23550584 sayılı oluru ekte gönderilmiştir.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

Mehmet Emin KORKMAZ
Vali a.
İl Millî Eğitim Müdürü

Ek: Valilik Makamı Oluru (1 Sayfa)

Bu belge güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.
Adres : Hüsnüpaşa Mah.Yeni Hükümet Konakı Kat: 3 BİTLİS Belge Doğrulama Adresi : <https://www.turkiye.gov.tr/meb-ebys>
Telefon No : 0 (434) 280 13 00 Bilgi için: M.Zennur BULUT
E-Posta: stratejielastirime13@meb.gov.tr Unvan : Veri Hazırlama ve Kontrol İşletmeni
Kep Adresi : meb@hs01.kep.tr İnternet Adresi: bitlis.meb.gov.tr Faks: 4342801359
Bu evrak güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır. <https://evraksorgu.meb.gov.tr> adresinden 862b-f637-34ba-9f9b-37d9 kodu ile teyit edilebilir.



T.C.
BİTLİS VALİLİĞİ
İl Millî Eğitim Müdürlüğü

Sayı : E-46623667-605.01-23550584
Konu : Anket Çalışması İzni

02.04.2021

VALİLİK MAKAMINA

İlgi: a) Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Rektörlüğünün 15.03.2021 tarih ve 5709 sayılı yazısı.
b) Millî Eğitim Bakanlığı'nın 21/01/2020 tarih ve 1563890 sayılı Araştırma Uygulama İzinleri 2020/2 Nolu Genelgesi.

İlgi (a) yazı ile Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Rektörlüğü Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitim Anabilim Dalı, yüksek lisans öğrencisi Yüksel ARSLAN'ın "Sosyal Medyanın Değerler Eğitimi Üzerindeki Etkisinin Sosyal Bilgiler Öğretmenleri Açısından Değerlendirilmesi" konulu anket çalışması yapma izin talebine ilişkin yazı ve ekleri Müdürlüğümüz bünyesinde oluşturulan inceleme komisyonu üyeleri tarafından incelenmiştir.

Yapılan inceleme sonucunda ilgi (b) genelge doğrultusunda söz konusu anket çalışmasının ilimiz genelindeki ortaokullarda görev yapan Sosyal Bilgiler Öğretmenlerine uygulanması Müdürlüğümüzce uygun görülmektedir.

Makamlarınızca da uygun görülmesi halinde olurlarınıza arz ederim.

İbrahim BUDAK
Millî Eğitim Şube Müdürü

OLUR

Mehmet Emin KORKMAZ
Vali a.
İl Millî Eğitim Müdürü

Bu belge güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Adres : Hüseyinpaşa Mah.Yeni Hükümet Konağı Kat: 3 BİTLİS

Belge Doğrulama Adresi : <https://www.turkiye.gov.tr/meb-ebys>

Telefon No : 0 (434) 280 13 00

E-Posta: stratejigelistirme13@meb.gov.tr

Kep Adresi : meb@hs01.kep.tr

Bilgi için: M.Zennur BULUT

Unvan : Veri Hazırlama ve Kontrol İşletmeni

İnternet Adresi: bitlis.meb.gov.tr Faks:4342801359

Bu evrak güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır. <https://evraksorgu.meb.gov.tr> adresinden a83b-6d36-3d19-b0e8-9da3 kodu ile teyit edilebilir.

Ek-2. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu

EK-3 Öğretmen Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu

Merhaba, ismim Yüksel ASLAN. Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Anabilim Dalı, Sosyal Bilgiler Eğitimi Bilim Dalı'nda yüksek lisans yapmaktayım Sosyal Medyanın Değerler Eğitimi Üzerindeki Etkisinin Sosyal Bilgiler Öğretmenleri Açısından Değerlendirilmesi'ne yönelik bir tez çalışması yapmaktayız. Görüşmede elde edeceğimiz veriler sadece çalışmada kullanılacaktır. Bu çalışmayı yaparak Sosyal Bilgiler alanına katkı yapmayı amaçlamaktayız.

Görüşmelerde söyleyeceklerinizin tamamı gizli kalacağına ve üçüncü kişilerle paylaşılmayacağını belirtmek istiyorum. Araştırmamızda katılımcıların isimleri belirtilmeyerek takma isimler kullanılacaktır. Araştırma boyunca söylediklerinizin doğru ve ayrıntılı kaydetmek amacıyla bu görüşme formu kullanılacaktır. Görüşmelerimiz ortalama 25-30 dakika sürecektir. Araştırmamızda yer aldığınız için teşekkür ederiz.

Danışman:

Doç. Dr. Emine TEYFUR

Fen Edebiyat Fakültesi

Coğrafya Bölümü

İbrahim Çeçen Üniversitesi

Öğrenci:

Yüksel ASLAN

Sosyal Bilgiler Eğitimi Bilim Dalı

Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Ağrı

Öğretmen Görüşme Soruları

1. Sosyal medya kullanımının değerler eğitimine olan etkisi nedir?

Cevap:

Ek-3. Öğretmen Kişisel Bilgi Formu

EK- 2 Kişisel Bilgi Formu Öğretmen

Öğretmen Kişisel Bilgi Formu

Merhaba, ismim Yüksel ASLAN. Ağı Ibrahim Çeçen Üniversitesi Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Anabilim Dalı, Sosyal Bilgiler Eğitimi Bilim Dalı'nda yüksek lisans yapmaktayım Sosyal Medyanın Değerler Eğitimi Üzerindeki Etkisinin Sosyal Bilgiler Öğretmenleri Açısından Değerlendirilmesi'ne yönelik bir tez çalışması yapmaktayız. Bu çalışmayı yaparak Sosyal Bilgiler alanına katkı yapmayı amaçlamaktayız. Bilgileriniz gizli kalacak ve üçüncü kişilerle paylaşılmayacaktır. Lütfen formu doldurunuz.

Cinsiyet	Kadın () Erkek ()
Mesleki Tecrübe	()
Yaşınız	()
Mezun Olduğunuz Bölüm	
Araştırmamın Yürütüldüğü Okuldaki Görev Süreniz	
Kaç yıldır Akademi'de çalışıyorsunuz	

Ek-4. Araştırma Soruları

Merhaba, ismim Yüksel ASLAN. Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Anabilim Dalı, Sosyal Bilgiler Eğitimi Bilim Dalı'nda yüksek lisans yapmaktayım Sosyal Medyanın Değerler Eğitimi Üzerindeki Etkisinin Sosyal Bilgiler Öğretmenleri Açısından Değerlendirilmesi'ne yönelik bir tez çalışması yapmaktayız. Görüşmede elde edeceğimiz veriler sadece çalışmada kullanılacaktır. Bu çalışmayı yaparak Sosyal Bilgiler alanına katkı yapmayı amaçlamaktayız.

Görüşmelerde söyleyeceklerinizin tamamı gizli kalacağına ve üçüncü kişilerle paylaşılmayacağını belirtmek istiyorum. Araştırmamızda katılımcıların isimleri belirtilmeyerek takma isimler kullanılacaktır. Araştırma boyunca söylediklerinizin doğru ve ayrıntılı kaydetmek amacıyla bu görüşme formu kullanılacaktır. Görüşmelerimiz ortalama 25-30 dakika sürecektir. Araştırmamızda yer aldığınız için teşekkür ederiz.

Danışman:

Doç. Dr. Emine TEYFUR

Fen Edebiyat Fakültesi

Coğrafya Bölümü

İbrahim Çeçen Üniversitesi

Öğrenci:

Yüksel ASLAN

Sosyal Bilgiler Eğitimi Bilim Dalı

Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Ağrı

Öğretmen Görüşme Soruları

1. Sosyal medya kullanımının değerler eğitimine olan etkisi nedir?

Cevap:

2. Değerler eğitimi ile sosyal medya arasında nasıl bir ilişki vardır?

Cevap:

3. Değerler eğitiminde sosyal medyanın öğrenciler üzerindeki olumlu etkileri nelerdir?

Cevap:

4. Değerler eğitiminde sosyal medyanın öğrenciler üzerindeki olumsuz etkileri nelerdir?

Cevap:

5. Söylediklerinizin dışında Sosyal Medyanın Değerler Eğitimi Üzerindeki Etkisine yönelik eklemek istediğiniz başka bir şey varsa aşağıda dile getirebilirsiniz.